



历史悠久的哈佛 MBA 传统教育
HARVARD MASTER OF BUSINESS
ADMINISTRATION CONVENTIONAL EDUCATION

主 编
R·R·ARROW

中国社会出版社

哈佛管理百科全书

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

哈佛管理百科全书/R·R·ARROW 主编. —北京: 中国社会出版社, 2000. 7

ISBN 7-80146-426-5

I. 哈… II. R·R… III. 企业管理—百科全书 IV. F270-61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 63985 号

哈佛管理百科全书

编 著 者: R·R·ARROW

责任编辑: 向飞

出版发行: 中国社会出版社 邮编: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: 66051698 电传: 66051713

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 北京朝阳区仰山印刷厂

开本印张: 787×1092 毫米 1/16 311.25 印张

字 数: 4900 千字

版 次: 2000 年 7 月第 1 版

印 次: 2000 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000 册

书 号: ISBN 7-80146-426-5/F·20

定 价: 1980.00 元

哈佛管理百科全书编委会

主 编： R.R.ARROW

副主编： 韩泰伦 张明林 周 文

编 委： 李 梅 何晓前 姚成郡 郝传宝 贾浓铀 谢 宇

曹树刚 段其民 梁京武 葛长银 朱梅红 何继江

段海涛 仝雪莹 杨 蕾 文长春 徐晓村 张雅平

杨平三 厉以新 曹湘盈

版式设计：何云峰

封面设计：王 蕾

总 序

哈佛商学院,经历了商海百年风雨的洗礼后,其所培养的工商管理硕士(MBA),在商界中屡创奇迹。沧海横流,更显英雄本色,被誉为“造就总经理人才的精英工厂”、“神话中的圣殿”、“商界的梵蒂冈”。

《哈佛管理百科全书》,是继获得工商管理界广泛好评的财经畅销书《哈佛管理全集》、《MBA 全集》、《哈佛经理手册》、《哈佛管理制度全集》与《哈佛管理表格全集》系列丛书之后的又一部全新的、杰出的、面向 21 世纪的鸿篇巨制,堪称哈佛商学院的 2000 年经典、企业变革时代杰出领导者与成功 CEO 必备工具书。

人类已经迈入一个崭新的世纪,在本世纪中,人类的经济活动将更加频繁,企业之间的竞争也将更加激烈。在 21 世纪中,企业如何能够在激烈的竞争中脱颖而出、获取成功呢?在《哈佛管理百科全书》系列丛中,原“哈佛管理系列丛书”的主编罗锐韧先生以自己渊博的学识和丰富的工商管理经验,前瞻性地向我们描述了一种新型的商业观念,即整合未来与竞争网络时代的概念化生存观念。

作为中国第一家大型图书连锁超市“21 Book”董事长兼 CEO 的罗锐韧先生,秉承其一贯风格,致力于引导和传播工商管理领域中最前卫的思想、理论、观点和方法,帮助管理者们不断更新理念、开阔视野、适应变化、与时代共进,从而形成了 HBR 的权威性、前瞻性、创新性、应变性和现实指导性等特点,使本《哈佛管理百科全书》成为国家高级经理人、各级政府官员、商学院教授和 MBA 及相关管理专业研究生的首选读物。

1. 在《历史悠久的哈佛 MBA 传统教育》一书中,丛书主编为我们系统地介绍了哈佛大学与哈佛商学院的悠久历史渊源、哈佛商学院的教育制度历史沿革、哈佛商学院 MBA 核心课程概览、哈佛名校介绍及主要参考文献等。

2.《走向网络时代的哈佛管理》从战略规划、市场调研、网页、广告、公关、渠道、营销测试、顾客服务等方面论述了网络特性与营销过程的整合,使读者理解如何利用信息技术(IT)来促进经营,特别是懂得如何在花巨资投入信息技术后获得更大的价值,以及如何成功地实现基于信息技术的组织变革。

本书以严谨的体系、生动的语言、典型的案例使读者能轻松掌握网络管理这一世界最新的管理思想工具,使读者深入理解21世纪哈佛管理的核心理念。

3.《哈佛市场营销管理》兼顾传统营销与网络营销,深入浅出地介绍了最新营销思想,营销战略,营销技术与营销制度,立足于以人为本的基本营销概念,以营销实战为侧重点,系统地介绍了哈佛的营销术。

4.《哈佛生产经营与运作管理》应对直接参加生产制造与提供服务者产生强烈的吸引力。基层运作专家决定如何最佳地设计、供应和运营一个过程;而高层运作管理人员则肩负着从运作的角度为公司制定战略方向的责任,即决定应用什么技术、在哪里配置设施,并对这些用于生产制造和提供服务的设施进行管理。运作管理是对人员进行管理和应用的复杂技术的有趣结合,其目标是通过提供优质产品和服务来高效地创造财富。

运作管理领域涉及的范围从高科技制造到高度接触化的服务,我们努力同等地对待制造与服务这两方面的问题。目前,运作管理要求对许多与之相关的课题要有一个全球化的透析。实现运作管理的最好方法是跨职能的有效融合。财会、金融、市场营销、人力资源管理、采购、后勤及工程都影响着企业的经营管理状况。

5.《哈佛财务管理》一书依据公司财务管理理论与实务体系的内在逻辑关系,设计了财务管理导论、价值和估值、筹资与投资决策、公司管理和新突破5篇,系统贯穿持续经营状态中公司财务管理的方方面面。并且专门探讨在新的经济形态中出现的财务合约、跨国财务和破产、重组清算中的财务管理,本书吸收新的研究成果与创新观念,反映了财务管理的趋势,堪称公司财务管理的经典之作。

6.《哈佛投资与金融管理》以简明扼要的语言,理论结合实际地

描述投资与金融管理知识。然而,由于投资业正在发生着飞速的变革,因此,我们还必须介绍新的投资管理技术。近年来,国际投资迅速扩张,掉期、抵押等衍生金融工具日益流行,投资者越来越注意投资的“风格”。我们的任务就是要不断更新,以保证这本《哈佛投资与金融管理》能为读者提供最全面的投资环境概览,我们自信已经做到了这一点,希望读者也这样认为。

我们假设读者已经接触过经济学、会计学、统计学和代数的基础知识,而且我们相信,阅读本书的 CEO 们所接受的教学应该而且必须兼顾投资理论和投资实践两个方面,同时又不让他们为过多的细节所束缚。一本教科书如果只局限于对制度特征的介绍上,就无法使读者理解投资业者所面临的微妙而重要的问题。

7.《哈佛战略经营与组织管理》一书是为实干家而写:那些负责企业战略、必须对如何获取竞争优势做出决策的人;那些寻求更深入地理解企业及其行为的人。企业中竞争优势的潜在资源无处不在。每个部门、每项设备、每个分支办事处和别的组织单元都发挥着作用,必须加以明确和认识。所有雇员,即使与企业战略的形成过程毫不沾边,也必须认识到他们有助于企业竞争优势的获取和保持。在战略领域之外研究竞争的学者们也需要将他们的研究工作与竞争优势的总体思想联系起来。希望所有这些读者会觉得本书值得一读。

8.一本好教材应当既能全面介绍该学科的理论背景和发展动向,又能指导读者如何实际运用有关知识。《哈佛人力资源管理》不仅完全符合这些要求,而且有所独创:它紧紧围绕有效的人力资源管理如何帮助组织获取竞争优势这个主题,设计了一个模型,把二者联系的有关理论和实践一环扣一环地展现在读者面前。例如在论述绩效评估时,既介绍社会心理学有关“光环效应”和“隐含人格”的理论,又介绍设计和使用评定量表的方法,甚至对于把评估结果反馈给员工时该说些什么都有所说明。从这个角度看,该书又有着专著的特色。

9.在《哈佛公司购并管理》中,通过一系列最具震撼力的企业兼并收购大案,你会从不同角度深入了解当代国际企业资本运作的战略和技巧。

作为市场经济的细胞,企业实际上仅仅是一个“壳”,而资本才是真正的“内核”,只有注入资本才能赋予企业以完整的生命。可以说,资本是企业的生存之本和发展的基石,而科学、高效的资本运营是企业成长和经济繁荣的动力源泉。在资本市场高速成长的中国,无论是决策者,还是企业家和投资者,都需要培育成熟的资本意识和科学的资本运营理念。

10.《哈佛素质教育与培训管理》披露了哈佛长期以来培养职业经理人的训练方法与技巧,充分说明素质教育与员工培训思想在哈佛教育中的地位。

11.《哈佛领导沟通与控制管理》一书对领导的工作进行了界定。书中指出:全球范围内的经济、社会、市场以及技术的变化,迫使这些公司必须澄清其自身的价值观,开发新的战略并学习新的运营方法。而面对上述挑战,领导者最重要的任务就是,动员组织的全体员工去做适应性工作。但具体而言,管理是用于应对复杂性的;而领导则是与变革相对的。所以,在当今激烈竞争和变化不定的环境中,组织所面临的真正难题是:如何将强有力的领导与强有力的管理结合起来并使其相互制衡,而本书则试图完整地解决这一难题。

12.《哈佛跨国经营管理》是一本展示当今世界跨国公司经营新思路和新方式的著作。该书从无国界经营的概念、无国界经营产生的时代背景、理论基础和全球网络的形成等角度,展示了跨国经营的价值观、跨国技术手段和管理手段、跨国经营的内容等,为中国企业走向世界从事跨国经营提供了非常有用的新思路和新方法。

本丛书共分十二册,就在此之前所出版的、由罗锐韧先生主编的“哈佛管理系列丛书”在国内外的情况来看,它们不仅畅销于 MBA 等经营管理专业的学生中间,而且还受到了工商企业中经理人员的青睐,许多大公司的 CEO 和管理人员都对该系列丛书赞誉备至。我们相信这套融合了 21 世纪哈佛商学院管理核心思想的发展变化与面向信息时代管理内核真谛的丛书的出版,无论对我国工商管理专业的广大师生还是对企业中的经营管理人员都将具有极高的参考价值。

第一分册



哈佛管理百科全书

历史悠久的哈佛 MBA 传统教育

哈佛管理百科全书·总目

- 第一分册 历史悠久的哈佛 MBA 传统教育
- 第二分册 走向网络时代的哈佛工商管理
- 第三分册 哈佛人力资源管理
- 第四分册 哈佛战略经营与组织管理
- 第五分册 哈佛沟通与控制管理
- 第六分册 哈佛素质教育与培训管理
- 第七分册 哈佛市场营销管理
- 第八分册 哈佛生产经营与运作管理
- 第九分册 哈佛投资与金融管理
- 第十分册 哈佛公司购并管理
- 第十一分册 哈佛财务管理
- 第十二分册 哈佛跨国经营管理



目 录

绪 论

第1章 哈佛大学和哈佛商学院	(3)
本章概要	(4)
本章目标	(4)
1.1 哈佛大学	(4)
1.2 哈佛商学院	(8)
第2章 哈佛商学院的教育制度	(12)
本章概要	(13)
本章目标	(13)
2.1 哈佛商学院的入学标准	(13)
2.2 哈佛 MBA 的课程安排及学制	(18)
2.3 哈佛的案例教学法	(28)
2.4 哈佛商学院的 MBA 教育及其改革	(37)
2.5 哈佛商学院的课程设置	(39)
2.6 哈佛商学院的最新案例目录	(41)
2.6.1 一般管理(综合管理)(1—19)	(41)
2.6.2 企业家精神(1—19)	(43)
2.6.3 商业道德(1—37)	(45)
2.6.4 产业与竞争战略(1—29)	(48)
2.6.5 市场营销(1—58)	(51)
2.6.6 制造和作业管理(1—23)	(56)

2.6.7 人力资源管理(1-12)	(58)
2.6.8 金融(1-59)	(59)
2.6.9 会计和控制(1-60)	(64)
2.6.10 计算机和信息系统(1-26)	(70)
2.6.11 企业、政府和国际经济(1-40)	(72)
2.6.12 组织行为(1-24)	(75)
2.6.13 计量方法(1-3)	(77)
2.6.14 服务管理(1-10)	(78)
2.6.15 教学和案例方法	(79)
2.7 哈佛商学院的毕业生	(79)
2.8 美国的 MBA 教育	(80)
2.8.1 MBA 教育的鼻祖——哈佛大学商学院	(80)
2.8.2 风格各异的美国 MBA 教育	(85)
2.8.3 美国 MBA 教育的教学与管理	(95)
2.8.4 美国当代 MBA 教育的变革	(101)
2.9 毕业生择业	(106)
2.10 哈佛学子论哈佛	(108)

第1篇 MBA 教育通论

第3章 MBA 教育的产生演变和发展	(119)
本章概要	(120)
本章目标	(120)
3.1 MBA 教育的历史回顾	(120)
3.1.1 商业学校	(120)
3.1.2 从商业教育到企业管理教育	(121)
3.1.3 MBA 学位课程的兴起	(123)
3.1.4 MBA 教育发展的三个阶段	(124)
3.2 MBA 教育的现状及发展趋势	(132)
3.2.1 从“教管理”到“造就管理者”	(132)
3.2.2 侧重实用,走向综合	(133)
3.2.3 从学习知识到训练技能	(134)
3.2.4 MBA 教师面临的挑战	(135)
3.2.5 管理学院的经营	(136)

第4章 MBA 教育的特色	(139)
本章概要	(140)
本章目标	(140)
4.1 MBA 教育的素质特色	(140)
4.2 MBA 教育的知识结构特色	(143)
4.2.1 MBA 的主要知识模块	(143)
4.2.2 MBA 飞机型知识结构模式	(145)
4.3 MBA 教育独树一帜的培养方式和方法	(148)
4.3.1 MBA 主要的培养方式	(148)
4.3.2 培养 MBA 的有效教学方法	(151)
4.4 MBA 独具特色的培养目标	(159)
4.4.1 培养目标	(159)
4.4.2 MBA 的就业走向	(162)
4.5 MBA 的修炼之道	(163)
4.5.1 案例教学法(Case Study)	(163)
4.5.2 项目教学法(Project Study)	(166)
4.5.3 “国际化”学习法(International method)	(166)
4.5.4 座谈和访问学习法	(167)
4.5.5 计算机模拟管理演习	(168)
4.6 MBA 的经典教育模式——案例教学法	(168)
4.6.1 案例教学法的进行程序	(168)
4.6.2 案例教学法的经验原则	(169)
第5章 在职工商管理硕士 EMBA	(172)
本章概要	(173)
本章目标	(173)
5.1 EMBA 概况	(173)
5.1.1 EMBA 概述	(173)
5.1.2 EMBA 招生	(174)
5.1.3 EMBA 教学特色及课程	(175)
5.1.4 EMBA 教学方式	(177)
5.1.5 EMBA 师资	(177)
5.1.6 EMBA 项目管理	(178)
5.1.7 EMBA 财务问题	(178)
5.2 EMBA 的教学质量排行	(179)
5.3 EMBA 主要课程大纲	(180)
5.3.1 宏观经济学	(180)

5.3.2	微观经济学	(181)
5.3.3	管理会计	(183)
5.3.4	金融原理	(185)
5.3.5	管理决策模型	(187)
5.3.6	组织行为学	(188)
5.3.7	人力资源管理	(190)
5.3.8	战略管理和政策	(192)
5.3.9	国际商务	(196)
5.3.10	跨国管理	(197)
5.3.11	实习课程	(198)

第2篇 哈佛 MBA 导论

第6章	哈佛 MBA 核心课程导读	(203)
本章概要		(204)
本章目标		(204)
6.1	企业与企业管理	(204)
6.1.1	企业的基本特征	(204)
6.1.2	企业系统及其特点	(205)
6.1.3	企业管理的职能	(210)
6.1.4	企业管理者的类型及主要技能	(212)
6.2	MBA 人力资源管理知识述要	(213)
6.2.1	人力资源管理原理	(213)
6.2.2	人力资源投资分析	(221)
6.2.3	人力资源行为管理	(226)
6.2.4	企业劳动定员与定额	(231)
6.3	MBA 市场营销知识述要	(236)
6.3.1	消费者分析	(237)
6.3.2	市场分析	(244)
6.3.3	竞争分析	(247)
6.3.4	分销渠道分析	(250)
6.3.5	营销方案策划	(253)
6.3.6	效益分析	(263)
6.3.7	不断完善	(267)
6.4	MBA 经济战略知识述要	(269)
6.4.1	7S 要素模型(The Seven S Modal)	(269)

6.4.2	价值链和一体化	(273)
6.4.3	战略层次 (<i>Levels of Strategy</i>)	(275)
6.4.4	行业分析 (<i>Industry Analysis</i>)	(276)
6.4.5	一般性战略	(280)
6.4.6	竞争策略: 兆示	(283)
6.4.7	全球化与战略	(289)
6.4.8	协同效应与战略	(290)
6.4.9	战略怀疑主义	(291)
6.4.10	战略与中国兵法	(292)
6.4.11	战略的执行	(293)
6.5	MBA 实用金融知识体系述要	(293)
6.5.1	企业的本质	(294)
6.5.2	投资 (<i>Investments</i>)	(295)
6.5.3	证券	(298)
6.5.4	投资类型和评估方法	(301)
6.5.5	债券市场	(301)
6.5.6	债券评估小结	(305)
6.5.7	股票市场	(305)
6.5.8	期权市场	(307)
6.5.9	企业投资决策	(311)
6.5.10	企业融资决策	(314)
6.5.11	兼并与收购	(322)
附录 1		(328)
附录 2		(380)

绪 论

第1章 哈佛大学和哈佛商学院

第2章 哈佛商学院的教育制度

在

中国,哈佛商学院及其毕业生的轶事在商界广为流传,说哈佛、谈MBA亦成为一种时髦和时尚。哈佛为什么能成功,在大多数人心中却是谜一样的困惑。此时,一批真正的有识之士在一片浮躁的流行色中早已开始脚踏实地地接触和学习哈佛MBA最本质的东西:哈佛是怎样培养人才的?MBA们在哈佛究竟学到什么?

