

MBA精读系列

MBA 一日读^{2.0}

一日之内学完知名商学院的全部课程

[美] 史蒂文·斯特尔泽 (Steven Stralser) ◎著

王晔◎译

有了这本MBA入门级教程，重要商业法则尽由你掌握

MBA IN A DAY 2.0

WHAT YOU WOULD LEARN AT TOP-TIER BUSINESS SCHOOLS
(IF YOU ONLY HAD THE TIME!)

中信出版集团

MBA精读系列

MBA一日读

一日之内学完知名商学院的全部课程

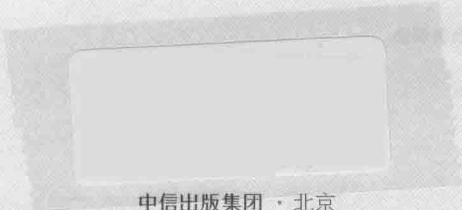
[美] 史蒂文·斯特尔泽 (Steven Stralser) 著

MBA IN A DAY

2.0

WHAT YOU WOULD LEARN AT TOP-TIER BUSINESS SCHOOLS

(IF YOU ONLY HAD THE TIME!)



中信出版集团·北京

图书在版编目(CIP)数据

MBA一日读 2.0: 一日之内学完知名商学院的全部课程 / (美) 史蒂文·斯特尔泽著; 王晔译. -- 北京: 中信出版社, 2018.2 (2018.4 重印)
(MBA精读系列)
书名原文: MBA IN A DAY 2.0: What you would learn at top-tier business schools
(if you only had the time!)
ISBN 978-7-5086-8479-6

I. ①M… II. ①史… ②王… III. ①工商管理
IV. ①F203.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第316807号

MBA IN A DAY 2.0: WHAT YOU WOULD LEARN AT TOP-TIER BUSINESS SCHOOLS (IF YOU ONLY HAD THE TIME!) By STEVEN STRALSER PH.D.
Copyright: © 2016 STEVEN STRALSER PH.D. This edition arranged with KLEINWORKS AGENCY Through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.
Simplified Chinese edition copyright: 2018 CITIC Press Corporation
All rights reserved.
本书仅限中国大陆地区发行销售

MBA一日读 2.0: 一日之内学完知名商学院的全部课程

著者: [美] 史蒂文·斯特尔泽

译者: 王晔

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承印者: 中国电影出版社印刷厂

开本: 880mm × 1230mm 1/16 印张: 16.5 字数: 155千字

版次: 2018年2月第1版 印次: 2018年4月第2次印刷

京权图字: 01-2017-6692 广告经营许可证: 京朝工商广字第8087号

书号: ISBN 978-7-5086-8479-6

定价: 48.00元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com

谨以此书献给我的父亲哈罗德（Harold），一位在很多方面都是我的偶像的男人。

推荐语

史蒂文·斯特尔泽是一位不可多得的人才。现在，具有如此学识而又愿意与他人分享自己知识的人已不多见。斯特尔泽教授的建议对于商科专业人员十分重要，而且，即使专注于创意工作的文艺工作者也可以通过阅读《MBA 一日读》，提高他们的商业技能。

——博比·伦纳德（Bobi Leonard），零售商 Arcara 公司 CEO

斯特尔泽教授在《MBA 一日读》中的观点对于渴望成功的创业者来说是极其重要的。这些观点能使繁忙的初创企业的创业者迅速了解稳妥实用的思维方式，解决他们经常碰到的现实商业问题。

——迈克尔·胡尔（Michael Hool），罗杰斯 & 西奥博尔德（Rogers & Theobald）有限责任公司合伙人，亚利桑那州风险投资会议主席

我亲眼见证了《MBA 一日读》是如何应用于实践的。我们公司依照这本书的内容，为医生组织了多次生动的研讨会。这本书中提供的信息十分关键，同时又浅显易懂，受到了与会者的极大重视。基于此，我相信读

这本书的任何人都可以从中获得实用且可实践的知识，以帮助他们更好地处理职业生涯中的商业事务。

——悉尼·奥尔巴克 (Sidney Auerbach)，注册药剂师，
全球医疗保健宣传 (Worldwide Healthcare Communications) 公司董事长

对于使用“街头技巧”或是凭借自己的独特理念和对行业的深刻理解，取得一定成功的企业家而言，这本书都是必读书目。斯特尔泽教授在他的新书中生动地描述了MBA的基础知识，它就像是一个得心应手的工具箱，能够给予读者启示，帮助他们的组织成功地度过初创阶段，实现可持续的发展。

——斯蒂芬·林德斯特伦 (Stephen Lindstrom)，Behcon 公司联合创始人、诊所所有人和管理者，亚利桑那大学 McGuire 创业项目兼职讲师

对于想要管理公司或已经在从事这一工作的人而言，《MBA一日读》中包含的信息既深刻又实用。作为一家年轻的、正在不断发展的公司的董事长，我发现这本书阐释的基本概念不仅弥补了我实践经验的缺陷，还额外教给了我重要的商业原理。

——艾利森·乔泽恩 (Alison Chozen)，Sterling 松露吧
创始人兼董事长，Mosaic Event Mangement 公司联合创始人

繁忙的业内人士接受的密集职业培训常常会遗漏营销学、会计学、金融和管理等重要方面，而斯特尔泽教授的这本书恰好提供了这方面的指导，简单易读。

——奎因·威廉斯 (Quinn Williams)，GT 国际律师事务所
(Greenberg Traurig, LLP) 新兴企业和风险资本事业群主席

斯特尔泽教授的《MBA 一日读》为我们理解基础商业概念提供了实践指南。这一珍贵的资源为我们发展管理小型企业或业务所需的技能提供了实训机会，这些技能包括营销和推广、金融管理、领导技巧和信息技术等。要想发展你的公司，这本书是不二选择！

——克里斯蒂娜·莫罗（Christine Mauro），
EURO RSCG 广告和公关公司副总裁

虽然我在一家非营利治疗中心担任执行董事已 20 年，具备咨询行业重要的专业知识，但我遇到的最大挑战恰恰源于缺乏基本的商业技能，而这是学校里不会教的知识。任何从一线岗位脱颖而出进入管理层的人都应购买这本简单易读的指南，它可以帮助你们有效管理公司！毫无疑问，这是我最常使用的一本手册。

——斯蒂芬妮·奥尔（Stephanie Orr），CASA 执行董事

再版说明

《MBA 一日读》初次面世时，恰逢谷歌公司首次公开募股筹得 16.7 亿美元的资金；脸书（Facebook）刚刚上线，仅向哈佛大学的学生开放。从那以后，世界发生了巨大的变化。当年，我们都已经共同认识到：生活在日益全球化的经济体制中的我们相互依赖，并且我们中的绝大多数人都受到了这种依赖性的影响。当今世界已经变得更加数字化、移动化和网络化，时间不再以天、周或月计算，而是用毫秒度量。这种数字经济改变了我们购物、工作和社交的方式，并且还影响了我们的每项日常活动。

《MBA 一日读 2.0》重点介绍了一个更加数字化、全球化且联系更为紧密的世界。作者用简单易懂的语言，深入浅出地呈现了知名商学院 MBA 课程中才会出现的重要概念，并向读者承诺始终介绍“最领先的”内容。

前 言

当然，你不可能一天就获得 MBA 学位——问问那些投入几个月或几年时间完成这一极具挑战性和回报性的任务的人，他们肯定认同这一说法。但是，这是一本你能找到的、不可多得的好书，它用浅显易懂的语言和国际商学教育——工商管理硕士——的黄金标准介绍 MBA 概念和原则。

本书背后的故事源于我多年全职讲授 MBA 课程的经验。在教学过程中，我开始注意自己认为非常有趣的东西。每个学期，除了脱产就读 MBA 课程的“传统”MBA 学生以外，我总会找到一两个远离这类主流商业公司的“门外汉”，如医生、律师、非营利组织的行政管理人员或小公司的所有者或企业家。

你不用很久就会发现这一趋势代表了这类文化水平较高的专业人士（在他们的专业领域受过良好教育）的潜在兴趣和需求，也是从“商业角度”认识他们的职业生活。

这类没有受过商业培训的专业人士想要弥补这一空白，并学习他们职业生涯中所需要的商业原则和概念，但这些原则和概念并不会在医学院或

法律、工程、建筑、兽医或其他十分专业的课程中讲到。

我还意识到对于每一位能够花时间学习 MBA 课程的医生、律师、建筑师或企业家而言，他们的时间都非常紧张，他们每天都需要面临做好工作、经营一家小公司或开创一项新事业的挑战。这些成功的专业人士一定能够通过学习 MBA 课程中的重要原则和概念而获益，本书的撰写也是为了满足他们的需求。

你在本书中了解到的概念和原则不仅是全日制 MBA 学生会学到的基本知识，还是可供专业服务提供商、小型企业主、企业家和公司及行业应用的技能。这些原则或概念不是针对某一行业或职业的——它们是经典的、战略性的，可用于当今复杂的经济环境中的核心知识。

本书主要分为四个部分，每部分分章节叙述。

第一部分 人：管理和政策

第 1 章 人力资源

指出所有公司的工作都源于并围绕人或人力资本展开；讨论如何更好地利用人力资源，既包括人员筛选、培训和发展，也涵盖歧视、骚扰和残疾等方面的禁忌和规定；探讨聘用、解聘和晋升政策。

第 2 章 组织行为

描述可供选择的组织结构、设计方案及各自的优势和劣势；阐释如何构建并维护适当的组织文化，包括可以适应环境的不断变化而成功发展的学习型组织；还探讨创建创新文化（领导者要将新的理念、产品、工艺或服务项目转变成可盈利并经济上可持续的驱动器）所需要了解的信息。

第3章 领导力和团队建设

分类叙述多种领导风格及其各自的优势和劣势；探讨在组织变得愈加复杂和专门化的背景下，如何利用团队使效率最大化；阐明团队最成功和最失败的状态，应该如何筛选团队成员，如何管理和协调团队以及如何培养有力的团队领导者。

第4章 道德标准

关注管理人员应在商业道德不断演变的背景下做出怎样的决定才恰当；依据安然等公司的案例研究，为如何恰当评判决策、信息公开和财务陈述提供生动的指导。另外，这一章对公司作为公民进行了探讨：企业的社会责任不仅仅是“追求环保”，而应是制定战略和长期盈利政策时考虑的核心要素。

第5章 谈判

探讨争端的解决，了解针对组织及其利益相关方面临的问题并达成共识的过程。本章向读者说明了如何准备谈判、制定目标和重点事项，以及选择策略和最后的立场。本章还会展示针对多个角色的谈判脚本及谈判中运用的多种策略，并阐述谈判中可以做和不可以做的事情。

第二部分 货币：经济学、财务和会计学

第6章 会计学基础

解释会计学中语言的意义和一致的重要性；讨论记录收入、支出和组织活动结果的基础原则；阐释现金会计制度与应收应付制会计制度，收入

和支出的匹配，以及资产贬值背后的原理。

第7章 财务管理

基于之前的章节，探讨财务管理中财务报表的重要性；用通俗易懂的语言展示技术性的信息；教会读者应如何解读和理解财务管理工具，并如何运用基本会计原则来诊断组织财务状况是否良好。

第8章 经济学：地方、全国和全球

探讨经济学用于评估供应和需求的用语；详细阐述国家、公司和个人如何应用稀缺资源（宏观和微观经济学）；培养“全球意识”，以及实现组织长期金融可持续性的重要性。

第三部分 市场和战略

第9章 营销、战略和竞争力分析

为读者提供了如何审视竞争对手、行业及其所在市场的发展趋势和优劣方面的信息；探讨影响组织竞争环境的力量。

第10章 沟通和展示

概述组织应如何通过向顾客、客户和利益相关者告知并使他们相信产品和服务的优势来提高利润；阐释了如何以及何时使用广告、公关、直销和基于关系的促销活动；概述了在日益数字化的世界中的社交媒体、网络营销和促销，以及建立成功的营销网站的重要组成部分。

教授读者如何“讲故事”及如何向观众或市场传播信息的基础知

识；阐述影响劝说、展示内容的因素，并列明了可以做和不可以做的事件。

第四部分 系统和过程：管理信息系统

第 11 章 项目管理

向读者解释了如何从头到尾应对具体项目，并对它们进行有效管理；描述灵活度的重要性，并指出公司通常不会持续运营，而更易井喷式地完成某些任务；向读者展示了如何识别这些阶段，并对其有效管理；探讨如何运用技术提高项目管理的效率。

第 12 章 管理信息系统

探讨管理信息系统（Management Information System，缩写为 MIS），以及它们如何帮助管理人员进行组织并根据系统数据做出决定。简言之，有效的 MIS 有助于沟通，凭借这一原则（仍旧真实）可得出：通常情况下，多人要比个人的成就大。广为人们接受的协作和沟通概念仍是商业的核心。MIS 致力于有效收集、编辑信息并将其传达给多数人。

第 13 章 网络和物联网

讨论当今网络环境和技术驱动组织的要素；探讨“软件即服务”（Software as a Service，缩写为 SaaS）和移动平台模式，运用技术提高组织效率和有效性，并使用网络作为提高内部组织效率的载体。

第14章 质量管理体系

讨论最受重视的衡量工具及其背后的哲学观念在揭示重要组织价值观方面的意义。这类体系包括用于评估和提高组织内部质量的六西格玛方法、全面质量管理和持续质量改进，以此评估绩效和组织竞争力。

致 谢

本书的完成得益于雷鸟全球管理学院（Thunderbird School of Global Management）MBA 毕业生组成的研究员、作者和贡献者的强大团队。我有幸在这所实验性的学院教过和指导过他们中的许多人。而这所学院培养出的学生多是训练有素、学识广博的跨国公司管理者和领导者。

团队队长莱诺拉·E. 佩珀（Lenora E. Peppers），MBA-IM 专业，是众筹平台 KickStart 营销公司的董事总经理，刚刚被任命为雷鸟独立校友会（Thunderbird Independent Alumni Association）的执行董事。阿瑟·霍尔库姆（Arthur Holcombe），MBA 专业，是伦敦 Snupps 有限公司的董事总经理。罗纳德·J. 格林（Ronald J. Greene），MBA 专业，是得克萨斯州奥斯汀贝莱德集团的创始人和管理合伙人。贾克森·雷文斯（Jaxon Ravens），MBA 专业，是华盛顿州民主党执行委员会主席。萨基·帕特尔（Suchi Patel），MBA 专业，是马萨诸塞州波士顿 Vistaprint 公司的客户需求分析经理。艾利森·凯泽（Allison Kaiser），MBA 专业，是加利福尼亚州奥克兰 CDC 小企业融资公司（CDC Small Business Finance）的创新业务副总裁。雷切尔·内弗特（Rachel Neft），MBA-IM 专业，是

True Value 五金公司芝加哥办事处的营销经理。

最后，我想向我生命中重要的女性表示感谢：我的新婚妻子，罗斯玛丽（Rosemary），感谢你愿意与我共同冒险，并愿意陪伴我共同面对未来生活中的艰险……我的两个女儿，艾米（Amy）和马西（Marcy），你们在做母亲和妻子的同时，还都是成功的职业女性，我为你们所取得的成就而自豪！我聪明的外孙们，哈里森·尼斯（Harrison Neiss）、贾斯汀·刘易斯（Justin Lewis）和诺厄·刘易斯（Noah Lewis），你们都以自己的方式取得了成功，在写作本书的过程中，我一直都很想念你们。

目 录

CONTENTS

推荐语 /III

再版说明 /VII

前 言 /IX

致 谢 /XV

第一部分 人、管理和政策

第1章 人力资源 /002

人力资源规划和战略的制定 /002

人力资源规划的实施 /005

360 度评估 /012

绩效管理系统 /015

作为竞争优势决定因素的人力资源管理 /015

小 结 /017