第一图书网, tushu007.com

<<每天一堂管理课>>

图书基本信息

书名：<<每天一堂管理课>>

13位ISBN编号：9787115179500

10位ISBN编号：7115179506

出版时间：2008-5

出版时间：人民邮电出版社

作者：唐华山

页数：283

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书将管理者在管理过程中最有可能遇到的各种管理难题及经过实践检验的各种管理理论，用一年365天的形式串联起来，每天讲述一个管理者普遍关注或对管理者有所帮助的话题，力图做到一书在手，管理无忧。

书中汇聚了当今世界顶尖管理大师及著名企业家的思想精华，内容涵盖了管理领域的方方面面，既有理论和技巧，又有经典案例，尤其注重可操作性，每一天所讲述的内容都与企业管理密切相关，是一本不可多得的管理者参考用书。

本书适合各级管理人员和高校相关专业师生阅读。

每天一堂管理课

书籍目录

管理原则篇第1天　不要把简单的问题复杂化第2天　把“80/20”法则运用到管理实践中第3天　“4+2”法则：基业长青的秘密第4天　只能有一个行动纲领第5天　企业管理应以人为本第6天　不要得罪任何一位顾客第7天　先界定问题，然后再解决问题授权篇第8天　成功管理者的最高境界第9天　别人能干的事，就不自己干第10天　授权的前提是要物色到合适的人选第11天　授权的人选一定要谨慎选择第12天　根据下属的长处进行授权第13天　授权前必须做好准备工作第14天　授权前的四项准备工作之一：选取授权任务第15天　授权前的四项准备工作之二：培育授权气氛第16天　授权前的四项准备工作之三：将任务标准化第17天　授权前的四项准备工作之四：准备承担责任第18天　授权必须遵循的14条共同准则第19天　放权而非放任第20天　撤权是有效控权的杀手锏第21天　了解你的控权技能第22天　全面考察授权人选第23天　正确对待下属的越权行为第24天　给员工自我发挥的空间第25天　授权不等于放任，必要时要能够时时监控第26天　防止授权的失控与失衡第27天　不能授权的五类工作第28天　授权的五大好处第29天　有效地对下属授权第30天　授权并遗忘第31天　授权工作中易犯的错误第32天　把握授权的时机第33天　授权中易犯的四大错误之一：授权过度第34天　授权中易犯的四大错误之二：将权力系统与信息系统相混淆第35天　授权中易犯的四大错误之三：授权而没有使其负责第36天　授权中易犯的四大错误之四：有责无权第37天　充分授权，大胆任用第38天　更精明而不是更辛苦地工作第39天　授权要量“型”而行制度篇第40天　出了问题，首先看看是不是制度有漏洞第41天　保证制度的合理性第42天　发挥制度的应有作用第43天　制度应与时俱进第44天　制度大于权利第45天　让员工在规则内行事第46天　怎样让员工遵守管理制度第47天　制定的制度要切实可行第48天　优化组织系统，提高管理效率第49天　让员工养成良好的工作习惯第50天　要求员工做个公私分明的人文化篇第51天　以人为本是企业文化的最高境界第52天　与先进企业文化相融合第53天　营造家庭气氛对企业是有利的第54天　企业文化对企业的意义第55天　企业文化的力量第56天　改革企业文化的流程第57天　企业文化与不成文的规矩第58天　让企业充满温情第59天　正确认识企业文化建设第60天　尊重人性与自然创新篇第61天　创新是成功的捷径第62天　不跟在别人后面，不跟别人做同样的事第63天　管理者识别创新人才的九种方法第64天　请倒过来试试第65天　创新思维的绊脚石第66天　创新思维的自我训练方法第67天　创新是企业的生命第68天　想有所突破，就要另辟蹊径第69天　想他人所未想，做他人所未做第70天　不要用习惯性思维想问题第71天　勇敢地突破创新的障碍第72天　运用三大原则解决难题第73天　在实践中创新，在创新中发展第74天　坚持创新之路，引领时代潮流第75天　创新思维与成功的可能用人篇第76天　好马大多是烈马第77天　用人之道，贵在慎始第78天　用人要遵循一定的原则第79天　如何管理自负的员工第80天　别凭私人关系用人第81天　根据员工的兴趣和气质用人第82天　每位员工都有适合于他的工作第83天　在合适的时候给下属降级第84天　使功不如使过第85天　善待性格耿直的员工第86天　使用激将法必须注意的三条原则第87天　根据员工的能力特点安排工作第88天　做好团队成员的编组和配置第89天　不可重用的四类人第90天　怎样使用勤奋低效率的人第91天　合理使用循规蹈矩的员工第92天　管理者应允许员工犯错误第93天　用人的艺术第94天　偏激之人不可重用第95天　不惜重金聘请人才第96天　我只要格兰特第97天　留住出色的人才，总有一天他会为企业建功立业第98天　管理者怎样选用得力助手第99天　用人不能求全责备第100天　宽容能够起到很好的激励效果第101天　用人不疑，松开下属的手脚第102天　敢于任用你的竞争对手第103天　用比自己更出色的人第104天　善用有才能的人，克服嫉贤心理第105天　告诉员工他是你经过特选的第106天　英雄不问出身沟通篇第107天　沟通是一种最基本的职业技能第108天　打开所有的沟通渠道第109天　建立完善的沟通系统第110天　不要陷入沟通误区第111天　观其言行可知其心第112天　善于制造良好的交流氛围第113天　攻其不备第114天　与员工开展建设性对话第115天　做好沟通的准备第116天　沉默有时会胜过有声的说服第117天　采用最有效的沟通方式第118天　迂回沟通胜于强迫命令第119天　面对面的交流第120天　迂回是达到目的的最短途径第121天　有效掌握会谈沟通三要素第122天　用赞美代替指责第123天　做一个善解人意的倾听者第124天　正确对待员工的不满决策篇第125天　管理者需要掌握现场决策艺术第126天　管理者怎样才能做好现场决策第127天　关键时刻应该敢于拍板第128天　管理者要善于采纳意见第129天　减少管理层次第130天　克服果断决策的五大障碍第131天　最好的决策往往都来自于别人的建议第132天

群策群力，共同参与第133天　拖延决策的主要原因第134天　管理就是决策第135天　决策中要注意的问题第136天　决策检验方法第137天　善于运用不确定性决策目标篇第138天　目标是根本，任何工作都必须以目标为中心第139天　管理者要为员工指出前进方向第140天　帮助员工树立工作目标第141天　怎样判断自己的团队目标是否合理第142天　制定的目标要实际可行第143天　为自己的团队设立一个高目标第144天　只有想做“　第一”，才能成为“　第一”第145天　为企业规划远景目标第146天　远大目标的科学设定方法执行篇第147天　不能执行的计划不是好计划第148天　怎样让员工更有效地完成工作第149天　让下属掌握接受命令的方法第150天　根据员工特点合理分配任务第151天　执行力的关键第152天　考察员工执行力的十个要素第153天　有策略地安排任务第154天　让员工养成报告工作的习惯第155天　让员工自愿地执行任务第156天　培养员工如实汇报工作的好习惯第157天　不要轻信报喜不报忧的话价格篇第158天　高价并非不可行第159天　根据商品特性与消费环境合理定价第160天　进行有效的价格分解第161天　高价策略并非不可行第162天　用明亏暗赚法占有市场第163天　巧妙运用无敌价格战略第164天　反其道而行之，化危机为机遇第165天　拿出便宜的证据第166天　抓住顾客的心理定价第167天　价格之道无至理人际篇第168天　疏者密之，密者疏之第169天　多说“我们”少说“我”第170天　关键时刻要有耐心第171天　与人相处的基本原则第172天　学会换位思考第173天　巧用名字战略第174天　不要批评大多数第175天　搞好与下属的关系第176天　管理者如何团结对自己有意见的员工第177天　用人切忌感情用事第178天　对待员工应该一视同仁第179天　帮助员工建立良好的人际关系第180天　与下属保持良好关系的几个细节第181天　怎样与难以管理的下属共存成本篇第182天　密切地注意成本，就不用担心利润第183天　采取各种措施降低企业成本第184天　从细节上减少浪费，赚取最大利润回报第185天　变形虫成本管理模式第186天　粗瓷碗也可以盛咖啡第187天　在短时间内降低成本的秘诀第188天　节省每一分不必要的开支信息篇第189天　保持对信息的敏感性第190天　不要相信小道消息第191天　信息为本，商战无敌第192天　时刻都要遵循情报处理法则第193天　把信息放在　第一位，金钱就会滚滚而来第194天　将信息转化为财富第195天　健全企业的信息系统第196天　信息就是财富宣传篇第197天　名人效应可以让企业起死回生第198天　广告营销，攻心为上第199天　真诚求教，迂回营销第200天　站在“最好”的肩膀上，你就是行业领袖第201天　“形象策略”公关第202天　你的员工就是企业的活体广告第203天　制造新闻效应第204天　广告公关的力量诚信篇第205天　承诺是一项艺术第206天　说到就要做到第207天　哪些不能轻易向员工允诺第208天　管理者要做到言行一致第209天　轻易许诺的人不可信危机篇第210天　担负起应付的责任，损失巨大也在所不惜第211天　面对突发性危机，一定要显示企业的真诚第212天　为顾客着想就是为企业着想第213天　“危机公关”是公关人员的必修课顾客篇第214天　顾客就是上帝第215天　提供贴心服务，塑造良好形象第216天　永远为顾客省钱第217天　拿出你的真诚，顾客自会感动第218天　深入地了解服务第219天　培养员工树立正确的顾客观念第220天　让员工用真诚的心去打动顾客第221天　走动式管理，了解顾客和零售商第222天　了解顾客的真实需求第223天　回答顾客提问的五大步骤第224天　要善于揣摩顾客心理之一：面部表情第225天　要善于揣摩顾客心理之二：身体动作第226天　要善于揣摩顾客心理之三：身体姿态第227天　必须重视顾客的感受竞争篇第228天　面对一只狼勇往直前，面对十只狼赶紧撤退第229天　企业的成败取决于整体竞争力第230天　独特性创造竞争优势第231天　引导员工进行良性竞争第232天　导入分组竞争机制第233天　很多时候，竞争的前提是合作第234天　正确理解末位淘汰第235天　适者生存，末位淘汰第236天　末位淘汰并不是不对员工负责第237天　建立淘汰机制需要考虑的因素第238天　让你的团队成员主动展开竞争第239天　危机意识是一种强烈的生存意识奖惩篇第240天　合理地评价员工第241天　在企业中实施“热炉”法则第242天　把握奖惩的导向作用第243天　理解惩罚的目的第244天　选择合理的奖励方式第245天　把握好奖赏时机第246天　让犯错员工自己选择处罚方式第247天　别忘了激励幕后英雄第248天　适当满足员工的虚荣心第249天　杀鸡儆猴，警示他人第250天　奖励员工要遵循的原则第251天　让犯错者心怀愧疚第252天　避免奖励错误第253天　员工“犯上”怎么办第254天　采取必要的惩处措施激励篇催款要账篇库存管理篇关心员工篇批评指正篇会议管理篇领导艺术篇威信篇冲突处理篇营销篇综合篇

章节摘录

授权篇　第8天　成功管理者的最高境界　核心要素　老子在《道德经》第十七章中说：“太上，不知有之；其次，亲而誉之；其次，畏之；其次，侮之。”这段话的意思是说，真正高明的管理者并不插手具体的事务，而只是作为精神领袖存在。

理论阐述　有人这样总结说，管理者有3种境界。

第一种境界：事必躬亲。

管理者耗费大量的时间和精力事事管、时时管，对下属的工作总是不放心，此为下策。

管理者必须明白，“以身作则”指的是修养，而非具体工作。

品德良好，足以成为大家的表率就够了。

要轻轻松松做管理者，必须在工作方面做到“不在其位，不谋其政”，惟有如此，方能有所分工，大家各尽其责，协力合作，让员工去各司其职。

同时你也能成为一个轻松的管理者。

第二种境界是：有人分劳，管理者只掌握原则。

这是中策。

凡事都要管理者掌握原则，企业的规模便不可能大。

管理者时刻都要把精力放在公司的业务上，甚至无法出门远行或休假，因此，这个境界也绝非上策。

第三种境界是：无需管理。

这是企业管理的最高境界。

这需要企业拥有健全的企业管理制度、良好的企业文化和高绩效的工作团队。

管理启示　成功管理者的最高境界就是不用管理，所有员工都能各司其职，都能自动自发、称职地工作。

这一管理理念对你有何启示？

请拿起你的笔，记下你的所思所想。

编辑推荐

本书汇聚了当今世界管理大师及著名企业家的思想精华，这些人包括彼得·德鲁克、杰克·韦尔奇、比尔·盖茨、赫伯特·西蒙、迈克尔·波特、赫茨伯格等。
它将全面、快速地帮助你提升管理技能，让你在较短时间内成为一个卓有成效的优秀管理者。
系统掌握管理理论，全面提升管理技能。
管理就是把复杂的问题简单化，把混乱的事情规范化。
——杰克·韦尔奇　美国通用电气公司前总裁　管理不是独裁，一个公司的最高管理阶层必须有能力领导和管理员工。
——盛田昭夫　日本索尼公司创始人　我从不违背的管理原则是：去解决问题，迅速解决，不管是对还是错。
蕊最坏的事莫过于对问题置之不理。
——小托马斯·沃森　美国IBM公司前总裁　好的企业一定有好的管理规范，但最能使员工感受到企业巨大约不是一本本的规范，而是各级管理者的以身作则。
——松下幸之助　日本松下电器创始人　管理一家大公司，你不可以样样事情都自己亲力亲为，首先要让员工有归属感，使得他们安心工作，所以，你首先要让他们喜欢你。
——李嘉诚　香港和记黄埔集团主席　本书汇聚了当今世界管理大师及著名企业家的思想精华，将企业日常管理过程中遇到的各种难题及经过实践检验的各种管理方法和理论，用一年365天的形式串联起来，内容涵盖企业管理的各个方面，包括管理原则、授权、制度、文化、创新、用人、沟通、决策、目标、执行、价格、成本、激励等，既有理论技巧，又有经典案例，使读者在轻松阅读中提高自己的管理技能和管理效率。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com