

管理权威
畅销书
好评如潮

MBA必修核心课程编译组

向哈佛学习MBA课程

CURRICULA IN HARVARD BUSINESS SCHOOL

MBA

必修核心课程学习大纲

SUMMARY 下

管理……是艺术的艺术，因为管理是智慧的组织者。

琼·杰克斯和塞万·施赖伯

管理才能是一种成就，是通过努力达到的，
而不是与生俱来的。

彼得·杜拉克

MBA 必修核心课程编译组
向哈佛学习 MBA 课程

CURRICULA IN HARVARD BUSINESS SCHOOL

MBA

必修核心课程学习大纲

SUMMARY

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

MBA 必修核心课程学习大纲/MBA 必修核心课程编译组编译. - 北京: 中国国际广播出版社, 2003. 8

ISBN 7-5078-1591-9

I. M… II. M… III. 企业管理-研究生-教学参考资料 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 24767 号

《MBA 必修核心课程学习大纲》

著 者	MBA 必修核心课程编译组
责任编辑	郭 广
版式设计	刘录正
封面设计	北京耀午设计有限公司
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68053304(传真))
社 址	北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	王林芳
印 刷	兴源印刷厂印刷
装 订	
开 本	850×1168 1/32
字 数	839 千字
印 张	34.5
版 次	2003 年 8 月北京第 4 版
印 次	2003 年 8 月北京第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-1591-9/F·165
定 价	55.00 元(上、下册)

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现图书质量问题,本社负责调换)

向哈佛学习 MBA 课程
《MBA 必修核心课程学习大纲》

编辑委员会

主 编：甘华鸣 肖忠远

副主编：（以姓氏笔划为序）

尹海刚 叶卫华 刘彦敏 刘霄峰

刘柯杰 李启华 向文杰 贾 萌

袁 祎 赖德祥

下册目录

第五编 理财:资金筹措与使用

第一篇 财务管理导论	(547)
第一章 财务职能	(547)
第二章 财务报表	(549)
第三章 财务环境	(554)
第四章 税收环境	(557)
第二篇 财务决策中的时间尺度	(559)
第五章 货币的时间价值	(559)
第六章 资本预算方法	(561)
第七章 风险、收益与资产选择	(569)
第三篇 财务分析、计划和控制	(574)
第八章 财务比率分析	(574)
第九章 财务分析和控制	(580)
第十章 财务预测	(590)
第四篇 营运资金管理	(594)
第十一章 营运资本政策	(594)
第十二章 现金和有价证券管理	(600)
第十三章 存货管理	(605)
第十四章 信贷管理及政策	(614)
第十五章 短期融资	(617)
第五篇 资本成本和评价	(620)

第十六章	财务结构和杠杆作用.....	(620)
第十七章	资本结构与资本成本.....	(627)
第十八章	股息政策.....	(637)
第十九章	评价.....	(642)
第六篇	财务政策的确定	(650)
第二十章	外部融资:机构及其行为	(650)
第二十一章	普通股融资.....	(655)
第二十二章	债券和优先股.....	(659)
第二十三章	租赁融资.....	(666)
第二十四章	期权工具融资.....	(669)
第七篇	财务专题讨论	(676)
第二十五章	兼并、收购与公司重组	(676)
第二十六章	国际财务管理.....	(681)

第六编 人力资源:组织和人事

第一篇	组织人事导论	(685)
第一章	组织人事学概论.....	(685)
第二篇	个体过程	(688)
第二章	个性和感知.....	(688)
第三章	学习和强化.....	(697)
第四章	处理管理问题的风格.....	(706)
第五章	个体沟通.....	(710)
第三篇	群体过程	(716)
第六章	群体内部的动态特征.....	(716)
第七章	群体之间的动态特征.....	(732)
第八章	工作团队.....	(738)
第四篇	组织过程	(741)

第九章 工作设计.....	(741)
第十章 组织设计.....	(749)
第十一章 组织变革与创新.....	(763)
第五篇 个体、群体及组织过程	(770)
第十二章 激励理论.....	(770)
第十三章 激励实践——报酬.....	(783)
第十四章 领导过程.....	(787)
第十五章 权力与政策.....	(801)
第十六章 冲突过程.....	(806)
第十七章 工作压力.....	(811)
第六篇 人员配备	(817)
第十八章 人员配备概论.....	(817)
第十九章 主管人员的选拔.....	(821)
第二十章 主管人员的考评.....	(826)
第二十一章 主管人员的培训.....	(833)

第七编 管理创新

第一篇 流程再造的基础	(841)
第一章 再造的背景及意义.....	(841)
第二章 再造的原则.....	(847)
第三章 流程再造的方法与技术.....	(853)
第二篇 流程再造的运作:组织与环境	(856)
第四章 再造的组织建设.....	(856)
第五章 营建再造环境.....	(866)
第三篇 流程再造的运作:核心任务	(873)
第六章 流程的分析.....	(873)
第七章 流程的再设计.....	(889)
第八章 再造的实施.....	(918)

第四篇 流程再造的运作:辅助工程	(921)
第九章 再造的同步工程	(921)
第十章 再造的阻力与困境及其处理	(933)
第五篇 流程再造的运用	(941)
第十一章 新产品研究与开发流程再造	(941)
第十二章 采购流程再造	(948)
第十三章 售后服务流程再造	(952)
第六篇 再造的深化与未来	(955)
第十四章 更深层次的企业再造	(955)
第十五章 面向未来的竞争	(958)

第八编 MBA 管理方法:计划·控制·决策

第一篇 管理基础导论	(963)
第一章 为什么要管理	(963)
第二章 什么是管理	(964)
第三章 管理是一门科学还是一种艺术	(965)
第四章 对管理理论和方法技术的需要	(967)
第五章 随机制宜的管理	(969)
第六章 管理工作需要系统方法	(971)
第七章 经营管理的系统方法	(974)
第二篇 计划	(976)
第九章 计划工作的性质和目的	(976)
第十章 目标管理	(981)
第十一章 确定前提条件	(986)
第十二章 决策	(989)
第十三章 战略和政策	(994)
第十四章 使计划工作富有成效	(996)
第十五章 计划的主要原则小结	(999)

第三篇 控制	(1001)
第十七章 控制系统与控制过程	(1001)
第十八章 管理信息与管理信息系统	(1006)
第十九章 控制技术	(1010)
第二十章 工作成效的全面控制	(1015)
第二十一章 直接控制:确保有效的管理	(1020)
第二十二章 控制的主要原则小结	(1023)
第四篇 决策	(1027)
引言	(1027)
第一分篇 决策(一):独立决策	(1033)
第二十四章 信息充足的独立决策	(1034)
第二十五章 信息不充足的独立决策	(1051)
第二分篇 决策(二):独立决策	(1052)
第二十六章 信息充足的互动决策(一):对抗	(1054)
第二十七章 信息充足的互动决策(二):补偿	(1059)
第二十八章 信息充足的互动决策(三):非补偿	(1064)
第二十九章 信息充足的互动决策(四):非合作	(1068)
第三十章 信息不充足的互动决策:决策原则	(1072)

向 哈 佛 学 习 M B A 课 程

SUMMARY

CURRICULA IN HARVARD BUSINESS SCHOOL

《经营战略》

CORPORATION STRATEGY

《新产品开发》

NEW PRODUCTS DEVELOPMENT

《市场营销》

MARKETING

《生产作业》

PRODUCTION

《采购》

PURCHASING

《理财：资金筹措与使用》

FINANCE

《人力资源：组织和人事》

HUMAN RESOURCE

《项目管理》

PROJECT MANAGEMENT

《管理创新》

MANAGEMENT INNOVATION

《领导》

LEADING

《M B A 管理方法》

MANAGEMENT METHODS

《M B A 情景案例》

CASEBOOK

《M B A 必修核心课程学习大纲》

SUMMARY

《走进股份制：国际典范与全球比较》

《走进股份制：中国规则》

ISBN 7-5078-1591-9



9 787507 815917 >

ISBN 7-5078-1591-9

F·165 定价：55.00元(上、下册)