

<<犹商>>

图书基本信息

书名：<<犹商>>

13位ISBN编号：9787302153238

10位ISBN编号：730215323X

出版时间：2007-7

出版时间：清华大学出版社

作者：张从忠

页数：294

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>

## <<犹商>>

### 内容概要

这是一部仅有的中小企业及创业者运作指南。  
它将指导中国企业像犹太人一样去“创造财富和持续发展”。  
就作品的内容而言，假设我们把犹太商业法则和彼得·德鲁克管理思想结合起来将会产生怎样的结果呢？

《犹商：中小企业及创业者运作指南》的前两篇是告诉人们犹太人是怎样运作的以及适合中小企业学习的成功法则有哪些；后三篇则是指导读者借鉴犹太商业法则进行实践，同时运用德鲁克的管理工具去取得成功。

为什么写犹太商人？

因为犹太人是创造财富的代名词，是名符其实的“世界第一商人”，其历经2000多年积累的商法可以帮助中国企业走出困境并且取得成功。

为什么要运用德鲁克管理思想？

因为在全世界懂得运用德鲁克思想的企业家中还没有出现失败者。

这正是万众期待《犹商》的原因所在。

<<犹商>>

作者简介

张从忠，知名管理专家和畅销书作者，现任《牛津商业评论》专栏作家，跨国公司全球业务增长顾问，跨国公司地区中高层训练导师。

主要学术贡献：将多种管理思想融合起来，形成具有中国本土特色的管理模式——“红色管理法则”

。

## 书籍目录

前言第一篇《塔木德》第一章 逆境中的犹太人第二章《塔木德》的形成第三章《塔木德》的凝聚力量第一节 安息日第二节 赎罪日第四章《塔木德》智慧第一节 诀窍第二节 保持不同立场第三节 超越自我第四节 明确的目标第五节 不可能中的可能第二篇 法则篇第五章 诚信法则第一节 失主买回赃物第二节《塔木德》商业判例第三节 信托责任的起源第四节 契约之民第六章 执行法则第一节 甬想把整个海洋煮沸第二节 先摘好摘的果子第三节 一次做好一桩事情第四节 不做能力之外的事第五节 有耐心的人能钓到大鱼第六节 借鞋子比赤脚快第七节 人格是信用的基础——华尔街之父J.P.摩根一、摩根的第一桶金二、华尔街神经中枢三、迫使美国总统就范四、世界的债主五、人格是信用的基础第八节 你必须节制第七章 谈判法则第一节 寻找各自需要的利益一、错误谈判的原因二、成功谈判的原则第二节 有限的权力是武器第三节 生命中的关键定律一、观念定律二、行动定律：不可犹豫不决三、信誉定律：信誉才是无价之宝四、赢利定律：给予即是获得五、发展定律：为自己营造一个良好的环境六、守住你的金矿第八章 金钱法则第一节 控制金钱的力量第二节 不贷款、不存银行一、绝对的现金主义二、不存银行第三节 犹太商业智慧第四节 头脑是你最大的资产第五节 挖掘才智第六节 相信自己的判断第七节 眼光盯着未来第八节 两头赢利第九节 让金钱散发温暖第九章 宇宙法则第一节 78:22法则一、赚女人的钱二、赚嘴巴的钱三、高价适销四、囚徒困境第二节 80:20法则第三节 时间法则一、运用时间价值去创造财富二、时间就是金钱三、神奇的三小时四、第克泰特法五、授权借时法六、会议节时法第四节 砍掉浪费时间的活动第五节 测试自己对工作的管理能力第六节 犹太家族创富史一、普利策的大智慧二、商学兼优的瓦尔堡家族三、通讯之王靠“速度”起家四、好莱坞的老板高德温五、钢铁大王卡耐基第十章 教育法则第一节 质量胜过数量第二节《塔木德》的教育第三节 犹太教育心得第四节 仅靠勤勉是不够的第五节 和谐相处第六节 入乡随俗第七节 人人都是百万富翁第三篇 用人篇第十一章 选人第一节 戴尔的招聘术一、钻石你肯定会亲自挑选二、相信制度的力量三、避免走后门四、招聘是一场理性的婚姻五、招聘中的话术第二节 通用的选人原则第三节 内部提拔的重点选项第四节 不胜任者的几种表现第十二章 育人第一节 英特尔的培训体系第二节 惠普育人之道第三节 GE的领导力培训第四节 最有价值的培训：“六西格玛”第五节“六西格玛”改造GE第六节 杰克·韦尔奇与电子商务第十三章 用人第一节 企业忠良第二节 德鲁克对张瑞敏的影响第三节 彼得·德鲁克的驭人之道一、管理职务的设计二、管理职务设计中六种常见的错误三、优秀管理者的六个特征四、一个管理人员有两项特殊的任务五、管理工作一般包含五项基本作业六、管理职权第四节 切实可行的年度计划第十四章 文化第一节 物本交易型企业文化一、物本交易型企业文化的五个特征二、物本交易型企业文化的优缺点第二节 权本等级型企业文化一、权本等级型企业文化的七个特征二、权本等级型企业文化的优缺点三、权本等级型企业文化的两种现实形式第三节 人本企业文化第四节 诚信友爱型企业文化一、诚信友爱型企业文化的五个特征二、诚信友爱型企业文化的优缺点第五节 民主平等型企业文化一、民主平等型企业文化的三个特征二、民主平等型企业文化的优缺点第六节 公平竞争型企业文化一、公平竞争型企业文化的三个特征二、公平竞争型企业文化的优缺点第四篇 运作篇第十五章 使命第一节 创造顾客第二节 谁是顾客，他们在哪里？第三节 顾客考虑的价值是什么第四节 顾客的尚未满足的需要第十六章 组织第一节 组织设计的逻辑一、明确性二、经济性三、远景的方向四、理解本身的任务和共同的任务五、决策六、稳定性和适应性七、永存性和自我更新第二节 职能制组织一、职能制的创造者：亨利·法约尔二、法约尔管理的14个原则三、职能制组织逻辑四、职能制结构五、能否弥补其缺点六、有限的适用范围第三节 任务小组一、任务小组的领导二、任务小组的优点和局限性。三、任务小组的适用范围第四节 联邦分权制一、艾尔弗雷德·P.斯隆：联邦分权制创造者二、联邦分权制逻辑三、联邦分权制的优点四、联邦分权制的必要条件五、规模的限制条件六、多小的规模就过于小了七、什么是“事业单位”第五节 模拟分权制一、模拟分权制的问题二、应用模拟分权制的原则第六节 系统组织结构第七节 简单性的必要第十七章 小企业的运作第一节 小企业必须注意些什么第二节 小企业需要高层组织和分工第三节 小企业必须有自己的控制和信息系统第四节 小企业必须“拧麻花”第十八章 中等企业的运作第一节 中等企业有三种不同类型第二节 联邦制的中等企业第三节 协作式中等企业第四节 中等企业运作秘诀第五节 中等企业智取大企业第十九章 大企业的运作第一节 大企

## &lt;&lt;犹商&gt;&gt;

业是非个人关系的第二节 近亲繁殖的危险第三节 什么是行不通的第四节 企业合并和企业收购第五节 企业出售和企业放弃第五篇 风险篇第二十章 解读风险第一节 巴菲特解读可口可乐第二节 要精于算计第三节 多射几箭准能中靶第四节 合作都是初交第五节 狡诈赚钱一、欧洲铁路支线投资二、巴纳特的“空手道”三、金钱才是永恒的交易第二十一章 如果危机来临第一节 企业为什么失败第二节 让美国继续转动起来第三节 祸患积于忽微第四节 企业危机公关一、危机公关第一步：主动承认问题二、危机公关第二步：消除负面影响三、危机公关第三步：重树品牌形象第二十二章 企业“知止”第一节 企业“止”为安第二节 索罗斯淡索罗斯第三节 学会打胜仗第二十三章 股神运作之道第一节 巴菲特的四项世界记录一、世界上最贵的股票二、全球最大资产规模的投资公司三、全球最精干的管理总部四、全球最贵的投资课堂第二节 从股神的视角看企业一、最正确的公司分析角度：如果你是公司的唯一所有者二、最关键的投资分析：企业的竞争优势及可持续性三、经济特许权：超级明星企业的超级利润之源四、最稳定的盈利：主业长期稳定的企业往往盈利能力最强五、公司财务报告阅读越多，能力越强六、最简单的持续竞争优势企业：巨大的经济商誉七、评估企业价值第三节 股票“相马术”一、优秀企业的特征二、管理原则三、不投资自己不懂的企业附录 潮商、浙商、晋商、徽商与犹商的比较参考文献

#### 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>