

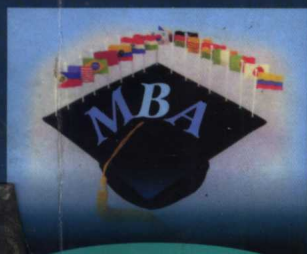
MBA

教程精华

献给未来工商界精英



- ★美国最新商学院排名
- ★世界著名商学院简介
- ★中国MBA考试指南
- ★中国52所大学MBA通讯录
- ★MBA招生简章
- ★全球最佳商学院



曹剑 / 主编

MBA

W 世界图书出版公司

MBA 教程精华

——献给未来工商界精英

主编 曹 剑

上卷

 世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

1998

MBA 教程精华

——献给未来工商界精英

主编 曹 剑

下卷

 兴界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

1998

MBA

教程精华

献给未来工商界精英



上卷

MBA预示着成功与希望，能力与成就



世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

MBA

教程精华

献给未来工商界精英



下卷

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

MBA预示着成功与希望，能力与成就



世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

(陕)新登字 014 号

- ☐ 策划 程 鑫
☐ 主编 曹 剑
☐ 编委 高 见 李兴武
宋志毅 陈大汉
徐德才 鲁公路
刘德雷 唐传倩

MBA 教程精华
——献给未来工商界精英

主编 曹 剑
康宏磊 责任编辑

世界图书出版西安公司出版发行

(西安市西木头市 34 号 邮编 710002)

北京云浩印刷厂印刷

全国新华书店经销

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:38.5 字数:728 千字

1998 年 1 月第 1 版 1998 年 1 月第 1 次印刷

印数:00001--21800 册

ISBN 7-5062-3608-7/F·30

定价:58.00 元(上、下卷)

前 言

工商管理硕士(Master of Business Administration,简称 MBA)近年来成为国内教育界的热门话题,众多高校纷纷建立起自己的 MBA 专业,社会上许多希望进修经济类课程的人对 MBA 学位也是趋之若鹜。一时间,有关 MBA 的书籍成为热销读物。

MBA 教学与 MBA 学位的培养、授予,区别于经济学学位的重要之处在于其实用性。经济学立足于培养在经济学理论领域的研究人才,同时对工商管理领域的理论研究放在 DBA(Doctor of Business Administration)课程中。而工商管理硕士 MBA,顾名思义则主要面对工商界,为工商企业培养高级主管人才。

我国的 MBA 教育始于 1990 年,比美国晚了近一个世纪,无论从师资、教材还是教学方法、教学实效而言都存在较大的差距。差距是不足也是动力,国内各高校正加大投入,积极探索,争取迎头赶上,为下个世纪中国经济的腾飞培养有用之才。

北京大学光华管理学院是培养 MBA 学位的摇篮,学院院长由著名经济学家厉以宁教授担任,且学院拥有一大批具有丰富教学经验的教师队伍。几年来,北大 MBA 因其敏锐的头脑,灵活的策略,不折不扣的韧劲已开始在工商界展露头角。本书由光华管理学院的一批年轻学者编著而成,概括了 MBA 教育的全貌,是非常值得一读的好教材。

全书以实用性和权威性为宗旨,对现代 MBA 必备的知识作了高度的概括与浓缩,深入浅出地对 MBA 课程进行了系统、全面的总结,对每门课程的实质都给出了精辟的阐述和解释。同时,本书从实用性角度出发,对 MBA 的历史与发展、目前国内外 MBA

现状乃至世界主要工商管理学院的介绍与排名,我国开设 MBA 课程的主要高校及其招生办法都给予了充分的阐述。

与其它关于 MBA 的书籍不同,该书中许多实用性很强的信息都是第一次与读者见面,因此特别适合于即将报考 MBA 以及有志于自修 MBA 课程的在职工商界人士阅读。

全书分三编,由曹剑统一组稿,下述人员编写:

第一编 MBA 入门:高见

第二编 MBA 教程精华:刘德雷、李兴武、宋志毅、陈大汉、
唐传倩、曹剑、鲁公路、徐德才

第三编 MBA 新发展:鲁公路

当然,由于时间紧迫以及我们经验的不足,书中可能还会存在一些局限性,敬请广大读者批评指正。

为了使本书能得以尽快面世,西安电子科技大学经济管理学院孔兵、魏玉琴、吕崇周老师和杜跃平、王安民、赵文平、温小霓、张元智、雷中强等正副教授为此付出了辛勤的劳动,在此表示深深的谢意。

美国哈佛商学院约翰·科特(John P. Kotter)在他的著作《新规则——后工业化社会制胜的策略》一书中指出,在竞争和全球化、国际化的今天,各国工商企业事实上都面临着一个新的竞争规则;在新规则面前,从某种角度而言,大家都在同一条起跑线上。纵观我国 MBA 教育,又何尝不是如此呢?解放思想,锐意进取,学习 MBA 知识,领导中国企业走向世界,是新时代的呼唤,也是未来中国 MBA 的责任。

机会就在您的脚下。努力吧!未来的工商界精英们!!

编 者

1997.12

第一编

M
B
A
入
门

目 录

第一编 MBA 入门

- 第一章 走向 MBA (1)
- 第二章 MBA 在国外 (39)
- 第三章 MBA 在中国 (100)
- 第四章 中国 MBA 考试指南 (131)

第二编 MBA 教程精华**经济学****第一部分 宏观经济学**

- 第一章 目标与工具
 - 揭开宏观经济学的面纱..... (163)
- 第二章 总供给与总需求
 - “黑箱”内的秘密..... (166)
- 第三章 国民生产总值 GNP
 - 一国经济运行表现的尺度..... (170)
- 第四章 就业与失业
 - 面包会有的,一切真的都会有吗? (173)

第五章	价格与通货膨胀	
	从富人到乞丐:可怕的货币贬值	(178)
第六章	国际收支平衡及汇率	
	通向世界经济的“窗口”	(188)
第七章	财政政策	
	唯一的好预算是一个平衡的预算	(194)
第八章	货币政策	
	“三件伟大发明”之一:中央银行	(199)
第九章	财政—货币政策的混合及政府赤字	
	赤字与贫穷	(206)
 第二部分 微观经济学		
第十章	供求理论	
	经营之初	(211)
第十一章	效用理论	
	皆大欢喜	(218)
第十二章	成本、收益、厂商均衡	
	做个精明的企业家	(224)
第十三章	生产理论	
	生产要素的投入和组合	(231)
第十四章	消费理论	
	如何控制你的支出	(239)
第十五章	公共产品收入的再分配	
	你我携手并进	(247)
第十六章	决策	
	从理想到现实	(252)

管理学

- 第一章 管理与管理学
即是科学又是艺术..... (257)
- 第二章 管理思想的发展
从经济人到社会人..... (261)
- 第三章 计划
管理工作的基础..... (268)
- 第四章 组织
明确每个人应当做什么..... (276)
- 第五章 激励
胡萝卜和大棒..... (282)
- 第六章 领导
如何使部下追随你..... (287)
- 第七章 控制
剪刀的另一刃..... (291)

管理统计学

- 第一章 统计与统计学..... (299)
- 第二章 统计指标..... (303)
- 第三章 集中趋势的度量..... (307)
- 第四章 离散趋势的度量..... (319)
- 第五章 随机变量与概率分布..... (324)
- 第六章 回归分析..... (340)
- 第七章 时间序列分析..... (353)

会计与财务管理

第一章 资产负债表

企业快照..... (369)

第二章 损益表

企业经营成果的总结..... (381)

第三章 财务状况变动表

了解企业财务状况的窗口..... (390)

第四章 现金流量表

一个更为清晰的视角..... (399)

第五章 财务报表分析

让数字变得有意义..... (407)

第六章 成本概念与成本习性

构成企业产品的基石..... (432)

第七章 变动成本法

一种与完全成本法不同的思路..... (442)

第八章 本量利分析

管理者决策的有力武器..... (446)

第九章 标准成本

管理成本的有效手段..... (452)

第十章 作业成本制度

一种全新的成本制度..... (461)

第十一章 财务管理的目标

企业价值的最大化..... (468)

第十二章 财务管理的价值观念

时间与风险..... (474)

第十三章 投资决策	
好钢用在刀刃上.....	(478)
第十四章 融资决策	
借鸡下蛋的哲学.....	(487)

营销管理

第一章 市场营销观念的变革	
顾客的需求决定一切.....	(493)
第二章 市场营销环境	
着眼全局,不可一叶障目	(498)
第三章 市场调查及预测	
知己知彼方能百战百胜.....	(502)
第四章 市场定位	
有的放矢.....	(515)
第五章 购买者行为分析	
谁是购买的最终决定者.....	(528)
第六章 产品开发策略	
生逢其时,就大有作为	(545)
第七章 产品定价策略	
便宜无好货?	(567)
第八章 分销策略	
搭好桥就好过河.....	(579)
第九章 促销策略	
酒香也怕巷子深.....	(588)
第十章 营销组合策略	
捆绑式的力量.....	(604)

第十一章	市场营销控制	
	八面玲珑,方为龙中龙	(607)
第十二章	国际营销	
	走出国门,挑战海外	(615)

生产运作与管理

第一章	现代企业管理	
	企业是干什么的	(625)
第二章	现代企业生产过程	
	生米怎样做成熟饭	(636)
第三章	生产工艺管理	
	如何做得更好	(648)
第四章	现代企业生产管理	
	怎样做得更快	(655)
第五章	现代企业生产能力管理	
	资源配置的最佳组合	(668)
第六章	现代企业生产过程控制管理	
	管理均衡生产	(676)
第七章	现代企业库存管理	
	成本控制的有效手段	(691)
第八章	现代企业质量管理	
	提高经济效益与社会效益	(702)
第九章	现代企业设备管理	
	君欲成其事,必先利其器	(706)
第十章	现代企业管理方式——JIT	
	管理思想的革命	(710)

人力资源开发与管理

第一章 人事管理

一个古老的话题..... (713)

第二章 管理者的定位

从自身做起..... (722)

第三章 人员管理的规则

登堂入室的“门道”..... (730)

第四章 人力资源管理的实务操作

一板一眼真功夫..... (740)

第五章 合理的薪酬制度

公平和效率兼得..... (772)

第六章 激发员工的士气

三鼓而气不馁..... (777)

第七章 建立沟通渠道

和为贵..... (790)

金融

第一章 金融体系

经济的血液循环系统..... (813)

第二章 金融市场

金融体系的神经中枢..... (828)

第三章 同业拆借市场

机构资金的集散地..... (839)

第四章 债券市场

融资主干线..... (845)

第五章	股票市场	
	投机投资两相宜·····	(868)
第六章	期货市场	
	投机者的天地·····	(883)
第七章	期权市场	
	冒险家的乐园·····	(897)
第八章	掉期市场	
	大资金往来的秘密通道·····	(911)
第九章	外汇市场	
	各国货币舞台·····	(921)
第十章	黄金市场	
	政治动荡的避风港·····	(926)
第十一章	基金市场	
	众人拾柴火焰高·····	(930)
第十二章	保险市场	
	新型的金融投资场所·····	(940)
第十三章	金融市场的新发展	
	把握趋势,创造良机·····	(949)

企业 CI

第一章	企业 CI 战略介绍	
	走进企业形象的殿堂·····	(951)
第二章	CI 构成要素	
	揭开企业形象的面纱·····	(953)
第三章	CI 的兴起与发展及传播	
	企业形象何去何从·····	(960)