

图书基本信息

书名：<<管理学关键词·营销学关键词全知道>>

13位ISBN编号：9787542926838

10位ISBN编号：7542926837

出版时间：2010-11

出版时间：立信会计

作者：春秋 编

页数：385

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>

前言

任何学科都有自己既定的研究方法和研究范畴，被称之为学科领域。

构成某一学科领域的是一些特定的术语、概念、定理和框架。

如果你想用最短的时间掌握一门学科的入门知识，那么最佳的方法就是从这些特定的术语、概念、定理和框架入手。

本书把这些术语、概念、定理和框架统称为关键词，写给对管理学、营销学感兴趣的读者。

管理学（Management）是在自然科学和社会科学两大领域的交叉点上建立起来的一门综合性交叉学科，涉及数学（概率论、统计学、运筹学等），社会科学（政治学、经济学、社会学、心理学、人类学、生理学、伦理学、哲学、法学），技术科学（计算机科学，工业技术等），新兴科学（系统论、信息科学、控制论、耗散结构论、协同论，突变论），以及领导学、决策科学、未来学、预测学、创造学、战略学、科学学等。

当前，学术界对管理概念的表述很多，比较统一的认识是，管理是指人们为了实现某种预定目标而对有关对象进行计划、组织、指挥、协调和控制的综合性活动。

营销学（Marketing）是一门研究企业经营与销售活动的学科，是一个发现需求、满足需求的过程，包括了产品和服务的形成、定价、推广和流通的全部环节，目的是通过交换来满足个人和组织的需求。然而，随着知识经济的发展和现代管理的变革，涌现出了大批大家耳熟能详的管理学和营销学的热门词汇（包括舶来语），我们在经常应用的同时，却对其中蕴藏的更深层次的内涵和最新的理念，知之甚少，造成实践中的偏差和知识体系的缺失。

为此，编辑和出版本书将会为读者提供有价值的阅读体验。

内容概要

如果你想用最短的时间掌握一门学科的入门知识，那么最佳的方法就是从这些特定的术语、概念、定理和框架入手。

《管理学关键词·营销学关键词全知道（超值金版）》把这些术语、概念、定理和框架统称为关键词，写给对管理学、营销学感兴趣的读者。

《管理学关键词·营销学关键词全知道（超值金版）》开阔的学术视野，深厚的学术素养，增删多次，数易书稿，精心打造。

《管理学关键词·营销学关键词全知道（超值金版）》既通俗易懂，又形象生动、雅俗共赏。

书籍目录

上篇你不可不知的管理学关键词管理思想与大师有约,和经典同行现代管理理论是怎样起源的?——管理运动第一条汽车生产流水线是怎样产生的?——泰勒与泰勒制工人的动作会影响生产效率的高低吗?——动作研究效率低下是“官僚组织”的错误吗?——官僚组织模式为什么午饭前的工作曲线会下降?——工业心理学管理为什么能进入大学课堂?——一般管理理论为什么必须重视管理中“人的因素”?——霍桑实验如何建立一个协作良好的组织?——系统组织理论工作背后的行为动机是什么?——需要层次论为何控制结果就可以控制行为?——强化理论人性假设与管理方式有什么关系?——X理论和Y理论怎样对经营状况进行全面评价?——组织效能评价标准为什么员工喜欢打听别人的收入?——公平理论怎样才能使人真正有更好的业绩?——双因素理论高成就动机者一定是优秀的管理者吗?——成就动机理论激励的力量是怎样产生的?——期望理论德鲁克的有效管理者研究(1974)为什么“最佳”方案未必令人满意?——决策学派获得竞争优势的基本道路是什么?——竞争战略如何对组织不必要的环节进行彻底变革?——企业再造为什么文化和领导者是同一硬币的两面?——组织文化美国企业怎样向日本企业学习?——Z理论“第丘项修炼”到底修炼什么?——学习型组织管理经验500强的通用方法,最有影响力的实践如何识别管理的关键因素?——ABC分类法企业成功的“软件”和“硬件”是什么?——麦肯锡7S模型怎样激发有创意的方案?——头脑风暴法怎样充分发挥专家集思广益的作用?——德尔菲法为什么管理者应通过目标管理下属?——目标管理如何准确分析企业的现实情况?——SWOT分析法怎样塑造出员工的“好”行为?——行为矫正术怎样激发下属参与决策的热情?——参与管理你的公司适合推行弹性工作制吗?——弹性工作制为什么少量的顾客创造了大量的利润?——“80/20”法则向惠普学习什么?——惠普之道松下为什么强调“经营要留有余地”?——水坝式经营法为什么本田是技术和活力的代名词?——本田管理模式制造业最理想、具生命力的生产系统是什么?——丰田模式为什么蠢才也会得到提拔?——彼得原理如何管理员工的长处?——Lifo管理系统如何使人达成目标共识并有效完成复杂项目?——IBM的过程质量管理如何在多项业务间分配资源?——波士顿矩阵怎样具体应崩波士顿矩阵?——通用电气公司矩阵怎样提升功能、降低成本?——价值分析什么是全面质量管理?——TQM日本质量管理最高奖以谁的名字命名?——戴明质量管理法什么是“戴明环”?——PDCA循环如何实现管理的突破?——朱兰的质量管理论质量是怎样螺旋式提高的?——质量环如何实现质量99.9997%的合格率?——六西格玛管理如何让企业被更好识别并留下良好印象?——CI战略如何以顾客满意度为核心制定战略?——CS战略如何让知识成为价值创造的原动力?——知识管理为何锯掉管理者的椅子靠背?——走动管理法如何找出与同行的差距?——标杆管理法如何更敏捷地完成订单?——供应链管理如何管理客户关系——CRM战略基础管理如何持之以恒?——OEC管理联想成功的管理经验是什么?——管理三要素华为公司为什么不惧怕外国同行?——狼性文化管理法像卓有成效的管理者一样思考为什么要比对手抢先一步?——快鱼法则怎样让下属感受到管理者的温暖?——南风法则如何触发员工的自我控制力?——横山法则解决问题的第一步是什么?——阿什法则怎样教导违反制度的员工?——热炉法则为什么卡特总统承认错误后支持率会上升?——特里法则为何“重用即是奖励,信任才易胜任”?——秋尾法则为什么管理者要知人善任?——简道尔法则为什么老虎和狼不同时出现?——生态位法则为什么身教重于言传?——威尔逊法则为什么要把信息和情报放在第一位?——沃森法则利润率增长200%的秘诀是什么?——王永庆法则如何与团队成员建立合作与信任?——雷鲍夫法则如何激励别人达到巅峰状态?——赞美激励法则如何任用比自己强的人才?——奥格威法则为什么要把事故消灭在萌芽状态?——海因里希法则为什么80%成本由公司20%部门产生?——80/20法则管理效应管理是科学。更是艺术为什么事业平稳发展后成功会来得更快?——飞轮效应为什么细节决定成败?——蝴蝶效应赢家通吃的商业社会里如何生存?——马太效应为什么犯一次错只能批评一次?——超限效应为什么很多企业会被“变革”牵着鼻子走?——配套效应为什么企业鼎盛期的员工离职率反而会高?——镜面效应为什么会根据应聘者的形象来选人?——首因效应偷奸耍滑者为何得到很好的评价?——近因效应业绩好的销售员一定可以胜任销售主管吗?——晕轮效应为何人们喜欢“随大流”?——从众效应为什么有时候先表明态度会比较有利?——名片效应为什么默契的关系需要双方学会妥协?——磨合效应如何理解“兵熊熊一个,将熊熊一窝”?——鲶鱼效应为什么说竞争是造就强者的学校?——犬獒效应为什么“问题员工”也是有价值的?——马蝇效应为什么抱怨多的公司有可能更成功?——牢骚效应危机意识

对企业的发展有多重要?——青蛙效应为什么“空降兵”能激发企业的活力?——鲶鱼效应为什么很小的力量可以引发巨大的变化?——多米诺效应为什么提大要求之前要先提小要求?——登门槛效应为什么让对方先拒绝会对自己比较有利?——留面子效应为什么需要重视被其他公司淘汰的人?——懒蚂蚁效应为什么跟在别人后面会付出无用的努力?——毛毛虫效应为什么奖金有时会削减工作积极性?——过度理由效应什么事情员工：会牢记在心?——自我参照效应为什么硅谷企业用自己的产品击败自己?——自吃幼崽效应为什么犹豫不决是决策的大忌?——布里丹毛驴效应为什么殷切期望的事情终会发生?——皮格马利翁效应管理定律入门的阶梯。

提升的跳板为什么得罪1个人意味着得罪了250个人?——“250定律”为何不能同时设置两个目标两套标准?——手表定律怎样找出企业的战略短板?——木桶定律为何赛跑时不一定快的赢?——鲁尼恩定律为什么陷入市场者获利最多?——达维多定律为什么“民少官多，最易腐败”?——苛希纳定律不称职者的为官之道是什么?——帕金森定律为什么态度决定成败?——不值得定律为何辞退不合格的员工要快?——酒与污水定律为何让员工参与足一种激励手段?——麦克莱兰定律为什么“有争论才有高论”?——波克定理.....下篇你不可不知的营销学关键词

章节摘录

插图：动作研究是研究和确定完成一个特定任务的最佳动作的个数及其组合。

弗兰克·吉尔布雷思被公认为动作研究之的先行者。

弗兰克·吉尔布雷思对动作的研究始于早年对建筑工人砌砖的研究。

1885年，弗兰克通过了麻省理工学院的入学考试，却因家庭困难没有入学，而是进入建筑行业，并以一个砌砖学徒工的身份开始了职业生涯。

后来，他成为建筑工程师，被晋升为承包公司总管，不久又成为独立经营的建筑承包商。

在工作中，弗兰克发现工人们砌砖的动作各不相同，速度也有快有慢。

由此，他对砌砖动作和速度生了兴趣，他仔细观察砌砖工在工作中作用的各种动作模式，探索究竟哪一种动作模式是最好而效率最高的。

例如，在砌外层砖时，他把砌每块砖的动作从18个减少到4, 5个；在砌内层砖时，把动作从18个减少到2个，使每个工人一小时的砌砖动作数从120块增加到350块。

他还想出了一种堆放砖的方法，使工人不用像往常那样检查砖的哪一面最好。

他设计出一种可调整的支架，使得工人不必像往常那样弯腰取砖。

他还调制了一种有精确浓度的灰浆，使得砌砖时不必多余地用泥刀涂抹。

弗兰克于1904年同莉莲莫勒结婚。

莉莲毕业于加州大学，是美国第一个获得心理学博士学位的妇女，被称为“管理学的第一夫人”。

从此，吉尔布雷思夫妇共同开始了改进工作方法的探索。

吉尔布雷思夫妇在动作研究中主要采用观察、记录并分析的方法。

为了分析和改进工人完成一项任务所进行的动作和顺序，他们率先将摄影技术用于记录和分析工人所用的各种动作。

由于当时的摄影技术无法确定一个动作所花费的时间，他们还发明了一种“瞬时计”的设备，可以记录1/2000分钟的时间。

用这种瞬时计进行现场摄影，就可以根据影片分析每一个动作并确定完成每一个动作所需要的时间。

为了在影片中更清楚地描述出一组动作的顺序，他们在工人的手上绑上一个小电灯泡，并显示出时间。

这样，所拍摄的电影中的灯光轨迹就表示完成某一工作所用的动作模式。

但是，这种没有变化的灯光轨迹却不能确定动作的速度和方向。

因此，他们又在电路中增加了一个间断开关，使得灯泡可以时亮时暗，这样，可以利用这种装置从影片拍摄灯泡痕迹的长度和方向来确定动作的加速、减速和方向。

吉尔布雷思夫妇通过对于动作的分解研究发现，一般所用的动作分类，如“移动手”，对于细致分析来说是过于粗略了。

因此，吉尔布雷思把手的动作分为17种基本动作，他把这些叫做分解动作。

编辑推荐

《管理学关键词·营销学关键词全知道(超值金版)》：通过书中的关键词，我们能了解到：现代管理理论是怎样起源的?为什么午饭前的工作曲线会下降?为什么员工喜欢打听别人的收入?“第五项修炼”到底修炼什么?你的公司适合推行弹性工作制吗?为什么蠢才也会得到提拔?为什么老虎和狼不同时出现?为什么犯一次错只能批评一次?什么事情员工会牢记在心?为何不让试穿的服装店永远没有生意?故宫的门票为何一涨再涨?为何会有人“不买对的，只买最贵的”?为什么美国和欧洲都曾要求分拆微软?什么是“旺季取利，淡季取势”?贿赂顾客能赢得顾客信任吗?为什么可口可乐也销售咖啡?点亮关键词汇解析文化热点管理运动 动作研究 霍桑实验 公平理论Z理论 目标管理 彼得原理 价值分析4P营销 4C营销 4V营销 4R营销 共生营销 互补营销 免费赠送 品牌再造管理经验500强的通用方法，最有影响力的实践管理法则像卓有成效的管理者一样思考管理效应管理是科学，更是艺术管理定律入门的阶梯，提升的跳板营销理论市场的演变与前沿的实践营销战略在竞争中发现利润区营销战术给对手“致命的一击”产品策略畅销品背后的智慧定价策略洞察消费的心理通路策略在合适的地方销售合适的产品广告与公关策略无处不在的沟通，无处不在的商机营业推广与人员推销销售促进的艺术客户关系管理让20%的客户创造80%的利润品牌管理基业长青的利器

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>