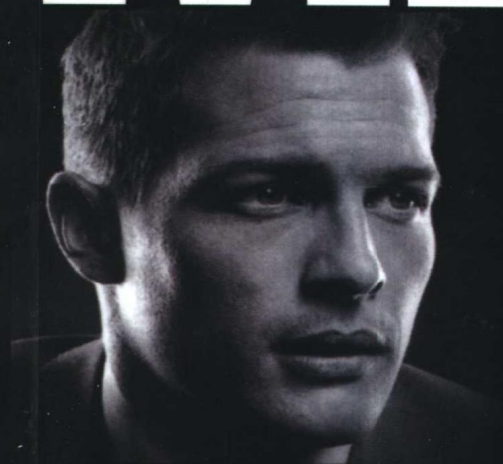


The Portable

MBA

经典全集

随身管理学院

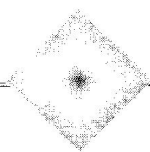


The Portable MBA Desk 百科全书 Reference

尼汀·诺利亚 (Nitin Nohria) / 编著

◎刘世平 译

汕头大学出版社



MBA 百科全书

The Portable MBA Desk Reference
Second Edition

尼汀·诺利亚 (Nitin Nohria)/ 编

刘世平 / 译

许士军/总序 林英峰/导读

图书在版编目 (CIP) 数据

MBA 百科全书 / (美) 诺利亚编; 刘世平译. - 汕头: 汕头大学出版社, 2003.7
ISBN 7-81036-533-9

I .M... II. ①诺...②刘... III. 商业 - 百科全书 IV. F7-61

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 010998 号

The Portable MBA Desk Reference

Copyright © John Wiley & Sons, Inc.

©Chinese simplified characters language edition, Shantou University Press 2003

All Rights Reserved. Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Inc.

The Portable MBA 经典全集 MBA 百科全书

编 者: 尼汀·诺利亚 (Nitin Nohria)

译 者: 刘世平

责任编辑: 段文勇 庄少兰 何 曦 郭丽萍

封面设计: 郭 炜

责任技编: 姚健燕

出版发行: 汕头大学出版社

广东省汕头市汕头大学内 邮 编: 515063

电 话: 0754-2903126 0754-2904596

印 刷: 深圳市普加彩印务有限公司

邮购通讯: 广州市天河北路 177 号祥龙花园祥龙阁 2205 室

电 话: 020-85250482 邮 编: 510075

开 本: 890×1168 1/16 印 张: 47.5

字 数: 681 千字

版 次: 2003 年 7 月第 1 版

印 次: 2003 年 7 月第 1 次印刷

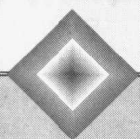
印 数: 8000 册

定 价: 93.00 元

ISBN7-81036-533-9/F·45

版权所有, 翻版必究

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系退换



The Portable MBA

经典全集

随身管理学院



编辑顾问群

总顾问

许士军

元智大学远东管理讲座教授，台湾管理科学学会理事长，
台湾大学商学研究所、“政治大学”企业管理研究所兼任教授；
曾任台湾大学管理学院首任院长

编辑顾问

(按姓氏笔画依次排列)

吴思华

“政治大学”科技管理研究所所长

吴惠林

台湾经济研究员，长庚大学兼任教授；
辅仁大学、台湾大学兼任教授

吴静吉

学术交流基金会执行长，“政治大学”企业管理研究所、
科技管理研究所、教育研究所兼任教授

李存修

台湾大学财务金融系教授，台湾期货交易所董事，财经证期会顾问，
投信公会共同基金绩效评比共同负责人

林英峰

“政治大学”企管系教授；
曾任“政治大学”商学院院长，台湾品质奖评审召集人、评审委员

林信义

台湾区车辆工业同业公会理事长

黄俊英

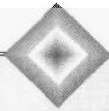
台湾“中山大学”企管系教授；
曾任台湾“中山大学”管理学院院长

郭昆谟

台湾“政治大学”、中兴大学企管研究所教授；曾任中兴大学企管系主任、
所长暨法商学院院长，台北大学筹备处主任

蔡扬宗

台湾大学会计系系主任



总 序

怎样做好现代专业经理人

近年来，所谓MBA这一学位突然成为一个炙手可热的标志，也是众多年轻人所向往追求的目标。这一潮流的形成固然和美国（MBA发源地）的强大国际影响力有关，但也代表现代市场经济下一种专业主义（professionalism）的制度化发展结果。尤其随着二次大战后长期冷战时代之结束，举世各国莫不冀望经由市场经济力量的发扬以增进己身之国力与国民福祉，在这背景下，以MBA所代表的企业经营人才，也就自然而然地跃登各国社会的主流角色地位。突然间，MBA这三个英文字母所代表的意义，也获得国际上的认识和重视。

实际上，MBA（Master of Business Administration，在中国一般称为“商学硕士”或“企业管理硕士”）的发展历史，即使在美国也是十分短暂的。依美国学制，“硕士”学位是属于一种“学士”后之高层次学位。据称，最初是由美国达特茅斯学院（Dartmouth College）之Amos Tuck School of Business and Finance于1900年开始授予的。不过当时学业的年限为大学3年加上研究生2年（此即所谓“前三后二制”）与目前所流行的大学后两年的哈佛模式不同。同时，在20世纪中期以前，这一学位也并不十分普遍。据称，截至1958年止，在600所企管学院中，仅有125所开设此种学位课程。甚至MBA这一学位名称，迟至1961年方出现于AACSB之认可标准中。换言之，在此以前，各大学间并无共同遵守的MBA课程标准。

值得注意的是，一般我们所熟悉的硕士学位，在英文为MA (Master of Arts) 或 MS (Master of Science)，而非MBA。主要原因在于后者属于专业性 (professional) 学位，而非学术性 (academic) 学位。在此，所谓“专业”，一般是指在社会中具有下列特色的职业：

- 所需之技能并非一成不变之机械程序，而有赖执业者之判断与灵活应用；
- 上述判断乃建立在科学或有系统的知识基础上，此种知识是可以学习，也可以改进的；
- 所做判断，获得社会与主顾的尊重与信任：此种尊重与信任又建立在执业者之资格条件与伦理规范上。
- 执业者为顾客或其雇用者提供上述专业服务，收取一定的合理酬劳。一般而言，此种专业报酬较为丰厚，但不可视为执业之唯一目的。

一般言之，现代社会中合乎上述意义之专业，包括有医师、律师、建筑师、会计师等。但自本世纪之初开始，随着美国企业之蓬勃发展，尤其随着经营规模之扩大与复杂化，经营企业已非一般人凭借常识所能胜任，逐渐变为具有上述特色的一种专业工作。尤其由于企业所有权与经营权之分离，提供了具有这种专业能力者以发挥的机会，这种由专业经理人 (professional managers，而非资本主) 负责企业经营的趋势，在30年代的美国，被称为“经理人革命” (managerial revolution)，创造了社会对于这种专业经理人的大量需要，这是导致美国管理或企业教育高度发展的背后原因。据资料显示，在1962年至1986年间，美国大学授予企管学士 (BBA) 学位，自5万人增至24万人，增幅近5倍；但同一时期内，所授MBA学位，却自5千余人增达6.7万余人，增幅高达13倍。从整体而言，企管学院学生约占大

学学生总人数1/4，企管学院在许多大学中往往也是学生人数最多的学院之一。这种趋势，不但代表这种专业教育已获原属学术殿堂的高等学府之接纳，同时也显示企管人才专业化之高度发展。

有趣的是，企管人才之培育，自最先被认为依靠自修或经验累积的途径，发展到经由大学提供结构化的学位课程予以大量训练之后，近年来又发生改变。首先，由于经营和管理的观念、理论和方法不断改变，原来学校所传授的那一套很快被发现已经过时落后了，有待不断更新。其次，随着经营者本身生涯发展阶段不同，或职位升迁结果，所关心的问题与能力也因之改变，希望能有再学习的机会，不过此时所要学习的内容与学习方式，已和原有学位课程之设计不同。诸如这些需求的大量出现，导致大学发现，它们必须在原有学位计划之外设计不同课程予以满足，这就是今日世界上所流行的“高级经理发展课程”（executive development programs）。这类课程内容繁多，具有弹性，主要针对已有多年的实际经营管理经验者的需要而设计。由于这类课程一般成本较高，收费也因而较高，对于许多企管学院而言，它们不但成为其主要新增服务项目，同时也对学校财务收入有显著的挹注。

再者，企业发现，它们所需要的企管教育训练未必全靠大学提供，也可以由企业内自办，最著名的有摩托罗拉公司自办的企业内MBA课程。公司当局发现，这种自办课程在内容方面也更能配合公司的需求，在授课或学习方式方面更具弹性。

介于上述两种趋势之间的，还有社会上许多形形色色的组织或团体（有属营利性质，有属非营利机构）也纷纷针对不同的对象提供不同的企管课程或训练计划。这一切的发展，无非反映在学习性社会中对于企管知识和能力的需求的普遍性和多元性。诚如杜拉克多年前所指出，随着机构性社会的出现，如何使这些机构产生绩效乃是社会生存和进步的重要任务。为有效达成这种任务，社会需要大量拥有经营管理知识和能力的专业人才，乃属极其自然而合理的

趋势。

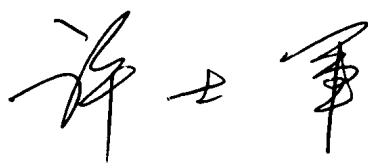
广义言之，企管教育的目的，不在培育某一学科的学术人才，而是能够为机构创造绩效的专业人才。凡是与绩效创造有关的知识 and 能力，都是企管教育的内涵。使得后者包含多种知识领域和多种能力层面而且随时代环境之改变而改变，因此企图建立一个简明扼要的体系是相当困难的一件事。不过，大略言之，企管教育的内容包括以下各方面：

- 企业经营功能：如行销、财务、人力资源、生产及作业、投资、产品开发等；
- 管理功能：如规划、组织、领导、沟通、控制等；
- 策略功能：如环境分析、市场机会发掘和选择、核心资源和竞争力、市场/产品组合、策略联盟与购并等；
- 基础学科：如经济学、心理学等；
- 专业学科：如会计、电脑、统计、数量分析等；
- 公共政策和法律：如公平交易法、劳工和工会有关法规、商事法规、智慧财产权、消费者保护法、环保法规等。

特别在此提出的是近年来在企管课程中对“企业家精神”（entrepreneurship）与“企业伦理”（business ethics）之重视。就前者而言，由于传统上是假定企管专业人才主要在已成立之企业工作，并不参与事实上之创业过程，故未视为主要探讨领域。然而，随着今后外界环境之变动不居，创业已成为企业活动之经常而普遍的现象，而即使是在已存在之企业内，为了保持其生存所必须的弹性与活力，也有赖内部工作者都能发挥企业家精神；所谓内部创业已成为今后经营管理上所亟待培育的一种能力。其次，就“企业伦理”而言，由于今后企业乃企图以文化控制取代传统的层级权威的监督和控制；一方面，可以减少种种不必要的牵制和官样文章，另

一方面，给予工作者更大的弹性和自主空间。但是这种文化控制有赖建立组织成员（甚至往来关系者）之间的互信，这种互信必须由企业伦理的培养，方可有成。

从以上的说明，我们就可以大致了解这一套《The Portable MBA经典全集》的背景。基本上，这一系列专题的问世，乃配合社会上广大的读者的迫切需要，他们由于种种原因不可能重返校园修读MBA课程，如今透过这一系列经典之作，仍然能够以最方便的方式获取“怎样做好现代专业经理人”的知识。这一系列书籍之主题可说已涵盖MBA课程之精华所在，尤其原著出自各领域内之名家手，相信如能细心研读，不啻进入一所顶尖管理学院接受一流学者之教诲。

A handwritten signature in black ink, consisting of three characters: '许', '士', and '正'.

The Portable MBA 经典全集



企业策略

Liam Fahey/Robert M.Randall 编 吴思华 / 导读

策略管理是一门快速成长的学科，它可以引导公司，在现在快速变化的市场里，攫取致胜的决定。本书集合学界权威，联合撰写策略管理的实务，他们告诉你如何应用在世界最先进的公司里所采用的策略；如何回应且主导竞争的环境；如何发展和评估策略的选择；如何建立一套可以管理革新策略的组织，并在每一章里，指引所有主管如何为其组织做最大的贡献。



市场导向管理

Frederick E. Webster,Jr 著 吴惠林 / 导读

在《市场导向管理》里，作者对于全球产业做了地毯式的研究，提出了划时代的贡献。他整合了所有企业策略、结构和文化的各层面，包括研发、制造，到理财、人力资源和销售，融入行销概念中。最重要的是，他告诉你如何成功地应用这些概念，让经理人能够对于目前管理学院最新的学说创见一目了然。读者不需要有行销学的专业知识，就可以轻松获得 MBA 最顶尖的专家建议。



投资学

Peter L. Bernstein 编 李存修 / 导读

过去，华尔街流行“逢低买入，逢高卖出”、“不要把鸡蛋放在同一个篮子里”的教条。但是投资人再也不能依赖它们生存了。今天，华尔街赢家把逻辑、心理学和统计学整合成一套理论体系，作为成功投资的系统性原则。在今天充满资讯、新兴策略和令人眼花缭乱的工具的理财世界里，这套理论是投资人的重要生存依据，《投资学》是投资理财的完备指引，强调如何把理论转化为实际的获利应用，是认真的投资人、投资顾问公司、企业经理人、专家教授和学生的理想读物。本书汇集了当代最有经验的投资学教授和权威的理论，从设计目标、选择策略，到资产配置、估价，风险管理、税务和绩效管理等等，都有详尽的介绍。



项目管理

Eric Verzuh 著

多数有关项目管理的书籍关注的只是单一项目管理的细枝末节，《项目管理》则与众不同，它着重于从以项目驱动为核心的成功企业的三个层面——项目、机构以及运作程序，发掘真谛，融会贯通各种成功要素，把项目管理提升到艺术与科学相结合的更高境界，为读者提供了一个全新视觉。



MBA 企业案例研究

William D.Bygrave/Dan D'Heilly 编著

在《企业案例研究》一书中，我们将探讨开办经营企业中理论如何用于实践，企业家将现身说法，讲述他们的创业故事。一个企业的孕育、发展、经营，从商业计划书的撰写，到财务预测，再到企业融资，全在真实世界里展开。这些案例研究包罗万象：零售与批发，生产与服务，行业涉及广泛，从邮购到互联网。无论开办旅游公司、制作清洗玻璃设备，还是开设时尚网站，失败与成功相伴相生。案例还包括电脑、餐饮、咨询及汽车销售。

经济学

Philip K. Y. Young, John J. McAuley 著

MBA 经典系列自出版以来很受欢迎，为使读者了解经济营商环境，更好地作出决策，我们出版了《经济学》一书，在经济理念与技巧方面作出补充。本书告诉读者如何评测经济新闻，并将此评测应用于商业预测中。例如，商品定价，营销策略，解释了经济风向标，联邦储备局的作用，外汇交易价格，以及如何分析市场需求定价评估，并附有大量的案例分析。

行销学

Charles D. Schewe/Alexander Hiam 著 黄俊英 / 导读

处在经济景气里的公司，可能会有忘记企业成功的基础的危险。过度偏重盈亏结算、竞争优势以及理财目标，会分散了公司对顾客的注意力。《行销学》告诉我们，持续成功的唯一保证，是谨记顾客的需求、偏好和期待。本书介绍行销学里最新的概念，包括如何压倒竞争者、预期未来趋势、改善广告和销售、建立顾客的忠诚度，以及国际网络的市场，涵盖了现代行销学的最新动态，同时也分析最新的行销观念和手法：行销人员的谈判技术；目前的行销策略；品管研究的改革措施；热门的题目，如团销、传销和网络行销等。

财务与会计

John Leslie Livingstone 著 蔡扬宗 / 导读

对于没有时间正式修习 MBA 课程的经理人和专家而言，《财务与会计》提供了完整的“数字科学”的课程。本书由一群商学院的专家教授组成阵容鼎盛的执笔团队，介绍公司日常业务会遇到的财务和会计概念、策略、工具以及技巧。读者不需要有财务和会计的专业知识，便可以学习到：如何解读财务报表、发展利用复杂的成本分析工具、进行财产预报和预算、制订合理的企业计划，利用策略减少企业所得税、掌握消费者动向、评估合并和购并、管理汇兑的风险等等。

领导心理学

Dean Tjosvold/Mary M. Tjosvold 编 吴静吉 / 导读

每个成功的领导者都应该是半个心理学专家，在 90 年代快速发展的企业里，每个经理人都应该扮演起领导者的角色，而最成功的领导者也应该具备心理学的洞察力和技巧，使他们的员工充分发挥其工作效能，整合团队朝向一致的目标迈进。本书带领你进入心理学的世界，告诉你如何在各种类型的团体组织里做好领导的工作，如何刺激和统合各方意见、强化企业结构、发展自我管理的组织、增进沟通技巧、表达能力、管理冲突，使冲突转化为绩效助力。本书作者也访问十几位世界各大企业的领导人，从他们的经验里，读者更能够把心理学的理论实际运用在工作上。

MBA 百科全书

Nitin Nohria 编 林英峰 / 导读

《MBA 百科全书》是一本精简、实用的商业导览书。它协助企业人士在资讯漫天飞舞的商业资讯世界里，以最快的时间找到所需的资讯。本书包含两大部分：第一部，依照英文字母顺序，从 A 到 Z 依序条列重要的商业术语，并附上简明扼要的文字说明，广及管理、会计、经济、财务、国际贸易、生产制造、市场营销与策略等领域。第二部，则提供读者重要的商业资讯指南，包括相关的书籍、期刊与网上资讯，范围涵盖广告，市场人口统计数据、工商业的财务与经济资讯、国际商务等。附录还收集了重要的商业数据与名录，并依本土所需，特别增列许多本土化资料。

导读

最佳的现代管理智库

近十年来,整个大环境不管是经济、政治、科技、社会或法律都起了急遽的变化,举凡像资讯科技的快速发展,数字化的盛行,衍生性金融商品的创新、知识产权的保护、环保的重视、速度的竞争等,使得财经、商业、经营管理的理论与实务起了根本的改变,不仅领域扩大、内容深化,而且不断出现新的跨领域知识与专门术语。因此,面对跨世纪新时代的挑战与冲击,单一专业知识已不敷时代变迁的需求;要成为新世代成功经理人,不仅需要广博的知识,更必须有深度的修养。因此,对于财经、商管领域的学生、教授或企业经理人,在十倍数的时代,要从浩瀚的资讯流中迅速撷取有价值的专门知识,并应用到真实的世界,不啻是一项莫大的挑战。然而如何“迅速”、“经济”、“方便”地“有效率”地找到“有价值”的“专门”知识呢?哈佛大学管理教授 Nitin Nohria 邀请好几位各个领域的权威专家,共同编写了这本管理智库《MBA 百科全书》,正可满足这个需要。

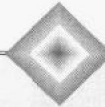
容易查询以及浅显易懂的编排与编辑是本书的两大特色。本书共分为两大部分,前半部收录了最新、最常用、最齐全的商管术语,依循字母前后顺序编排,极方便查询。内容包含商管术语、规则、概论、理论、法律、趋势、格式规范、策略以及商业实务资料,范围涵盖会计、经济、财务金融、国际贸易、企业管理、作业管理、行销管理、策略管理、广告、科技、研发以及知识产权等领域。各项名词都以浅显易懂的文字与范例加以诠释,不但说理清楚,必要时更提醒读者去参照另一个关联名词,以科学化、逻辑性思考的编排方式帮助读者在最短的时间内掌握该术语的精义。

后半部则提供各种商业资讯的来源出处,在这个部分亦以字母前后顺序作为排列的基础,由书(Book)、资料库(Database)、线上服务(Online services)、期刊(Periodicals)、专业群组(Professional groups)、政府部门(Government agencies)、到各类研究群体(Research groups)。读者可以直接从这些资讯的原始出处或通讯地址找到更多更细微的论述、规划的细节、注意事项等。这在商业管理类百科全书中是一项突破性的处理方

式，这种编辑方式提供了读者更多元化的资讯来源以及学习渠道。

商业与管理的领域原本就很广泛，最近 10 年更起了极大而快速的变化。经营者必须时时吸收新知识，随时准备面对“新经济时代”的挑战，本书深入浅出的内容以及易于查询的编排方式，正如同延聘多项领域世界级大师的随身顾问团，随时供您咨询，以最快速度提供所有商管重要领域最具有价值的专业知识。这是一本当今最好、最方便的现代管理智库，它把每一领域的最新发展，不管是观念、理论、技术和资料来源，都收纳到这本百科全书里面来。本书内容之丰富是市面上参考书前所未见的，对于学习、教学、增进新知识都很有助益，是陪伴商管领域人士跨入 21 世纪的一本好书。就如同原文总编辑 Nitin Nohria 在第二版的序文中所说：“我们深信这本书将会是您最常使用的商用工具书之一。”

（本文作者：林英峰教授，任教于“台湾政治大学”企管系）



前言

如何使用《MBA 百科全书》

身为一位会计师光懂会计学或是身为一位行销人员只会行销学是不够的。而最重要的是，身为一位经理人不能只懂管理学。在今日的商业环境中，随着公司的缩编、组织再造、成长、应付快速变革的科技与资讯来源，身为总裁、经理人、企业家、甚至学生，都被要求要成为各商业领域中的专家。生产部门的经理人必须懂得行销，财务规划者必须懂得企业策略，而会计师也必须懂得货币与人力成本。取得这些知识的关键在于资讯，而这些资讯就在这本第二版《MBA 百科全书》当中。

一项有价值的资讯必须要是可以取得的。如果不能够立即找到，那么这样的资讯等于没有用。资讯取得方便而且快速，是这本《MBA 百科全书》的两大特色，使得本书可以成为相关从业人员与商学院学生的标准商业参考书籍。这本《MBA 百科全书》不但在其所包含的资讯上独一无二，同时它独特的内容编排方式，也提供使用者一个相当简易的资料搜寻过程。

第一部：依 A 到 Z 分类的重要商业主题

本书第一部“依 A 到 Z 分类的重要商业主题”，是依英文字母顺序列出上百个与商业行为相关的词汇、规定、原则、理论、法律、趋势、公式和策略。这些列举的内容乃是取自 8 个主要的商业领域：会计、经济、财务、国际贸易、管理、制造、行销和策略。当中收集了各式各样的主题，如加倍余额递减折旧法、资金成本、全面品质管理、即时交货和连带分析。这个依 A 到 Z 分类的重要商业主题速查，远超过一般较传统的商业参考书籍中只能找到的简单定义。本书中，每一个主题都以一个精要的定义作开端，接下来再继续对该主题加以叙述、讨论或是提供最新的实际案例。

这一部分非常强调各主题所具有的商业影响力。仅仅了解一些概念的定义，像后进先出法或投资报酬率是什么意思是不够的。您还需要知道它们会如何对一个事业、经理人与员工所作的决定，以及事业的根基产生何



等深远的影响。“依 A 到 Z 分类的重要商业主题速查”中有清楚的举例和广泛的讨论，对于各个重要主题的相关层面会加以解释。

下列一些摘引可以让各位大致了解第一部所包含的题材范围：

- 近来的一些报告常常会提到“领先经济指标”的概念。在本书“领先、同时，以及落后指标”的主题中，对这些指标的意义有进一步的解释，并提到公布这些指标的政府机构，也解释了每一项指标的组成内容。
- 您应该听过 S 型企业以及它们在税务上所享有的潜在优势。在这一项主题中，对于什么是 S 型企业以及小型公司如何才能符合 S 型企业的条件有详尽的解释。
- 在商业上不但充满了专业词汇，也充满了专业术语。“标竿分析法”、“作业成本制”和“债务与股权交换”都是什么意思呢？各位在本书第一部中可以很方便地找到答案。
- 有为数众多的财务分析工具可以被用来协助作更有效的事业管理。在本书第一部中，所有这些最重要的工具都佐以详尽的、经过推算的例子来加以解释。

为了能够作更进一步的说明与解释，这部分当中的每一个主题都于适当的地方加入与其他相关主题的交互查询。

第二部：商业资讯来源

有的时候您也许只要了解一项主题的基本内容就够了，诸如“事业计划”、“市场研究”或“新产品的发展”。可是有时候您会需要更多的资讯，举例来说，在您必须要写一个事业计划，要去进行市场研究，或是真的需要去开发一个新产品的时候。当您需要进行这些工作的时候，您可能就必须要参考这本第二版《MBA 百科全书》的第二部：商业资讯来源。

“商业资讯来源”这部分的内容设计，可以提供一个让您能够最快且最容易找到所需资讯的方法。像这样的资讯已逐渐可以在国际网络上找到，因此第二版《MBA 百科全书》也已经更新并且尽可能提供了网址。其中列出并叙述（依名称的字母顺序排列）了成百的书籍、资料库、线上服务、期刊、专业团体、政府机构，以及研究团体。对于任何范围的商业性议题，它提供了最新、最详尽，也最实用的资讯。所有的项目依照 48 个范畴加以分类，而每一个范畴都将焦点集中在某一项特殊的商业性主题上，如经济数据、会计、求职市场等等。每一个项目都对其来源、作者、出版者名称，出版日期与版次，以及可以透过何种电子方式取得资料，提

供了一个简短的叙述。

“商业资讯来源”这部分的用途既多且广：

- 如果您必须要作一个策略性的行销计划用来分析适于某项新产品的消费人口分布，您可以去参阅“人口分布、行销资料，以及市场研究”这一节，里面对于资料来源的叙述可以满足您的需要。
- 您也许还需要去对您所作的同一个策略性计划加以评估，看看一些长期与短期的经济前景会对您的产品造成何种影响。您可以到“经济数据、趋势和计划”这一节找到此类资讯的最佳来源。
- 也许您准备想要将产品出口到国际上去。“出口与进口”这一节会告诉您何处可以找到如何着手的资讯，并以分门别类的方式，告诉您美国商务部所提供的众多资源。
- 最后，假设您是要透过邮购的方式来销售您的产品。“直效行销”

这一节会告诉您到哪里可以找到正确的客户名单，使您的方法奏效。

在第二部最后面的“出版社、卖主，及资料库提供者指南”这一节当中，我们也提供了一些地址、电话以及传真号码，让本书的使用者能够从各类资讯当中轻松地找到并取得资讯。

附录

这部分提供了许多有用的事实、数字，以及表单的概要。当中有一些可以帮助您发现机会，如“美国成长最快速的 500 家私人公司”便是一例。另外一些则可以帮您找到更多的资讯。例如：假设您想要出口新的个人电脑产品到波兰，附录中就有两个表可以帮助您：附录 11 “美国商务部国贸局工业课各项业务承办人员”能够提供您关于产品出口上的特殊资讯以及这些人的联络方式。附录 12 “美国商务部商业服务海外商务处”（同样由国贸局提供）这一项将会提供您有关世界上每个国家的资讯，从阿根廷一直按字母排列到津巴布韦都有。

简言之，您可以随时靠这本《MBA 百科全书》查询任何的主题，并且您还可以放心，因为就算您需要的资讯不在其中，本书也会告诉您何处可以找到所需的资讯。我们确信，这本书会成为日后您最常使用的商业工具书籍之一。