

管理学的著名学者：

1、[彼得·德鲁克](#)（Peter F. Drucker）[现代管理学](#)开创者，被尊为“大师中的大师”。最重要的十大观点是：

- 1.“分权与授权”才能引发学习动机
- 2.用成效来管理，用目标来管理，而非用监督来管理
- 3.不连续时代的现象：知识产业时代的来临，全球经济取代个别经济，政府魅力式微
4. 不创新的风险，比创新高很多
5. 顾客是企业存在的目的
6. [管理者](#)的三大使命：“达成目的、使工作者有成就感、履行社会责任”
7. 公司经营不能炒短线
8. 化社会问题为[商机](#)
9. 组织的目的不在管理人，而是领导人
10. [家族企业](#)妨碍企业进步

2、 约翰·科特（John P. Kotter）

举世闻名的[领导力](#)专家，世界顶级企业领导与变革领域最权威的代言人。

最重要的思想有下列两项：

领导和管理是两个截然不同的概念，管理者的工作是计划与预算、组织及配置人员、控制并解决问题，其目的是建立秩序；领导者的工作是确定方向、整合相关者、激励和鼓舞员工，其目的是产生变革。

[企业文化](#)对长期经营绩效有巨大的正相关性，文化变革是耗时且极端复杂的八个流程，包括：A.建立更强的紧迫感；B.成立指导联盟；C.形成[远景](#)和战略；D.传播变革远景；E.授权员工行动； F.创造近期成果；G.巩固成果并推行更多的变革；H.深植变革于文化中。以上8个步骤必须依顺序执行，否则成功机会非常微小。

3、 彼得·圣吉（Peter M. Senge）

[学习型组织](#)之父，当代最杰出的新管理大师之一。

其代表作[《第五项修炼》](#)的核心是强调以[系统思考](#)代替机械思考和静止思考，并通过了解动态复杂性等问题，找出解决问题的高“杠杆解”。主要内容有“自我超越”、“改善[心智模式](#)”、“建立[共同愿景](#)”、“[团队学习](#)”、“系统思考”等五项管理技巧，试图通过这些具体的修炼办法来提升人类组织整体运作的“群体智力”。

4、亨利·明茨伯格（Henry Mintzberg）

经理角色学派的主要代表人物。

主要贡献在于对管理者工作的分析，1973 年，因一本《管理工作的实质》一举成名。书中揭示了管理者的三大类角色：人际角色、信息角色、决策角色，仔细考察了管理者的工作及其对组织的巨大作用，并就如何提高管理效率为管理者提供了建议。

而体现其战略思想的《五重组织》则指出，如今最有效的组织形式就是非正规的、不定型的团队，这些团队有频繁的人员更替，而且当旧的问题渐渐隐退、新的问题浮出水面时，团队的工作内容也会发生相应的变化。

5、 迈克尔·波特（Michael Porter）

当今世界上[竞争战略](#)和竞争力方面公认的第一权威。其对于管理理论的主要贡献，是在[产业经济学](#)与[管理学](#)之间架起了一座桥梁。其提出了行业结构分析模型，即所谓的“[五力模型](#)”：行业现有的竞争状况；供应商的[议价](#)能力；客户的议价能力；替代产品或服务的威胁；新进入者的威胁。这五大竞争驱动力，决定了企业的[盈利能力](#)，并指出[公司战略](#)的核心，应在于选择正确的行业，以及行业中最具有吸引力的竞争位置。

相应地，他也提出了“三种通用战略”，包括成本领先、差异化和专注化，并说明由于[企](#)

业资源的限制，往往难以同时追求一个以上的战略目标。

6、 加里·哈默尔（Gary Hamel）

世界一流的战略大师，当今[商界战略管理](#)的领路人。

他认为和顾客所需要的最终产品不同，[核心产品](#)是企业最基本的核心零部件，而[核心竞争力](#)实际上是隐含在核心产品中的知识和技能。

另外，企业必须打破旧有的思想框架，以积极开放的胸怀去思考、接受不同的经营架构，把握未来趋势、建立战略架构、组织[核心能力](#)，从而在创新中掌握竞争优势。而企业的创新不是传统上所认为的开发新产品或采用新技术，而是要产生“[新概念](#)”。

7、 汤姆·彼得斯（Tom Peters）

商界教皇，管理领袖中的领袖，后现代企业之父。

多年来，他一直倡导永恒管理革命的概念。他认为，标志如今这个时代的关键词是诸如“混沌”、“疯狂”以及“[嬗变](#)”这样的概念。这个时代对[商界精英](#)们提出了更高的要求，那就是要不断学习、不断探索、不断试验。他提倡“五人原则”：每十亿美元收入，[幕僚](#)人数不超过五人；他鼓吹“四大短命（ephemeral）”：市场短命、组织短命、团队短命、产品短命。他认为当今企业管理的最大问题是：我们缺少疯狂。他主张管理者应该用疯狂的手段对付疯狂的世界。

8、 克莱顿·克里斯坦森（Clayton Christensen）

不仅是个杰出的管理学者，而且是身体力行的管理实践者。

他指出良好的管理是导致许多优秀企业衰败的原因，从而提出了一套突破性创新原则，主要内容是：

创建一个围绕突破性技术的新的独立事业部门，不受主流客户的左右，而把自己融入那些需要突破性技术产品的客户中。

把实现突破性技术商业化的责任，下放给规模恰好与[目标市场](#)相匹配的一个小一点的组织，从而更容易对小型市场上出现的成长机会作出反应。

既定的[思维模式](#)和已有的知识不足以支持对突破性变化进行判断，因此要有计划地学习需要了解的东西。

分析组织现有的潜能和缺陷，并创造一种新的潜能来解决新的问题。

密切关注市场趋势，了解主流客户如何使用产品，才能在所服务的市场上抓住竞争基础变动的关键环节。

9、 [詹姆斯·柯林斯](#)（James C.Collins）

曾获[斯坦福大学商学院](#)杰出教学奖，先后任职于[麦肯锡公司](#)和[惠普公司](#)。与杰里·I.波勒斯合著了《[基业长青](#)》一书，提出了他的主要管理思想。

“造钟，而不是造时。”

“利润之上的追求”与“教派般的文化”。

“自家长成的经理人。”

10、 [菲利普·科特勒](#)（Philip Kotler）

[现代营销](#)的集大成者，被誉为“[现代营销学](#)之父”。

他几乎成了[营销学](#)的同义词——其经典著作《[营销管理](#)》一书已经成为包括中国在内的全球各国商学院首选的营销教材。他致力于[营销战略](#)与规划、营销组织、[国际市场营销](#)及[社会营销](#)的研究，其最新研究领域包括高科技[市场营销](#)，城市、地区及[国家竞争优势](#)研究等。他大约在10年前推出的《营销大未来》（原名《社会营销》）一书将[营销理念](#)从生产观念、产品观念、营销观念最终推进到“社会营销”阶段，将营销推进到了一个更高的层次。（文莉莎）