



剑桥商务管理百科全书

*An Encyclopaedia of Cambridge
Business Management*

剑桥教育培训管理

R.R.ARROW

韩 枫

编译



光明日报出版社

剑桥商务管理百科全书·第十分册

剑桥教育培训管理

R. R. ARROW 编 译
韩 枫

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

剑桥商务管理百科全书/R. R. ARROW, 韩枫编译.
—北京: 光明日报出版社, 2002.10

ISBN 7-80145-622-X

I. 剑… II. ①R. …②韩… III. 企业管理—基本知识
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 076325 号

剑桥商务管理百科全书
光明日报出版社出版发行
(北京永安路 106 号)
邮政编码: 100050
电话: 63082642
新华书店北京发行所经销
华北油田廊坊华星印刷厂印刷

※

787×1092 毫米 1/16 印张: 258 字数: 4680 千字

责任编辑: 汪 滨

2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1-1000 套 ISBN 7-80145-622-X/F

定价: 2380.00 元 (全十二卷)

编译委员会

- 项目主办 剑桥大学应用经济学院
- 项目协办 剑桥商务研究项目信托公司
- 专家顾问团 约翰·丹西 (John Dancy) 教授
迈克尔·克拉彭 (Michael Clapham) 爵士
大卫·戴尔 (David Dyer) 爵士
尼古拉斯·古德森 (Nicholas Goodison) 爵士
大卫·迈德尔顿 (David Myddelton) 教授
奥斯汀·罗宾逊 (Austin Robinson) 爵士
彼得·泰尼斯伍德 (Peter Tinniswood) 爵士
- 主任委员 尼尔·M·格拉斯博士 (毕业于剑桥大学与华威大学商学院)
J·H·塔格特教授 (剑桥大学应用经济学院)
M·C·麦克德莫特研究员 (经济学家情报社 EIL)
- 编委会主任 R.R. ARROW (中国人民大学工经系教授 全国 MBA 教育考试
指导委员会委员 中国企业管理研究会常务委员)
韩枫 (中国高等院校市场学研究会副会长 黑龙江商学院教授)
- 编 译 (按姓氏笔划为顺)
文长春 (黑龙江大学哲学与行政管理专业讲师, 博士)
冯 哲 (中国人民大学经济学院工商管理专业硕士 信息市场
报主编)
吕建忠 (武汉大学计算机系硕士 清华大学经管学院国际经济
专业博士)
汪玲玲 (西南联合大学计算经济专业博士)
何银虎 (中国人民大学国际贸易与市场营销学双学士)
张春雷 (清华大学经管学院博士 助理研究员)
李双丽 (中国人民大学 MBA 国际金融专业博士)
杨述兴 (中国人民大学法学博士)
杨怀旭 (北京大学光华管理学院硕士)
周 文 (中央民族大学国际金融学专业博士)
韩冬辉 (中国人民大学财金学院博士)
韩泰伦 (北京师范大学历史系硕士 英语专业博士)

鸣谢：

本书参考美国同行以下项目的实践研究成果

1. 科罗拉多大学 (University of Colorado) 与《广告时代》杂志 (Advertising Age) 共同对 240 个美国企业所做的研究。
2. 西北大学 (Northwestern University) 与美国广告代理商协会 (American Association of Advertising Agencies) 合作研究以美国为据点的超大型企业。
3. 任教于克兰菲尔德大学管理学院 (Cranfield's School of Management) 的海伦·米切尔教授 (Helen Mitchel) 对英国企业进行的研究。
4. 印度孟买奥直销广告公司 (Ogilvy & Mather Direct) 的斯里德 (R.Sridhar) 对印度企业的研究。
5. 哈佛大学商学院罗伯特 F. 迈格斯 (Robert F.Meigs)、简 R. 威廉姆斯 (Jan R. Williams)、苏珊 F. 哈卡 (Susan F.Haka) 和马克 S. 贝特纳 (Mark S.Bettner)，四位作者在国际财经领域的教学和研究的经验成果。

特此鸣谢！

总 序

本丛书为国际工商管理与商务决策的学习者展示了一套新颖的方法。经过全球化商务时代近 20 年的发展、充实和完善,该丛书不仅可以帮助人们认识国际商务活动的性质和目的,而且也有助于激发人们的智慧。它适用于具有卓越管理智慧与杰出管理才能的跨国公司总裁、大型商务组织 CEO、遍布全球各地的生产与制造企业经营管理有关人员及具有或正在取得 MBA 学历的相关人员。

本丛书对组织机构内部人们所遇到的疑难问题及他们的行为进行了分析认知。丛书的正文部分讨论了这些疑难问题的性质,并探索了有助于解决这些问题的概念和原理;练习内容则选自工商业组织、公营和私营部门以及非营利机构的案例。学完本丛书,会对企业团体和组织机构的运作有一个全面的了解,为从事商务工作的人员或专业人士提供帮助。

作为解决问题的一种方法,决策分析需要集思广益,形成切合实际的有效解决方案,并使人们明确解决问题的目的和所面临的挑战。任何企业组织唯有通过决策分析决定怎样在不断变化的环境中,实施和控制各种活动,才能力求达到大体上经过缜密规划的目标。本丛书仔细考察了决策分析的过程,为人们提供了全面实质的认识。

全书共分为《剑桥商务哲学经典》、《剑桥商务组织管理》、《剑桥营销生产管理》、《剑桥财务会计管理》、《剑桥资本运营管理》、《剑桥人力资源管理》、《剑桥战略企划管理》、《剑桥国际商务管理》、《剑桥投资金融管理》、《剑桥教育培训管理》、《剑桥电子商务管理》、《剑桥沟通控制管理》等十二册。汇集了各种商务决策理念,以考察实际运用决策技巧的能力。

根据剑桥大学和商务研究项目信托公司最新材料,重新修改编译出版的本套丛书,经精心设计以满足商务专业人士和师生的需求。所选材料内容新颖,联系实际,形式多样。管理类专业可使用本丛书向从业人员介绍和分析概念;高等教育的管理课程则可用它作为基本教材,也可选用其中的经过反复验证的时新案例;研究生和具有研究生

同等学历的学生可以选择使用本丛书中的任何一册，也可使用全套十二册。为满足不同的需要，丛书中的每一册既可配套使用，又可单独使用。

丛书具有相同的章节格式：

- 各章列出学习纲目和内容提要，以便学习目的和章节内容清晰明了；
- 每篇课文联系实际，解释透彻，并附有适用性强的案例；
- 各课的案例部分为学习、应用和讨论提供了详尽的材料。

本丛书的原理、方法和内容是在与商界人士和教师们进行探讨后编写而成的，而取得的教学经验又使正文内容和大部分练习更为完善。同时感谢沃尔芬森基金会、艾斯梅·费尔巴恩信托公司、壳牌国际、B.P. 润滑油公司和中国图书进出口总公司给予的慷慨帮助；也同样感谢本丛书参考的美国同行有关研究资料的作者，他们将丰富的专业知识与睿智的创新思想融入了本套丛书。

丛书编译主持人 R.R. ARROW

2002 年 10 月

前

言

全球化时代的企业面临着全新的环境和空前的挑战，应对之策很多，其中当务之急，就是要对企业的经营管理者进行全方位的现代商务培训教育。

杰出人才源于卓越的教育。

剑桥商务课程教育，为世人誉为培训“工商骄子”、“管理精英”的摇篮，其教学内容繁多，体系庞大，其精髓在于：

培养一种追求成功的冲动和创造力；塑造一种充满个性的意识和自命不凡的超前理念；锻造一种超群的能力、胆识和品质；创造一种与财富、权力、荣誉共生的理想和毅力。

该书的编著者有长期从事国际工商管理教学的教授，更重要的还有早期接受过剑桥商务培训教育的现职经理人的参与。正是如此，本书在参考了美国一些著名商学院剑桥商务培训课程精华之处的同时，又融合了许多日本企业、中国企业的成功经营思想，使得内容简明扼要，重点突出，条理清晰，并继承了富有特色的案例教学，从而使全书成为融知识性、实用性、可读性于一体的职业经理人读本。

总 目 录

- 第一分册 剑桥商务哲学经典
- 第二分册 剑桥商务组织管理
- 第三分册 剑桥营销生产管理
- 第四分册 剑桥财务会计管理
- 第五分册 剑桥资本运营管理
- 第六分册 剑桥人力资源管理
- 第七分册 剑桥战略企划管理
- 第八分册 剑桥国际商务管理
- 第九分册 剑桥投资金融管理
- 第十分册 剑桥教育培训管理**
- 第十一分册 剑桥电子商务管理
- 第十二分册 剑桥沟通控制管理

目 录

绪 论	(1)
-----------	-----

一位公司高层主管曾经抱怨：“我在公司中的作用非常明显，但是他们没有注意到。”这就是为什么现在比以前更需要培训的最佳例证。

如果别人正在考虑培训而你却没有考虑到，那么你将在竞争中处于劣势，这就是最后结局。所以你必须成为自己的培训者。只要有正确的指导，这并非难事。

第1章 剑桥商务培训的导入	(3)
本章纲目	(4)
内容提要	(4)
1.1 现在比以前任何时候都需要培训	(5)
1.1.1 先行案例：一位女主管的改变	(5)
1.1.2 商务培训的导入	(5)
1.2 剑桥商务教育与培训都做些什么？为什么如此重要？	(6)
1.2.1 剑桥商务教育与培训到底是怎么回事？	(6)
1.2.2 为什么现在比以前更需要培训？	(6)
1.2.3 为什么培训在企业界成为热门话题？业务蒸蒸日上？	(6)
1.2.4 什么时候需要培训？	(7)
1.2.5 谁能胜任培训工作？	(8)
1.2.6 培训期间都做些什么？	(8)
1.2.7 培训对你有何益处？	(10)
1.2.8 公司如何受益？	(10)

1.2.9 能否进行自我培训?	(11)
1.3 培训是为了你自己以及你生活中最重要的人.....	(11)
1.4 失策的浪费.....	(12)
本章小结	(13)
案例分析	(13)
案例 1	(13)
案例 2	(14)
案例 3	(15)
案例 4	(15)
案例 5	(16)
案例 6	(17)
案例 7	(17)
 第 2 章 把握时机, 开始训练	(20)
本章纲目	(21)
内容提要	(21)
2.1 选择出发点: 风格与内容.....	(21)
2.1.1 先行案例梦想与现实.....	(21)
2.1.2 风格与内容的对比.....	(22)
2.2 什么阻止了你?	(25)
2.2.1 害怕.....	(25)
2.2.2 技巧.....	(26)
2.3 个人授权.....	(27)
2.4 处理好事情需要付出努力.....	(28)
本章小结	(29)
案例分析	(29)
 第 3 章 剑桥商务培训方法	(31)
本章纲目	(32)
内容提要	(32)
3.1 剑桥商务培训.....	(33)
3.1.1 先行案例: 采访与假设.....	(33)
3.1.2 说服杰出人物的方法.....	(34)
 2 剑桥教育培训管理	

3.2 开始, 继续, 但永远不要终止你的自我培训·····	(35)
3.3 准备反思自己·····	(36)
3.4 自我反思的第一部分: 写出你的生活经历·····	(37)
3.4.1 早期岁月·····	(38)
3.4.2 中期岁月·····	(38)
3.4.3 直到现在·····	(38)
3.4.4 现在和将来·····	(39)
3.4.5 全部授与选择权·····	(40)
3.4.6 你做的事是为了锻炼你的大脑, 还是锻炼你的身体? ·····	(40)
3.4.7 你是和大家一起工作还是自己单独工作? ·····	(41)
3.5 自我反思的第二部分: 评价自我·····	(41)
3.5.1 问题: 如果我是·····, 我会成为哪一种? ·····	(42)
3.5.2 14 个问题, 回答并解释你的答案 ·····	(42)
3.6 自我反思的第三部分: 全面审视自我·····	(44)
3.7 识别问题的触发器并确立目标解决它们·····	(46)
3.7.1 你的目标·····	(46)
3.7.2 训练你的大脑·····	(47)
3.7.3 自我测试题·····	(48)
3.7.4 处理手边工作的武器·····	(48)
3.7.5 可能达到的各种目标·····	(49)
3.7.6 前进的策略: 努力向上·····	(49)
3.7.7 可借鉴的方法·····	(50)
本章小结 ·····	(50)
案例分析 ·····	(50)

第 1 篇 变革时代的剑桥商务哲学 ····· (53)

当顾问、商界泰斗和学者们还在讨论需要新的变化、需要新的做生意的模式时, 商界已经开始缓慢而持续地向一套新的商业价值观念转变。研究机构、重建部门, 于整体组织、实体企业、集团企业、混杂企业、包容企业、网络组织等都试图描述 21 世纪企业刚出现时的状况, 本篇已经试图从自己的学识和丰富的经验, 力图前瞻性地描述一种新型的商业观念, 以期能使读者有一个整合过的全

新认识和对新概念的整体把握。

第4章 变革时代的剑桥商务哲学概伦	(55)
本章纲目	(56)
内容提要	(56)
4.1 新时代剑桥商务哲学的核心思想	(57)
4.1.1 先行案例：关于时代与生存的一些问题	(57)
4.1.2 经理是真正的策划者而非“时尚家”	(58)
4.1.3 不受时间限制的成功秘诀是不存在的	(59)
4.1.4 繁多的方案像一棵棵的树，但却不是森林	(60)
4.2 获取成功的新型组织价值观念	(61)
4.3 企业新模式	(68)
4.3.1 纳入	(71)
4.3.2 改进和创新	(73)
4.3.3 驱策	(74)
4.3.4 信息	(75)
4.4 改进	(76)
本章小结	(77)
案例分析	(78)
第5章 创建理想企业	(79)
本章纲目	(80)
内容提要	(80)
5.1 开始改进	(81)
5.1.1 先行案例：克莱斯勒公司等，打破惯例	(81)
5.1.2 几点策划	(83)
5.2 准备行动	(84)
5.3 检查	(85)
5.4 十大设想	(87)
5.5 执行方案	(88)
5.6 十大原则	(90)
5.6.1 忠实意味着你必须尽量协调客户所需与所要	(91)
5.6.2 核实顾客需求	(92)

5.6.3 进行市场调查·····	(92)
5.6.4 商业结构重组·····	(93)
5.6.5 员工与客户的关系·····	(94)
5.6.6 企业的整体政策及程序·····	(95)
5.6.7 客户需要数据和信息·····	(95)
5.6.8 向客户推卸责任意味着失去商机·····	(96)
5.6.9 人人都有客户·····	(96)
5.6.10 人人都致力于客户服务·····	(97)
5.7 质量管理哲学·····	(97)
5.7.1 要求质量·····	(98)
5.7.2 假想质量·····	(98)
5.7.3 兴奋质量·····	(100)
5.7.4 影响质量度的力量·····	(102)
本章小结·····	(103)
案例分析·····	(104)

第6章 培训企业····· (105)

本章纲目·····	(106)
-----------	-------

内容提要·····	(106)
-----------	-------

6.1 真正有用的培训·····	(107)
6.1.1 先行案例：90%的企业培训只是在浪费·····	(107)
6.1.2 培训要有明确的重点和目标·····	(107)
6.1.3 积极主动的员工·····	(108)
6.1.4 管理支持·····	(110)
6.1.5 适当的培训准备·····	(111)
6.2 建立一个可持续发展的企业·····	(114)
6.2.1 客户需要·····	(115)
6.2.2 提供长远利益·····	(116)
6.2.3 竞争对手在行动·····	(117)
6.2.4 自发全球环境管理 GEMI·····	(118)
6.3 新的企业价值观的设计·····	(119)
6.3.1 企业合同·····	(119)
6.3.2 成员企业·····	(127)

6.3.3 工作时间	(137)
本章小结	(144)
案例分析	(145)

第2篇 剑桥商务管理素质教育与培训 (147)

是什么把剑桥商务培训推上这一令人瞩目的职位?
 剑桥商务培训熠熠闪光的思想火花,富有魅力的个性与品格,永
 干涸的旺盛精力,定若磐石的坚强意志……无不令人折服。
 个人魅力、健康的体魄、完善的心理、自如的角色转换、顺应时
 代的思想观念、完善的自我管理都是剑桥商务培训必备的职业素质。

第7章 剑桥商务培训的个人魅力	(149)
本章纲目	(150)
内容提要	(150)
7.1 风流人物的影响力	(151)
7.1.1 先行案例:肯尼迪的形象表演	(151)
7.1.2 剑桥商务培训的社会心理依据	(151)
7.1.3 的权力性影响力	(153)
7.1.4 剑桥商务培训的非权力性影响力	(155)
7.1.5 剑桥商务培训的人格性影响力	(157)
7.1.6 榜样行为影响力	(157)
7.1.7 权力性影响力与非权力性影响力的区别与联系	(158)
7.2 剑桥商务培训魅力法则	(159)
7.2.1 品格魅力法则	(159)
7.2.2 知识素养法则	(162)
7.3 剑桥商务培训形象设计	(172)
本章小结	(173)
案例分析	(174)

第8章 剑桥商务培训的角色定位	(175)
本章纲目	(176)
内容提要	(176)

6 剑桥教育培训管理

8.1 剑桥商务培训人生功课用表	(177)
8.1.1 生命的蓝图	(177)
8.1.2 时间计划	(179)
8.1.3 一日之计	(183)
8.2 剑桥商务培训人生自我建筑	(185)
8.2.1 自我教导	(185)
8.2.2 体力·智力·精力	(188)
8.2.3 将体能转化为智能	(191)
8.2.4 支配潜意识	(192)
8.2.5 自我训练	(195)
8.2.6 我做得到	(197)
8.3 剑桥商务培训人生第一角色：探险家	(200)
8.3.1 培养探究的心	(200)
8.3.2 目的是什么	(200)
8.3.3 到别的领域看一看	(201)
8.3.4 找更多的资料	(201)
8.3.5 有时可能会找到与目的物截然不同的资料	(202)
8.3.6 不要忽视“理所当然”的事物	(202)
8.3.7 打倒龙吧	(203)
8.3.8 遭遇障碍正是跳脱樊笼	(203)
8.3.9 注意随身携带的资料	(204)
8.3.10 写下来	(205)
8.3.11 探险家的责任	(205)
8.4 剑桥商务培训人生第二角色：艺术家	(206)
8.4.1 适当地加工	(206)
8.4.2 身旁的艺术家	(207)
8.4.3 想象：假如这么做，结果将会如何	(208)
8.4.4 翻译：由反方向观察事物	(210)
8.4.5 产生关联：把不同的意念连接起来	(210)
8.4.6 消除：忽视规则	(211)
8.5 剑桥商务培训人生第三角色：法官	(213)
8.5.1 这个构想是“原来如此”还是“嗯”	(213)
8.5.2 这个构想是否存在任何错误	(213)

8.5.3 假如失败,会变成如何	(215)
8.5.4 我正在想什么	(216)
8.5.5 我的预设符合现实吗	(217)
8.5.6 我有文化上的偏见吗	(217)
8.5.7 为何我的判断力变得迟钝	(218)
8.5.8 意志的决定	(219)
8.5.9 法官担负的责任	(220)
8.6 剑桥商务培训人生第四角色:战士	(220)
8.6.1 从“假如…会如何”移向“现实”	(220)
8.6.2 如狮子般的雄心	(221)
8.6.3 强化战士的盾	(222)
8.6.4 耐心地努力	(223)
8.6.5 战士的角色	(224)
8.7 剑桥商务培训的现代观念转换	(225)
8.7.1 战略观念	(225)
8.7.2 科学决策观念	(225)
8.7.3 紧迫感、危机感和必胜信念相统一观念	(226)
8.7.4 时效观念	(227)
8.7.5 信息观念	(228)
本章小结	(229)
案例分析	(230)

第9章 剑桥商务培养的外在素质培养与自我管理

本章纲目	(234)
内容提要	(234)
9.1 剑桥商务培训健康体魄	(234)
9.1.1 什么是身体素质	(234)
9.1.2 健康才是第一位的资本	(236)
9.1.3 健康与养生	(239)
9.1.4 自我健身	(245)
9.2 自我管理	(258)
9.2.1 自我教育内容	(258)
9.2.2 自我超越艺术	(265)

8 剑桥教育培训管理