

最新哈佛 商科管理全书

H A R V A R D

主 编 汪 彬 邓 先 明

中国物资出版社

最新哈佛 商科管理全书

（日）大塚幸夫 著 王 明 译

中国铁道出版社

F270.712

1

第一编 MBA 大视野：总裁的摇篮

HARVARD

BUSINESS

SCHOOL



最新哈佛商科管理 全 书

第二编 管

理

第一章 建立起决策的框架

(89)

第一节 向前看的思维

(89)

第二节 向前看——决策

(96)

〔案例分析〕 消费者有限公司

与本企业大半年“00”战略

有利益。孰优孰劣，以谁为准？

00

第二章 市场中的较量

(104)

第一节 是什么影响着供求双方

(104)

第二节 供求曲线的位移和沿曲线移动

(108)

第三节 需求函数和弹性

(110)

〔案例分析〕 汽油和石油

主编 汪 彬 邓先明

中国物资出版社

HARVARD

SCHOOL

BUSINESS



最新哈佛商科管理全书

全

最新哈佛商科管理全书

汪彬 邓先明 主编

中国物资出版社出版发行

(北京市西城区月坛北街25号 邮编 100834)

全国新华书店经销

中国伊协大厂月华胶印厂印刷

开本:787×1092mm 1/16 印张:70 字数:1700千字

2000年2月第1版 2000年2月第1次印刷

ISBN 7-5047-1566-2/G·0340

印数:1—1500册

定价:350.00元

第一编 MBA 大视野:总裁的摇篮

第一章 从哈佛走向世界——跨世纪的浪潮	(3)
第一节 MBA 成长简史	(3)
第二节 培养职业经理的摇篮——著名商学院概览	(11)
第三节 选择未来——MBA 毕业就业扫描	(28)
第二章 职业经理是这样造就的——MBA 培养之道	(32)
第一节 总裁资格班——经理进修班内幕	(34)
第二节 各有所长的十八般兵器——MBA 课程设置	(38)
第三节 MBA 三法宝——MBA 教学方法谈	(43)
第四节 他们培养出总裁!——商学院的教头们	(53)
第三章 人生写出的案例——MBA 奋斗实录	(63)
第一节 复印机行业的创始人	(63)
第二节 百折不挠的 MBA 斗士	(67)
第三节 商海横流,方显 MBA 本色	(70)
第四节 逐鹿电视业的 MBA 大亨	(74)
第五节 零售业骄子	(77)
第四章 展望未来——英雄有用武之地	(80)

第二编 管理经济学:决策中的人脑+电脑

第一章 建立起决策的思维架构	(89)
第一节 向前看的思维	(89)
第二节 向钱看——决策的准则	(96)
〔案例分析〕 消费者有限公司	
日本企业大多立足于企业的长远利益,而美国企业主要是立足于股东的利益,注重眼前利益。孰优孰劣,以钱的多少来衡量。唯利是图难道不对吗?	
第二章 市场中的较量——供求法则	(104)
第一节 是什么影响着供求双方	(104)
第二节 供求曲线的位移和沿线移动	(108)
第三节 需求函数和弹性	(110)
〔案例分析〕 汽油和石油	

薄利多销似乎成了商家的一句口头禅,总以为放之四海而皆准。原本想多卖薄利多赚,结果却是非但没有多卖而且还亏本,难道不灵了?

第三章 定价比成本低有利可图吗——边际分析法 (116)

第一节 “MR=MC”法则 (116)

〔案例分析〕 万向集团 (116)

当万向集团刚开始向美国出口汽车用万向节时,简直是白送。可是总经理鲁冠球却依然坚持出口,而且还扩大订单。为什么?因为,他知道“MR=MC”法则。

第二节 边际原理与企业内部协调 (123)

〔案例分析〕 萨姆兹俱乐部 (123)

当产品生产的发展使企业内部其他部门的费用发生变化时,尽管利润最大化边际目标的本质没有变,但企业却变得更复杂。

第四章 先发制人——市场预测 (128)

第一节 市场需求测量的主要概念 (128)

第二节 预测法之一:市场实验法 (132)

〔案例分析〕 柑橘 (132)

对于新产品,我们怎样知道它的需求弹性,市场潜量呢,我们可以通过实验的方法去了解、推算。在实验中做到先知先觉。

第三节 预测方法之二:时间序列分析法 (133)

〔案例分析〕 沈阳拖拉机厂 (133)

前几年业绩尽管有小波动,但总的来说还不错,今年如何呢?今年与去年同期相比,上升不少;现在是旺季,下个季度就会到淡季了,不知要“淡”多少?这些问题都可以用时间序列分析法去求得。

第五章 事半功倍——生产中的决策 (139)

第一节 是不是投入越多越好——要素的优化组合 (139)

“1+1”可能大于2,也可能等于2,也可能小于1。不同的结果源于不同的要素搭配组合,关键是优化。

第二节 效益最大——产品产量的最优组合 (145)

〔案例分析〕 金星厂 (145)

不同要素的组合方式可使产量优化,同样,不同类别数量的产品再满足需求的同时也能使效益最大,关键还在于优化。

第六章 审时度势——企业定价谈 (152)

第一节 企业的盈亏分界点 (152)

〔案例分析〕 长江电表厂 (152)

商家不做亏本生意,天经地义。这个“本”是一定的。不同的商品价格使得保本的日子不同,什么时候保本,由盈亏分界点决定。

第二节 多产品定价法	(160)
------------------	-------

“九头鸟”的故事告诉我们,尽管各自的用心都是好的,但是结果却是适得其反,企业的产品就好比是鸟的头,价格则是解决这个问题的唯一方法。

第三节 定价中的特殊问题	(161)
--------------------	-------

第七章 高瞻远瞩——长期决策 (168)

第一节 跨时估价	(168)
----------------	-------

小孩对妈妈说:“长大了我也成为百万富翁,我该怎么办呢?”妈妈说:“如果现在把所有的零花钱都存到银行,保证以后也不乱花,就行了。只要你坚持下去,就会成功的。”假设坚持 25 年,那每年要存多少呢?

第二节 资本预算与投资项目选择	(170)
-----------------------	-------

有没有花钱少、赚钱多的项目?项目本身是否盈利?在此介绍几种衡量判别的方法,有助于你的决策。

第三节 跨时资源分配	(179)
------------------	-------

〔案例分析〕 红星电饭煲厂

同样数额的资金,由于投入的时期不同,结果一个盈利,一个亏本,原因何在?对于股票,适时抛购,能给股民带来巨大利差,企业的资源投入时机有异曲同工之处。

第三编 企业战略管理:航船靠舵手

第一章 MBA 眼中的战略管理	(185)
-----------------------	-------

第一节 什么是战略管理	(185)
-------------------	-------

第二节 战略管理能带来什么	(186)
---------------------	-------

〔案例分析〕 康柏公司在 1994

创立于 1981 年的康柏公司在短短两年内一跃成为美国商业史上发展最快的企业,并最终成为 IBM 个人兼容机最可靠的生产者,它的股票在华尔街倍受青睐,一直呈快速上涨势头……康柏传奇般的发展史将告诉所有的企业经营者:战略管理究竟能给企业带来什么?

第三节 商务道德与战略管理	(194)
---------------------	-------

〔案例分析〕 脚手架事件

鲍勃坚决反对公司将非脚手架材料卖给客户作脚手架,因为这关系到许多建筑工人的生命安全,显然是违反商务道德的,然而他的意见却遭到了上司和同事的一致批评,他一直信守的商务道德也似乎在上司的另一套所谓的道德标准面前变得不尽情理……鲍勃为此大为困惑:究竟他们中谁对谁错?错在哪里?真正的商务道德应该是怎样的?

第四节 商务战略与军事战略	(198)
---------------------	-------

〔案例分析〕 坎那战斗

公元前 216 年 8 月 2 日拂晓,战争史上具有决定意义的一场战斗,坎那战斗打响了。汉尼拔正率领他的迦太基人越过阿尔卑斯山,进入意大利去夺取敌人的土地。突然发现他 42000 名士兵的军队被数量远超过他、瓦罗率领的 72000 名罗马勇士挡住了去路,而他的背

后是奥弗达斯河。他既不能退,又无法不战。怎么办?

第二章 实践中的战略管理 (200)

第一节 企业的一般战略准则 (200)

第二节 迈克尔·波特——《竞争战略》 (203)

〔案例分析〕 M&S 零售公司

它是由一位波兰籍犹太移民在 1884 年创建的,到 20 世纪初已形成全国性的连锁销售网络,成为英国最大的零售商。它的这一地位一直保持到了 1994 年。它的成功来自于它拥有的比其他竞争者更明显的竞争优势。那么这些优势来源于哪些方面?又是什么使它的优势保持了 50 年之久?

第三节 小企业如何进行战略管理 (205)

〔案例分析〕 Ryka 公司

在有着耐克、锐步、阿迪达斯等著名公司竞争非常激烈的运动鞋市场上,Ryka 公司却创造了一个商业的奇迹:它在制鞋业中大出风头,并逐渐呈现出与耐克、锐步一决天下的势头……所有这些都得益于它在其总裁 Sheri Poe 女士领导下,采取了独具特色的战略管理,专门为女性生产运动鞋,并无时无刻不洋溢着一种“由女性决策、专为女性服务”的精神。可见,小企业也可以通过战略管理而大有作为。

第四节 政府与非盈利组织也需要战略管理 (212)

第三章 企业使命——战略管理的灵魂 (214)

第一节 什么是我们的生意 (214)

第二节 一个清晰的企业使命的重要性 (215)

第三节 如何评价企业的使命 (216)

第四章 战略管理分析与决策 (220)

第一节 环境分析——外部因素评价(EFE)模型 (220)

第二节 企业分析——内部因素评价(EFE)模型 (222)

第三节 输入——配合——决策三阶段 (224)

第四节 董事会的作用 (231)

第五章 营造良好的战略管理氛围 (232)

第一节 战略管理的冲突和问题 (232)

〔案例分析〕 Electrimex 公司

诸如雇员严重流失、信息系统的低效与混乱、缺乏员工培训、各部门间协作性差、个人奖惩制度不健全等一系列的问题,你会相信它们是一家宣称几乎每一个美国家庭都拥有其产品、业绩良好公司中存在的问题?事实上,在战略管理用来解决问题的同时,它也引起了一些新的冲突和问题,这对于即使经营成功的企业来说也不例外。

第二节 战略变化遇到的阻力 (237)

第三节 创造一种支持战略管理的企业文化 (238)

〔案例分析〕 AT&T 公司	
当八十年代 AT&T 已不再在电话业中独统天下时,它的战略也被迫面临变化。公司为此作出了许多努力,并最终成功地创造了一种支持新战略的企业文化,它包括组织结构的重新设计、确立新的价值观、修正招聘目的与行动以及更换旧的标志等一系列方面。这种成功的企业文化的创造也得到了丰厚的回报:1988 年 AT&T 公司的利润上升了 259%,达到 27 亿美元。	
第四节 企业战略的辅助管理	(240)

第六章 建立有效战略管理评价系统	(241)
第一节 有效评价系统	(241)
第二节 应急计划	(242)
第三节 有效战略管理的指导	(243)
第四节 计算机在战略评价中的应用	(244)

第七章 全球化战略管理	(246)
第一节 全球竞争——国际化经营趋势	(246)
第二节 全球挑战中的战略管理	(248)
第三节 全球竞争者如何取得成功	(249)

〔案例分析〕 飞利浦(Philip)公司	
成立于 1891 年的荷兰飞利浦公司是全球最大的电器制造企业之一。然而近百年来它一直引以为骄傲的双各主管制等独具一格的管理模式受到了来自于西门子、索尼等公司强有力的挑战,这迫使它不得不在全球范围内进行战略和组织上改变,以加强自己作为一个全球竞争者的竞争力。尽管九十年代的形势并不容乐观,但有效的全球战略管理可以相信飞利浦公司能“让我们作得更好”……	

第四编 市场营销

第一章 市场营销——市场流行色	(257)
第一节 从做产品到做市场	(257)
第二节 “顾客就是上帝”的含义是什么	(259)

〔案例分析〕 L. L. 本纳(Bea)公司	
美国缅因州自由港的 L. L. 本纳公司是最成功地邮购商行之一,它的成功应归结于向顾客提供的 100% 的保证。	
第三节 社会营销观念——未来趋势	(263)

〔案例分析〕 营销新潮流——绿色营销	
法国一家水果罐头厂做了一个独特的广告,广告宣称:“本厂生产的水果罐头使用的全是长虫了的果实。”	
他们为什么要这么说呢?	

第二章 市场中的消费者	(265)
第一节 消费者在想什么	(265)
第二节 消费者购买的五个阶段	(269)
第三节 区别不同的消费者	(274)

第三章 企业如何进入市场	(278)
---------------------------	-------

第一节 进入市场的 STP 法	(278)
-----------------------	-------

〔案例分析〕“状元红”

“状元红”果然一炮走红，它用的是什么市场营销方法呢？

第二节 S：企业对市场的细分	(280)
----------------------	-------

〔案例分析〕阿夸福来希牌牙膏

防蛀、爽口、洁齿的牙膏人见人爱。可怎么能让消费者相信该牙膏确实同时具有这三种效果呢？

请看比切姆公司的妙计……

第三节 谁是上帝——目标市场消费者	(288)
-------------------------	-------

第四节 P：产品如何定位	(293)
--------------------	-------

〔案例分析〕逆向入手、有的放矢

湖北劲酒厂依靠成功的市场定位使得销售额一年翻一番，他们是怎么做的呢？

第四章 皮尔·卡丹——著名品牌的启示	(299)
---------------------------------	-------

第一节 品牌与名牌	(299)
-----------------	-------

〔案例分析〕P&G 在中国的海湾战争

P&G 在中国的一场“海湾战争”使其荣登中国日用消费品王之宝座！

该公司的一位经理说：“从一开始 P&G 就志夺第一，谁也不在乎花多少钱。”

第二节 名牌值多少钱	(304)
------------------	-------

第三节 企业如何创立名牌	(307)
--------------------	-------

〔案例分析〕“活力 28”创名牌纪实

一句广告词使一个地处偏僻内陆的企业一下子声名鹊起，并使该企业所在地区也跟着扬了名，太神奇了！

这就是“活力 28，沙市日化！”

第五章 企业产品定价的学问	(314)
----------------------------	-------

第一节 定价中的心理学	(314)
-------------------	-------

〔案例分析〕华侨企业家林昌横的销售策略

一个只有 6 个人的小作坊，因为老板定价有方，促销有术，竟发展成了法国第二大皮件厂，且看他是如何成功的？

第二节 新产品如何定价	(319)
-------------------	-------

〔案例分析〕雷诺公司的撇脂定价策略

一支成本仅为 0.50 美元的圆珠笔，零售价高达 20 美元，消费者却争相购买。

(888) 这就是雷诺公司的市场撇脂定价策略。..... (888)

第六章 促销——好酒也怕巷子深 (334)

第一节 如何做广告 (334)

(888) [案例分析] 百威的成功秘诀 (888)

(888) “……不管是世界上任何角落,这必然是最精彩的广告活动,对此殊荣,我们再次由衷地恭喜您。”

这是一位日本消费者对百威啤酒广告的贺词!

第二节 有奖大酬宾的启示 (342)

第三节 公关小姐能干什么 (347)

[案例分析] 里根为长城饭店“做广告”

请里根为我们“做广告”,这是长城饭店胆大包天的想法,那么,里根总统到底为长城饭店做了广告没有?

第四节 人员推销——面对面的销售 (353)

[案例分析]

“带着圣雄故地的照片来向我兜售飞机的,这还是破天荒的第一次,我不能再拒绝了!”印航主席拉尔少将如此说。

拉尔少将不能拒绝的是谁呢?

第七章 迅捷的产品传递渠道 (359)

第一节 选择好的代理商 (361)

[案例分析] 好的代理商给公司带来运气

纽约一家大银行采购部经理对代理商麦克暴跳怒骂,最后却又心平气和。

这是为什么呢!

第二节 加强厂商的联合 (367)

第三节 直销 (371)

第八章 企业营销实践 (377)

第一节 面临紧急情况的战略 (377)

第二节 产品生命周期战略 (381)

第三节 兵法在营销中的运用 (385)

[案例分析] 百事可乐攻击可口可乐

百事可乐和可口可乐百年争斗,两者平分秋色,各有胜负,现请看百事可乐是如何成功地进攻可口可乐的。

第五编 组织行为学:企业的协奏曲

第一章 个人发展与组织发展 (393)

第一节 人的行为理论	(393)
第二节 非正式组织的作用不容忽视	(395)
第三节 组织发展与惯性	(397)

第二章 组织管理的最终目标:企业良性发展

第一节 组织结构设计的三种方案	(399)
-----------------------	-------

〔案例分析〕 Kyocera 公司

有效的竞争一定要以破坏融洽的组织氛围为代价吗? Kyocera 公司绝妙的组织弹性设计——Amoeba(阿米巴)将给你一个回答。

第二节 组织变革与发展 5W 法则	(407)
-------------------------	-------

〔案例分析〕 科林玻璃公司

科林玻璃公司一直以技术开发与生产而闻名,然而它的组织却制约了它的发展,而且不断的竞争压力和低的员工士气也使组织的变革发展雪上加霜……

第三节 孰优孰劣:小组决策的制定	(414)
------------------------	-------

〔案例分析〕 海上遇险

几个人在海上遇险,手边仅有 5 加仑水,一盒压缩饼干和镜子、汽油等 15 种物品,现在最重要的是要依靠这些东西生存下来以等待援救,那么什么将是你最先的选择? 救险专家的结论将告诉你:个人决策与小组决策到底孰胜孰劣。

第三章 “哈佛式”行为杠杆理论

第一节 领导的艺术	(420)
-----------------	-------

〔案例分析〕 第一联邦银行

亲切友好的上司辞职了,轻松愉快的合作氛围消失了,新上司带来的是低沉单调的声音,是严格按钟表办事的领导风格,陷入困境的苏珊不禁要问道:“领导应该作些什么?”

第二节 工作业绩的考评	(427)
-------------------	-------

〔案例分析〕 希腊海纳斯啤酒公司

在公司的年终考评会上,总经理和商务部经理对工作业绩的考评出现了严重的分歧,双方各执一词,争得不可开交,那么绩效的考评到底是以什么为标准呢?

第三节 工作应聘:教你如何谈判	(442)
-----------------------	-------

〔案例分析〕 应聘技巧

工作应聘会上,双方唇枪舌剑,各自据理力争,一时间风起云涌……然而你知不知道,在谈判的背后,你自信的多少,想要的是什么,甚至谁先报价都可能决定你的成败?

附录 如何进行案例分析	(448)
-------------------	-------

第六编 人力资源管理:成事在人

第一章 人——战略性资源

第一节 谈成事在人	(457)
-----------------	-------

第二节 如何形成有效的人力资源管理	(458)
-------------------------	-------

第三节 成功企业的启示	(461)
〔案例分析〕 人民捷运航空公司	
伯尔和一群“德航”的高层经理为了试找出一条人与工作更好结合的路子,赤手空拳创办“人民捷运航空公司”,“人捷”的人的战略使公司两年就成为美国的大航空公司,“人捷”的成功将给你什么样的启示?	
第二章 工作分析——让大家心里都有数	(468)
第一节 什么是工作分析	(468)
第二节 工作分析六步曲	(469)
第三节 工作描述和工作说明书范例	(474)
〔案例分析〕 阿尔法公司	
一个组织在对完成一项工作所要求的能力、知识等一无所知的情况下就去雇用一员工吗?如果不知道员工在今后工作中要做什么的话,培训又从何谈起?美国中小企业的经验会告诉你该怎么做。	
第三章 人力资源规划——为有源头活水来	(480)
第一节 为公司未来准备什么样的人	(480)
第二节 人力资源预测术	(481)
第三节 五种人力资源规划	(484)
〔案例分析〕 公司能否容许“高飞之鸟”轻视海外的任命	
公司最有前途的人按制度应去海外子公司增加经历,但“高飞之鸟”的个人原因使他不能成行,总经理网开一面,但人事部经理要坚持原则,怎么办?	
第四章 人员的甄选——知人与善任	(490)
第一节 招募:把好“进口”关	(490)
〔案例分析〕 总裁什么时候才能走	
考琴公司的总裁已届退休年龄,但接任人还未定下来,任命委员会各有钟爱人选,总裁孤掌难鸣,但他又不肯轻易服输,他什么时候才能放心地走?	
第二节 测试:识尽庐山真面目	(493)
第三节 面试与录用:千军易得,一将难求	(496)
〔案例分析〕 测试带来了官司	
阿玛尔根纸品公司的员工测试刚做完不久,就被一位黑人员工告状到了联邦法院,测试要怎样才能合理、合法,少惹麻烦?	
第五章 绩效考核——给员工一个说法	(502)
第一节 绩效考核是不是灵丹妙药	(502)
第二节 如何进行绩效考核	(504)
第三节 绩效改进与辅导	(506)
第四节 管理人员的绩效考核	(509)

〔案例分析〕 洁特食品服务公司

年度考核又到了,今年的考核非同小可,副总裁助手职位刚设立,托丽莎实在不愿和有脾气的布莱克一起工作,她该如何给布莱克考评?

第六章 管理人员的培训与开发——你的未来不是梦 (515)

第一节 培训与开发的对象与内容 (515)

第二节 培训开发的过程与方法 (516)

第三节 培训中应注意些什么 (520)

〔案例分析〕 培训主任怎样才能维护自己的声誉

富有培训经验的兰德尔来到了一个新环境,准备开展一个大的培训计划,受培的工程师们冷嘲热讽,上司没有时间,“老革命”遇到了新问题,你说该怎么办?

第七章 报酬管理——给人才定价 (525)

第一节 有效的报酬系统 (525)

第二节 设计公平的报酬系统 (526)

第三节 报酬管理中的疑难点 (532)

〔案例分析〕 总经理应如何处理工资破格问题

一向视自己是公司“顶梁柱”的采购经理,在一个偶然的机会发现总经理的工资是他的五倍,同级的销售经理也是二点五倍,他生气了。总经理指责他违反职业道德,看了不该看的东西。但总经理却面临着如何安抚这位伤了心的下属?

第八章 激励——给员工一个核动力 (536)

第一节 什么是激励 (536)

第二节 激励理论 (537)

第三节 激励的运用 (539)

〔案例分析〕 坦丁姆计算机公司的激励制度

詹姆士有着管理天才,他创造了一套有效而独特的管理员工的方法。公司在飞速发展,一个更正式和庞大的管理机构会出现,如何更有效地激励员工,大家都在关注这个问题。

第九章 跨国公司的人力资源管理 (544)

第一节 跨国公司的人事政策 (544)

第二节 海外经理的选拔与培训 (547)

第三节 国际间的人员流动 (548)

第四节 跨国公司的工薪政策 (550)

〔案例分析〕 如何应付中东的“文化冲击”

美国的巴里虽有十多年在美国、巴西和朝鲜的管理经历,但这次中东工地对他来说太陌生了。建筑师不配合、技工不合格、老板没时间,他如何力挽狂澜?

第十章 人事诊断——更加了解你的企业	(555)
第一节 如何进行人事诊断	(555)
第二节 人事诊断常用的指标	(557)
第三节 人事诊断三范例	(559)

第七编 财务管理:生财有道

第一章 财务分析——企业经营状况的晴雨表	(565)
-----------------------------------	-------

第一节 几个重要的财务指标	(565)
---------------------	-------

〔案例分析〕 WE 公司的几个重要财务指标

WE 公司经理们坐一室之内,仅对几个重要的财务指标进行分析,就能明了企业的经营状况。

第二节 综合财务分析——杜邦分析法	(574)
-------------------------	-------

〔案例分析〕 DP 公司第二年的所有者权益报酬率为何下降了

简单明了的杜邦分析法,不仅让你找到了原因,而且让你领略到杜帮公司经理们的风采。

第二章 货币的时间价值——时间就是金钱	(576)
----------------------------------	-------

第一节 货币时间价值的计算	(576)
---------------------	-------

〔案例分析〕 降价卖、还是原价卖

GT 百货商店考虑货币的时间价值与不考虑货币时间价值进行决策,其结论完全相反。

第二节 年金的计算	(578)
-----------------	-------

〔案例分析〕 百万富翁的苦恼

故作高深的百万富翁,在给三个儿子分配财产时,自食其果。三个儿子对他的怨恨代替了以前的尊敬,使他深深地陷入苦恼之中。

第三章 风险和报酬	(582)
------------------------	-------

第一节 单项资产风险报酬的计量	(582)
-----------------------	-------

第二节 组合性资产风险报酬的计量	(583)
------------------------	-------

第三节 资本资产定价模型	(587)
--------------------	-------

〔案例分析〕 华能电子有限公司

华能电子有限公司做投资决策时,采用了两种不同的方法,其方案大不一样。

第四节 未来利率水平的预测	(588)
---------------------	-------

第四章 筹资——他山之石,可以攻玉	(590)
--------------------------------	-------

第一节 财务预算——资金需求量预测	(590)
-------------------------	-------

〔案例分析〕 WT 公司对销量增加所需资金的预测

WT 公司采用了哈佛商学院 MBA 在案例教学中经常采用的资金需求预测方法,达到

了一箭多雕的目的。	
第二节 筹资组合——“向结构要效益”	(597)
第三节 企业股票的发行	(599)
〔案例分析〕 长江实业有限公司决策	
长江的上市,为其发展奠定了坚实的基础。同时,我们也可以看到李嘉诚高人一筹的胆略。	
第四节 举债经营	(600)
第五章 资金成本与结构——没有不赚钱的钱	(607)
第一节 考虑一下资金的代价	(607)
〔案例分析〕 东方汽车制造公司筹资决策	
用加权平均资金成本决策,大大增加了该公司筹资的灵活性,体味到没有不赚钱的钱的内涵。	
第二节 杠杆原理与风险	(613)
第三节 合理资本结构的选择	(614)
〔案例分析〕 福得斯公司的合理资本结构	
福得斯公司采用逐步测试法,从没有债务开始,通过逐步增加债务来测试其加权平均的资本成本和总价值,从而准确地确定了最佳资本结构。	
第六章 营运资金管理——一个钱当几个钱花的艺术	(619)
一个钱掰成两半花是精明;一个钱当几个钱花是高明。	
第一节 营运资金管理原则	(619)
第二节 企业的资产组合	(620)
第三节 一个财务等式的运用	(621)
〔案例分析〕 三株公司资金运营状况透视	
三株公司以2000%的高速度发展,仿佛是一夜之间蹦出的经济奇迹。三株的成功,是多方面的,但三株公司对财务等式的杰出运用会给你深深的启迪。	
第四节 存货管理	(625)
第五节 应收帐款管理	(629)
第六节 把握好别人给你的机会——应付帐款	(633)
第七节 现金管理	(634)
第七章 投资——风险所在就是获利机会	(637)
第一节 净现值法	(637)
〔案例分析〕 XYZ公司	
XYZ公司的投资决策,简单明了地运用了净现值法,虽然实际中不会有这么简单,但它已揭示了实质。	
第二节 风险投资决策	(640)
第三节 证券投资	(642)

第八章 企业兼并的财务管理——企业快速发展之路	(649)
第一节 企业兼并的动机和形式	(649)
第二节 兼并中的资产评估	(651)
第三节 企业兼并的经济可行性分析	(652)

〔案例分析〕 保定市板纸厂兼并保定永华餐巾纸厂

板纸厂谋求发展,萌生“借水行舟、借船出海”的想法;永华餐巾纸厂为了摆脱困境,寻找生存的出路。这样,商品竞争把这两个企业引上了兼并之路。明亏实赚的经济可行性分析预示着兼并的成功,而板纸厂算的三笔帐,会给你深刻印象。

第九章 股利政策——让股民倾囊相助的艺术	(656)
-----------------------------	-------

〔案例分析〕 山东黑豹股份有限公司股利政策

来自招股说明书中的摘要,可以看到该公司股利政策的全貌,也体现了股利政策的一般。

第一节 利润——股价之源	(657)
第二节 股利政策	(659)

第八编 管理中的控制艺术

第一章 管理控制系统的设计	(665)
第一节 控制的功能	(665)
第二节 控制的过程	(667)
第三节 控制的类型	(668)
第四节 确立控制标准	(670)
第五节 衡量的任务和方法	(671)

〔案例分析〕 汉诺弗航天电子公司

如何正确评价科研技术人员的工作质量,对管理者来说是一个颇伤脑筋的问题,本案例介绍了一位管理咨询专家的分析方法,向你传授如何建立衡量指标,从而使你能有效地管理好科技人员,提高他们的绩效。

第六节 纠正措施	(675)
----------	-------

第二章 预算的控制技术	(684)
--------------------	-------

第一节 预算控制的基本内容	(684)
第二节 零基预算	(685)
第三节 项目预算	(687)
第四节 全面业绩的控制	(689)

〔案例分析〕 “洁他”肥皂公司

有人形容“预算控制”是“樱桃好吃树难看”,主要原因在建立预算的过程中所碰到困难较多。本案例详细讲述了把计划转换成预算标准的方法和步骤,使您能领会和掌握运用预