

.....
风靡全球近100年的成功励志教程
.....



哈佛

经营管理学



哈佛盛产两种人，一种人拥有高超的政治权术，一种人拥有经营管理的铁手腕。

肖 洋 编著

北京燕山出版社

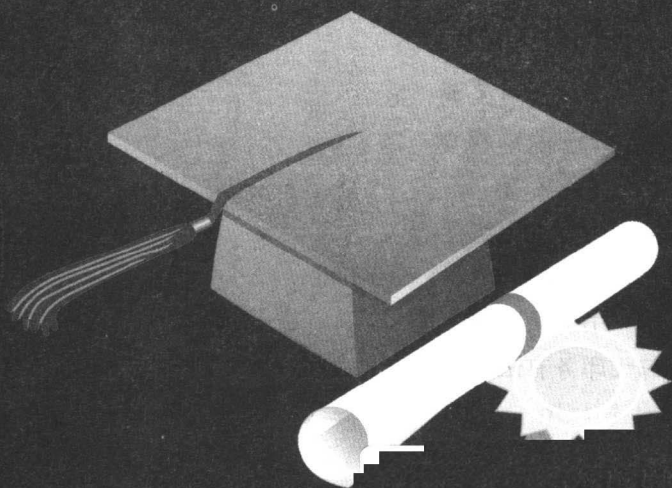
.....
风靡全球近100年的成功励志教程
.....

F270/855

2007

哈佛

经营管理学



哈佛盛产两种人，一种人拥有高超的政治权术，一种人拥有经营管理的铁手腕。

肖 洋 编著

北京燕山出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈佛经营管理学/肖 洋 编著. 北京:北京燕山出版社,2007.8
(2007 年 8 月重印)

ISBN 978 - 7 - 5402 - 0869 - 1

I. 哈… II. 肖… III. 企业管理—经济理论 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 04930 号

责任编辑:里 功

版式设计:杨 玲

封面设计:揽胜视觉

北京燕山出版社出版发行

北京市东城区灯市口大街 100 号 100006

新华书店经销

三河市腾飞印务有限公司印刷

700 × 1000 毫米 开本 1/16 印张 25 255 千字

2007 年 8 月第 2 版 2007 年 8 月第 3 次印刷

定价:39.00 元

前 言

哈佛商学院在近百年的辉煌历史中,向社会输送了大批优秀的工商管理人才,他们已成为世界工商界的巨头和中坚,为美国及世界经济的发展和社会的繁荣进步,作出了重大的贡献。也正因为如此,哈佛的经营管理学成了人们追踪的热门课题,特别是近几年来,美国政经界名人、商界弄潮儿纷纷前往哈佛进修深造。以期从中了解工商管理的真谛,深刻理解哈佛经营奇迹的不解之谜。《哈佛经营管理学》不但生动地描述了哈佛商学院鲜为人知的学习和生活环境,而且介绍了哈佛经营的特殊精神和管理的特殊方法,向人们展示了哈佛经营管理这一不朽的精神食粮。



目 录

第一章 哈佛经营管理学概说

一、誉满全球的哈佛大学 2

哈佛商学院数十年的成功,不仅仅是因为其学生来源优秀、整体素质高,关键是它拥有举世无双的师资力量。

二、哈佛的现代管理学说 9

任何人都会对自己受到的各种刺激作出反应;这种反应渗透工人的工作中就会影响其工作效率,因此,研究管理必须重视社会学和心理学的成果,研究社会环境和人群关系对提高工作效率的影响。

三、哈佛的经营管理哲学 16

多与朋友合作,忠实地对待你的成就与你共享快乐的朋友是对你的事业最好的帮助。即使和其他人做生意收益更好,只要可能,合作将给你带来朋友和效益。

四、哈佛经营管理学的灵活运用 27

创业精神的真实含义就是要求每个公司都应该把不断追求发展,不断扩大自己的竞争势力,不断实行自己的经营目标,作为根本目的。

第二章 哈佛经营管理学的基本内容

一、哈佛经营管理学的特点 38

经理们都知道如何提高企业经营管理效果进行组织工作,知道如何有目的地,卓有成效地去做。

二、哈佛的经营管理手段 47

方法是为我服务的,要为我所用适我所需。





越是成功者,越会灵活运用科学方法的普遍原理,越有自己的特色。特色越鲜明,管理者越能走向成熟,他的管理方法就越管用。

三、哈佛的人才管理 59

第一,委以重任,使人才得到应用,做到适才适所。第二,付给可观的工资,使人才得到应有回报。第三,对他的成绩经常给以充分肯定。

四、“一分钟”管理的效用 71

人是有感情的动物,有喜怒哀乐。但只要善于控制自己的情绪,使你的行动在你理智的控制下有条不紊地进行,也就不会有什么越轨现象。

第三章 哈佛的经营管理原则

一、把握企业的航向 84

作为企业的高层管理者,最关心的是企业的经营状况和效益状况。但如果仅仅靠听别人汇报,靠助手发指示,你将会成为不切实际的管理者。因此,你必须学会从数字中找出自己企业的标准答案;用指标评价和管理人和事;用各种管理系统控制经营活动及方向。

二、合理地运用法律规范 95

法律规范的方法也就是人们常说的“法治”。法律管理方法主要适宜于国家政权机构对社会各类活动的宏观管理。就社会的宏观管理系统来说,主要是遵守国家法制,使各项管理活动符合法律规范的要求。既保证整个社会活动的正常秩序,又促使和推动管理系统积极地改善内在机制,使其顺利运行。一个微观管理系统,必须善于了解宏观社会的法律管理方法,择其适用精神和原则在管理活动中加以具体运用,并制定微观范围内的法规制度,约束和规范成员的行为,以提高微观管理的法制化程度,增强管理效能。

三、正确地运用管理智慧 106

身为主管,最重要的就是让职工尽职尽责。哈佛认为,要做到这一点,首先必须了解部属的自身情况,如工作、生活、爱好、理想以及对公司所持看法和要求等等。





第四章 哈佛的经营管理制度

一、电话管理与压力管理 127

基层职工也是经营专家,通过肉眼观察分析法去抓住那些虽小但立即可以做到的事情,这对于提高职工的素质和敏锐的经营精神将十分奏效。

在你的公司里,不要把文凭作为评价工资的标准,也不要以谁办事快就能支领效率薪,事情并没有这样简单。重要的是这个人的实际能力和办事的效率如何。

二、高效、精简的管理机构 139

管理者唯有跳出“帕金森定律”,突破它的两条法则,管理机构才有实现“精简、统一、高效”的希望。

三、哈佛的生产与作业管理 147

作为经营活动的终点,生产与作业管理远不是潇洒浪漫的,它需要实实在在的专业知识和作出复杂决策的能力。

四、哈佛的信息咨询管理 157

信息咨询业的出现,是社会进步的反映。改革开放以来,我国信息咨询从无到有,从小到大,逐步深入到各个领域,取得了较为显著的社会效益和经济效益,呈现十分可喜的现象。

第五章 哈佛的经营管理技巧(上)

一、抓住管理工作的核心 166

既然人是管理对象的重要成分,又是生产力中最活跃的因素,那么它必然成为现代科学研究的支柱。

二、保持与部属的良好感情 172

人与人之间需要以诚相待,老板和部下要心心相印。要了解一个人的心。并不是仅凭读几本心理学教科书就能做到的。





三、经营者如何活用时间 180

俗话说：“惜时如金”，珍惜时间，就是珍惜生命，尽最大努力去利用好一年365天，让它们都能得到充分地利用。

四、激活高级管理部门 188

近代经营者应用数据库概念来组织电子数据处理工作，乃是将一个公司的计算机可以阅读的全部数据集中起来管理，既能用于执行长久的程序，也适用于临时的需求。

第六章 哈佛的经营管理技巧(下)

一、打破与部属的界限 204

老板对部属或部属对老板持有偏见，而一味猜测对方心中会打什么算盘，必然使双方不大会接近。

二、充分发挥会议的作用 214

不要大事小事一起议，防止小题大作，切忌把会议变成毫无目的“侃大山”或某个人哗众取宠的场所。

会议更要短。要说短话，开短会，防止把会议变成“摆龙门阵”的场所。

三、哈佛常用公关术 222

对于能干的高级职员来讲，坏事可以变为好事，但好事同样枉费心机。所以，面对这些坏消息，他们总能以冷静的态度来处理它，这正是一种力量的象征，不是软弱的表现。这也是获得部属敬佩的最好办法。

四、使部属个个成为人才 235

哈佛认为，企业的发展，并不仅仅只开会商讨，而且更要注意抓职工的思想教育工作。强化企业职工的素质，注重企业主人翁的教育，是迫切需要的。





第七章 哈佛的经营管理风格

一、自然的管理风格 248

哈佛认为：“有天赋才能而无教育，常常比有教育而无天赋才能较多地使人功成名就。”

二、职工的思想启示方法 260

思想宣传方法依据之二在于动机的可激发性。社会系统是目的系统，目的产生动机，动机指挥行动，因此人的一切行动都受动机制约。

三、让他人甘愿为自己工作 270

对于即将调职的和刚刚调职的部属，老板给予他们特别的关心和帮助，这是使他们迅速适应新环境的最佳途径。

第八章 哈佛的员工管理艺术

一、狠抓道德管理 284

职工在社会生活中，由于需要和利益所引起的生活活动的主观动机、生活观念是其生活方式的内在因素。它推动、制约、支配和调整着职工的各种活动，是构成职工生活态度、生活行为的关键和调节器。

二、共显不败风范 296

生活方式的任何变革都要始终坚持社会主义生活方式的这些基本特点。之所以如此，这是因为在一定范围内，生活方式本质上总是要表现出强烈的阶级意识和感情色彩。

三、哈佛的成功启示 304

尊重人才。持这种态度的人，视人才为宝中宝，求才心切，能够惜才、护才、用才。他不把人才与自己作比较，而把人才与事业作比较。事业需要人才，人才也需要事业，靠人才发展事业。

四、社会心理的共鸣 317

举贤让能使企业转危为安，但是又如何能及时抓住贤才的心呢？人





们在管理活动中,既有工作上、物质上的交往,也有思想上和感情上的交往。这种思想上和感情上的交往,形成人们之间社会心理上的相互联系。这种联系对集体和个人的活动有着重要影响。

第九章 哈佛的经营管理策略

一、哈佛的销售管理策略 324

顾客不是我们与之争论或斗智的对象,谁也不能在与顾客的争执中取胜。

二、哈佛的心理管理策略 335

现代管理,越来越重视人的作用,把人放在中心地位,由以“事”与“物”为中心的管理发展到以“人”为中心的管理。所有管理工作者,要想使自己的工作卓有成效,都应运用管理心理学的知识,寻求适应人们心理、扣紧人们心理的管理之道。

三、哈佛的经营管理策略 342

在经历了泡沫经济这一过程的今天,丧失了“企业伦理”的企业或经营者们的悲惨下场是什么样,产业界对此已有广泛而深入的认识。

第十章 哈佛的经营管理策划

一、哈佛的管理策划 356

管理艺术理论的出现和发展表明了管理理论研究的成熟和发展,也表明了管理者作为一个整体,其实际管理水平的不断提高。

二、哈佛的竞争策划 374

在产品经销中,作为企业领导,必须作出竞争决策。作为企业领导,制定竞争决策是何等重要。为此哈佛提出了以下例证,进行分析说明。

三、哈佛对未来的策划 387

哈佛认为,作为企业领导,必须进行分析和研究必要的公司有关数据,大部分是以前的经济资料,并且还要对全世界的政治、经济状况进行研究。



第一章

哈佛经营

管理学概说





一、誉满全球的哈佛大学

哈佛商学院数十年的成功,不仅仅是因为其学生来源优秀、整体素质高,关键是它拥有举世无双的师资力量。

闻名世界的哈佛商学院,坐落在美国波士顿的查尔斯河南岸。人们对哈佛商学院的称呼有很多种叫法,美国人通常称她为“HBS”,我们在以下各章节中,有时会用到 HBS 来代替哈佛商学院。人们都知道 HBS 是美国管理教育方面最早的高等私立学府。但是,哈佛商学院最引以为自豪的,是他们实实在在地向社会输送了大批极其优秀的人才。正是这些学生在毕业后的卓越表现,引起世人对 HBS 的共鸣。在学生家长中,甚至有人把哈佛商学院的毕业证书,看成是管理上的“保护车”。可见他们对哈佛抱有多大的希望啊!

老实说,在哈佛商学院上学,并非如人们想像的那样轻松愉快。说得更明确些,在商学院的两年学习,是枯燥无味地度过的。在一般学校里,同学之间是亲密不过的了,但在哈佛商学院,他们连自己的同学,也不得不看作是强有力的竞争对手,这便是 HBS 学生特有的一种痛苦。不过,更让学生们憋气的是,社会上的一些人往往不理解他们,给他们送上许多谗言恶语,把学生纯洁的心灵弄得肮脏一片。

尽管如此,在哈佛商学院上过学的人依然相信,在那里所积累的知识和经验,确确实实给人们增添了不少的价值财富。

环境塑造人,有哈佛商学院的特殊环境,塑造了其他在学校没有的人才。人们普遍感到不可思议的事情是,一位在极普通的大学毕业生,又在纽约过了几年工薪阶层生活的青年人,仅仅在哈佛商学院度过了两年时光。到企业界中,就迅速成为骨干,成为无人不知、无人不晓的大人物。其实,这是对 HBS 完完全全的误解。但





是,尽管人们知道这是误解,但谁也很难通过三言两语就改变这种固有的观念。

一位学生在进哈佛商学院以前,曾经到一家经营咨询公司应聘,却受到拒绝,但当他从 HBS 毕业后再去该公司就职时,仅仅听说他是哈佛的毕业生,公司马上就给他提供了许多意想不到的优越条件,他想这是为什么呢?仅仅是因为我是 HBS 的毕业生吗?另一个例子则完全相反。毕业于某大学,在一家一流广告公司工作了两年工程师,在 1990 年,曾经接受纽约的另一家广告公司的面试,也许是在面试时给对方留下了一个好印象吧,他马上被录用了。但他的心思已转向 HBS,在经过反复权衡之后,她与该公司说了声再见,选择了去 HBS 深造。1993 年,路易斯从哈佛拿到学位,又去这家公司应聘时,却得到了该公司的拒绝,负责招聘的人事部长,竟在他的履历表上写了一句“来自 HBS 的硬石头”就扔在一边了。与两年前同是一个人,而且对广告业有着相当爱好的他,就这样吃了闭门羹。

看来,这个例子和前面的例子一样,社会把哈佛商学院及其学生,说是企业的“上帝”。不是好得不得了,就是坏得要不得。不是被神化,就是被丑化,这可能是哈佛商学院学生与生俱来的宿命吧!

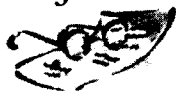
另外,近些年来出版的某些管理方面的书籍,也不是尽善尽美吧!尽管这些书有的写得诱人易读,有的写得理论味十足,但是它们或多或少都对一些商学院,特别是对哈佛商学院提出了批评。这些书有的写得很不错,在社会上欢迎的颇有人在。当然这些批评,并不能使哈佛商学院名声扫地,更不会使其关门散伙。但是对于在哈佛学习同时,也给该校的毕业生带来了种种弊端。

可以说,几乎没有几个人敢说对哈佛商学院的课程和教学方法十分精通,人们总想弄清哈佛商学院到底是怎么来教学生的,俗话说:“不入虎穴,焉得虎子。”真正从根本了解 HBS 内情的人极少。哈佛商学院就一颗陨落在波士顿查尔斯河畔的极亮的星星,人们真正知道其亮度者则寥寥无几。

但愿我们这本书,多少能对这一状况有所改变,对想成为优秀经营管理人才的读者有所帮助。

在当今的世界,无论是美国人、欧洲人,还是日本人、中国人,几乎所有的人,经济改革企业管理都进入了时代大潮,中国人在争想“下海”,美国人在争作“老板”。人们已经明白,一个国家的经济和企业的发展兴盛,与该国繁荣、威信和实力密切相关。在美国,在以培养工商界上层领导为己任的哈佛商学院,也正是坚持如此信念,适应国家的需要,适应美国经济形势日益递增的需要,孜孜不倦地追求着,探讨着——怎样才能培养出真正优秀的管理人才。

HBS 的讲课内容,常常带有异于他校的独特色彩,我们在此希望以简洁的方式





给大家作一说明。我们希望本书,能够成为各位读者在分析和探讨企业经营问题时的参考,并借以来知晓哈佛真情,消除以往的误解。我们认为,没有进过哈佛商学院的人,也可通过本书所介绍的哈佛商学院所用的教材和学习方法,获得一定的知识技能,并有效地应用于自己的学习和工作之中。尽管在 HBS 学到的知识和能力,不能完全取代经营实践中的直接经验,但可以作一必要补充发挥更大的作用,另外对各位想进哈佛学习的人来讲,可以提前了解学习的有关课程及其内容。读者可以借此机会,对工商管理硕士课程的框架结构和特点加以研究,以便能够在学习中,最大限度地发挥出自己的能力。

朋友们,哈佛商学院是您的理想吗?要想使理想变为现实,首先您必须准备一笔相当数额的学费。但是比学费更重要的是您必须首先明白,您到底为什么要去读哈佛商学院。这本书将会回答您的问题,同时,也是您入学前的参考资料,比起一般的学校介绍资料来,它会使您对哈佛商学院有一个更深刻、更有趣的了解。若想进哈佛,还有一点非常重要,那就是你应当相信,只要你按照学校的学习计划和学习方法去努力,那么,您一定会成为企业界的佼佼者,经济上的精华人物。

哈佛商学院名声遍布世界各地,所以在此毕业的学生,无论走到任何一个地方,都常常被人们追问哈佛的有关情况。很遗憾,不少人往往对哈佛商学院授课的内容和校风抱有各种各样的误解。下面,我们将介绍有关 HBS 的历史背景及其教学内容。

哈佛商学院设立于 1908 年,是世界最早授予学生工商管理硕士(MBA)学位的研究生院。当时学校录取的学生,由于种种原因,没有对学生实行专业训练,他们多数是社会科学或者自然科学专业的大学毕业生。

随着时间的推移,哈佛商学院也发生和正在发生着某些变化,但其基本办学宗旨至今未变。HBS 认为,企业管理与法律、医学等学科一样,也应该作为一种职业来传授。现在世界各国的很多商学院、管理学院都接受了这一观点。

在 HBS 的学习过程中,学生们会对自己的期望目标、发展前途、知识结构、人格特点和实际成就逐一作出检查。HBS 的环境以及整个教学内容,都是按照如何培养企业界的高级管理人才而设计的。从某种意义上说,这是 HBS 的唯一目标。学生们在学习期间,必须解决 800 个以上有关企业经营问题的具体案例。这些案例要与 10 个讲座的 10 位教授一起详细研讨。同时,每年都要有企业界的高智商人士走进课堂,为学生们上课,并介绍给学生们相识。这使学生们在毕业之前,就拥有一个巨大的人际关系网络。

哈佛的课程有成千上万的条件供学生探讨和分析,接触到管理企业可能遇到





的几乎所有的问题,并利用哈佛商学院开发的独特的“分析技巧”,对这些问题作出适当的判断和决策,从而使学生学到许多具有实用性的知识。并且,使极具实力、个性和竞争意识的同学相互刺激和启发。大家必须明白,他们不但是同学,走向社会他们将是极有力的竞争对手。哈佛商学院学生的生活和学习环境,要求他们每时每刻都要付出相当大的努力,刻苦努力,坚持不懈。这种环境非常有利于培养他们的上进心、好胜心和自信心。

不过话又说回来,这些“职业老板”的苗子,也有他们自己的苦衷和压力,因为他们在哈佛两年中所培养的自信心和思维模式,使他们注定今后“只能”当老板,而不是干别的,否则学生们以上心理的形成就会使他们失去自信心。

在此,我们也要坦率地奉劝一句,对商学院中专业性知识感兴趣的读者,不应该选择哈佛商学院,因为 HBS 的学习重点,是真正的“管理”,而是“管理学”;它不一定培养出“知识分子”,但肯定是培养“能力分子”;它不注重造就知识型的“专业人才”,而只造就“职业老板”。

这样评价 HBS 及其学生,有人可能觉得有些过分,但是如果您了解了 HBS 的辉煌历史、办学方针和方法,以及校友们的显赫业绩的话,那您一定会诚心诚意的相信。

据最近美国《幸福》杂志的调查显示,美国 500 家最大公司的高层管理人员,竟有约 20% 是 HBS 的毕业生。此外,早在 25 年前,就有 1/3 的 HBS 毕业生,在企业担任重要管理职务。几十年来,他们所经营和管理的企业,在世界上都是独占市场的超级“霸主”企业。因此,哈佛商学院毕业生为社会和经济发展所作出的贡献,也已引起人们的高度重视,而他们的母校,也成为人们心目中的民办超一流学府。这些杰出校友如:小乔治·J. 塞拉,美国氨脲公司总裁;诺兰·阿奇巴尔德,布莱克和戴克公司总裁;丹尼尔·B. 伯克,美国广播公司总裁;詹姆斯·R. 霍顿,康宁公司总裁;查尔期·R. 李,GTE 公司总裁;亨利·B. 沙赫特,库明斯发动机公司总裁;约翰·A. 罗尔瓦根,克雷研究公司总裁;阿尔弗莱德·H. 戴恩,吉列公司总裁;理查德·B. 旨舍,摩根·史坦利集团董事长;威廉·J. 阿吉,莫里森·那德森公司总裁;小路易斯·V. 葛斯特纳,国际商用机器公司总裁等等。

在投资银行、高科技公司、咨询公司的高层领导中,HBS 的毕业生都扮演着主要角色。现在毕业生就职时的年平均工资,基本都超过 10 万美元。有 HBS 的一纸文凭,但没有能力的人,绝对当不上老板,担不起重任。但是没有能力的人,在 HBS 中是绝对拿不到文凭的,因为他们确确实实消化不了 HBS 的那些课程。HBS 的学生在书本上学到丰富的知识,在案例中体会到实践,翻山越海,经过一条坎坷





而又布满荆棘的路,才走向自己应得的老板位置。他们都有着超乎常人的极强事业心和责任感,有着“天降大任于斯人”、挽救企业 and 国家经济的使命感。同时,凭他们在哈佛所积累的知识经验、广阔的视野,以及百折不挠的毅力和自信心,才在竞争的洪流中掌握好自己的航舵持之以恒,坚持不懈,以滴水穿石的精神,去摘取企业界那朵最绚丽的花朵。

你听到了吗?那就是大学生的称呼“天之骄子”。HBS 的学生们,大概可以称之为“天之骄子”了。了解 HBS 学生特点的方法很多,先看哈佛商学院编辑出版的统计资料。这些资料显示,HBS 大约有 2600 多名学生,其中 1993 年度招收的全部 800 多名学生中,本科直接考进来的不过 23%;已婚者 133 人;少数民族 73 人;女生 196 人。有 76% 的学生年龄在 26 岁左右。按大学所学专业来看,经济学、工学均占 24%;管理学占 17%。也就是说,有 2/3 的学生受过技术或经济管理教育,其他学生仅仅受过一般高等教育。其中,人文科学专业的有 11%;社会科学有 9%;纯科学的占 10%。尽管他们多数来自名牌大学,但其工作经历和背景各不相同。从学生的出身地看,学生们来自美国的 40 个州,但稍微集中于美国东北部地区。留学生约占全体学生的 25%,他们来自美国之外的 40 多个国家和地区。

人们对 HBS 的学生印象始终都是很好的:

第一,他们都是优秀分子。他们基本上是以以前几名的优异成绩毕业于大学,而且在进入哈佛之前,已经在社会上过 1~3 年,在工作方面一般都取得最佳状态。也就是说,能进入哈佛的学生,不仅在学问上,而且在实际工作中,他们都是一流的。他们至少不是那种因为对原来的工作单位不满意,借“考研”跳槽的人。

第二,哈佛的学生几乎全部是竞争意识很强,有着“野心家”一样极强上进心的人。另外,能言善辩、实际操作能力强是哈佛学生的第二天性。

第三,哈佛的学生大部分都有着很强的个性和自我意识,是被人们寄予厚望,毕业后也能够社会上干一番轰轰烈烈事业的人才。在哈佛上学,不但没有减少当学生的朝气和热情,而且还要培养出更大的朝气和热情。每个学生都必须承认自己过去、现在和将来,都是一个出色的人物。从他的身上体验不到自卑感。

确实,在哈佛的学生中间,自信、自赏、自傲,甚至自以为是的人物是很多的,不过这并非是不可理解的事情。熬了两年的时间,吃尽了寒窗之苦,终于能够顺利毕业的他们,自然而然感觉到,自己就是世界上最有才能的优秀管理人才,自负和骄傲是苦后之乐。煽动他们这种心理的,则是那些给他们提供年薪 10 万美元的大企业、大银行和管理咨询公司。

虽说如此,学生们的心理负担也是非常重的。如果他们太注意自己成功的话,





就很可能高中攀高,试想一个欲望无止境的人,从低求高,高到更高。比如很多学生花费了相当多的精力,仅仅是为了进入一个待遇条件更好的企业就职。

在哈佛商学院里,同学们国籍的多样化,也是一件大好事。有的班学生来自16个国家,堪称微型联合国,他们站在不同的文化角度发表自己独特的见解,使案例讨论变得更为有趣。来自日本的隆太郎和花子提出的彼此对立的观点,使学生们对日本企业经营方式的讨论非常激烈。隆太郎使大家深刻理解了日本的准时生产制、企业系列和终身雇佣制。他曾在一家日本的跨国公司工作过,以公司派出留学人员的身份来到HBS,其发言丰富了讨论的话题。他的发言结束后,全班几乎都站在他一边,唯独遭到花子的反对。这个日本女孩子清楚地看到了以市场经济为基础、劳动力和资本处于流动状态的美国经济体制的优点。一节课下来,大家对日本文化和经营方法的优缺点,有了入木三分的见解。

不管学生的背景如何,他们都有超人的智慧。与商学院的学生随便聊天,你会发现每个人都有某种独特的东西。通常说来,耶S的学生精力充沛,有很强的自我创业精神,并且具有极强的想象力和创造力。他们差不多都有大学时期的优秀证书、良好的推荐信,以及在经营上取得成功的高度潜能证明材料。人们发现,HBS同学的特别之处是他们的多才多艺。他们除学习和经营之外都有各种特长。较具代表性的是在音乐、运动、公共服务、戏剧、宗教、军事、慈善活动等领域。同学之间越互相了解,就越互相佩服这一点。偶尔与同学交谈时就会发现一些极不寻常的事情:有时在一个小班里,竟有核潜艇指挥官、奥林匹克滑雪运动员、马术表演冠军、专业舞蹈家、橄榄球队队长、还有几个已出版过专著的作者。同学们的聚会的场面是一般人所难以想象的,因为人人都有吸引人的故事可讲,有吸引人的节目可演。

哈佛商学院数十年的成功,不仅仅是因为其学生来源优秀、整体素质高,关键是它拥有举世无双的师资力量。人们评价说,哈佛商学院杰出的全体教师,远远比学院的管理更为重要。正如一位毕业生所说,哈佛商学院的教学质量“从上帝般地令人敬爱,到上帝般地令人敬畏”。从总体而言,毕业生们对核心课和选修课的评价,都是一般的商学院所无法比拟的。

在大多数商学院中,教学和研究之间总是存在着或多或少的矛盾,而在哈佛商学院,教师们对研究的投入,并不成为一个有争议的问题。而更明显的紧张关系,则存在于教学与咨询之间。这里的著名教授太多,而因有太多的公司请他们去咨询。下面是哈佛商学院四位杰出教授的简介:

1. 威廉·A. 萨尔曼:长期以来,哈佛拥有“培养工商业巨头的商学院”这一盛

