

2023年德鲁克管理思想精要管理篇 德鲁克管理思想精要读后感(汇总5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

德鲁克管理思想精要管理篇篇一

首先是向外寻求机会和社会需求，其次什么是我们真正信仰的。

成功问题。

首先要确定所做的事情是否正确，在精益求精。

领导者应该了解自己的性格倾向。

非营利组织营销的关键问题在于——专业志愿者所获得的满足感来源于工作本身而非薪酬。

发展人才的全部工作应该是以人为中心而非以组织为中心。

利用2天的时间读了彼得·德鲁克的非营利组织管理，它主要包括5章，每章的结构都相似。第一章讲了首先确立使命：领导者角色。非营利组织管理的任务是将组织的使命陈述转化为具体明确的目标。对于这些目标，必须采取确实可行的措施才实现这些目标，众多的目标在拼凑成组织的使命。使命应该清晰明了。成功使命的三要素：机会，竞争力和奉献精神。竞争力就是一个组织的倾向，它凭借着这项优势可以超过其他组织，称为行业里面的翘楚，我觉得要有竞争力，就必须有自己独特的目标，非营利组织重在服务，服务的好

坏就是竞争的倾向，二奉献精神就是组织成员对于这个组织的满意程度，如果成员对组织都充满了信任，那么在面临困难时就会一拥而上，而不是一哄而散。奉献精神是调动组织人力资源的重要因素。我理解的机会就是一个组织能抓住的一次发展的机会。领导工作充满了艰辛部分指出：值得非营利组织领导汲取的是，组织取得成功时必须乘势发展，不断进取但同时也必须保证组织能够进行不断的调整变革。非营利组织可能更需要进行重大抉择在运作方面进行合理的取舍。变革并非危险，而是机会，把变化设为创新机会的信号。

创立一个良好的运行机制：首先，要构建寻求机会的组织机制，其次，如何构建新体制。在构建新体制过程中，要让现有的组织成员看到新体制的激情，不能让他们成为阻碍变革的一股新的力量。

在创新战略中提到，成功的创新需要这样的一个人，一个容易被各方接受，欢迎新事物并希望成功的人，同时，它在组织内有崇高的声誉，并具有强大的影响力。我觉得这个人在创新战略中取到的作用是非常重要的，往往在一场变革中，我们就需要这样的人来充分发挥它的影响力。

领导注意事项：（1）应该认为其实大家都不明白（2）领导者不能妒忌贤能（3）不要沽名钓誉，不要苛责下属。领导者应该认识到，领导者应该做到一切以工作为中心，领导是为工作服务的。马克色·德普雷认为领导者应该把自己放在一个负债的位置上这是一个我从未听过的说法，他认为领导者都那样或者这样的欠缺一切能力，比如招聘人员的能力，比如筹措资金的能力。

第二章，从使命到成果：市场营销，创新和基金发展的有效战略。它指出再设计非营利组织服务和营销方案时，应注重于你做擅长的业务。不要把资源浪费在没有结果的事务上。这是首要法则，第二法则是了解客户，找到什么是他们认为有价值的东西，并如何把他们送到手上。在将战略将计划转

化成实际的成果时，应该精益求精，他认为为了提高一个机构的生产力，必须对生产的每一个要素都制定相应的战略。人是第一要素，不是如何努力的工作而是如何机智的工作，把人放到适合第一文库网的岗位上充分发挥其职能，第二是资金，如何在有限的资金中获取更高的回报，二资金总是有限的，第三是时间。

战略步骤：第一目标必须明确，然后必须转化为明确的目标和明确的目标市场，

每个目标群体必须瞄准明确的客户和明确的市场区域。第二，必须为每一个目标群体制定一个具体的营销计划，并以实际的营销措施来贯彻。第三，设计一系列的沟通和培训。第四，需要充足的后勤保障，最后必须了解可能产生的结果，并采取相应的措施。注意事项：不要企图用同样的战略方案去服务不同的细分市场。他指出成功穿新的第一要求就是将变化视为潜在的机会而非威胁第二就是让组织中有奉献精神有相当地位的人来主导。第三就是合适的营销战略。创新存在的常见错误：（1）创新直接跳到全面运行，不可以忽略验证创意也不要忽略试运行阶段（2）自以为是（3）宁愿局部修改而不愿意全面创新。营销最重要的任务是研究市场，细分市场，确定所服务的目标客户群体，市场定位以及提供满足客户需求的各种服务。营销和推销的差别在于：如果从所服务的客户或消费者或市场群体出发就是营销，如果从已有的产品出发，想将其卖给所能找到的任何市场，那就是推销。营销是把外部世界的需求和愿望与组织的意图，资源和目标协调一致的一种方法。

第三章绩效管理：绩效定义与测评，非营利组织的基本准则，非营利组织要明白哪些是该做的哪些是不该做的，否则就会影响甚至降低绩效。在制定每一项政策和方案时都要考虑，这是否会提高我们贯彻使命的能力。当组织的结构存在问题时，组织成员之间就会发生矛盾，说明组织结构已经不再适合实际的运作情况了，这时组织就需要采取变革，最后一项

注意事项是，举止不可粗鲁无礼。最重要的该做事项是应该根据信息的流畅性和交流沟通的有效性而非管理的层级来构建组织。非营利组织的每位成员都应该负起传递信息的责任。现在的组织更有利于信息的传递，组织的层级更加扁平化印象最深的是关于有效决策，有效决策需要考虑4方面的问题

(1) 机会与风险，在决策时有三种风险值得考虑：我们能承受的风险，不可挽回的，风险巨大又不得不承担的，(2) 需要不同意见愿意第一有效的讨论来理解问题的实质是非常有必要的，因此需要不同的意见来进行辩论。不要去争辩哪种意见是正确的，而应该假设每种意见都是正确的，那么它所解决的问题是什么。明智的做法是把异议看做建设性的意见和促成相互理解的方法。第二，任何组织都需要敢于挑战成规的人，(3) 化解冲突，其一运用异议和分歧去化解冲突。成分考虑他们的不同意见，使其觉得意见是被重视的。其二邀请争辩最激烈的两个人，尤其这两个人都备受组织尊敬来坐在一起达成一致。其三平息争论，找到共同点，忽视分歧。化解冲突最重要的是建设性的. 利用分歧。

(4) 从决策到行动，决策是对行动的承诺。决策不能实施的四个原因：第一，我们力图去推销而不是营销决策。第二，一旦制定了新政策或新的服务方案，没有经过实验就直接全面系统的推行。第三，必须明确有人来贯彻决定的实行——制定工作计划，目标以及完成期限。第四，成员不仅要理解决策，还要把决策贯彻到具体的职责中。

首先每个人都要明白自己将要做什么，其二应该仔细考虑如何做好本职工作，需

要具备什么条件。继承人决策首先要看任务目标，然后再考虑人员和绩效问题，最后决定非营利组织成败的关键是组织应具备吸引并留住具有奉献精神的成员的能力。

第五章自我发展：个人，管理者和领导者，每个组织成员都要勇于承担责任，德鲁克说到：“实践成功的关键因素是责

任心——使自己勇于承担责任”，追求卓越是非营利组织管理者自我发展的首要任务，这将带来满足感和自卑，个人的自我发展应该密切配合组织的使命，承诺和信念。只有不断地进行自我超越不断地创造激情，挑战，变革来丰富原有的工作内涵，你才能期望工作给你带来持久的激励。三种最常用的不断自我超越的方法是教育学习，走出组织和服务基层。

标准设定，工作安排和绩效评价

首先制定明确的标准是非常重要的，其次，这些组织需要根据标准进行控制。组织的职能就是就是在工作中把人的优势有效的发挥出来，同时要避免人的弱点所造成的影响。

3定义市场

1实现理想

非营利组织需要具备4个条件：人才，资金，计划和营销

2制胜战略

3精益求精

如何创新

4构建捐赠群体

基金筹集——到基金发展，这些组织认识到组织的发展和成长的潜力来源于捐赠者。

基金发展是一个长远的过程，并不仅仅是短暂的基金汇集，基金需要的发展不仅能组织发展。

是捐赠者了解组织的目标和性质，。

第三章绩效管理：绩效定义与测评

在评定绩效时要避免两种倾向：一是鲁莽行事，而是避重就轻

制定行动计划

非营利组织主管的首要任务是就所有的利益相关者就组织的长期目标达成长期的共识。建立统一的长期目标是整合所有各方目标的唯一方法。

道德理念和经济现实

外部角度

一个基本的准则是：让组织成员特别是管理层经常走出去，从外部角度来了解组织存在的目的。

4如何落实学校职责

无

小结：实践原则

绩效是任何组织的检验标准。

第四章：人力资源与关系网络

1人力资源决策

人力资源决策是组织最终的也许唯一的控制措施。人力资源决定了组织的绩效水平，组织的一切活动都是靠人来完成的。合理的人员选择应从工作任务出发，其次，管理者必须扩大所考察的应聘者数量。第三，应注重候选人的工作绩效。第四，注重专长，并了解在以前的工作中发挥了什么样的作

用。

(1) 如何发展人力资源

发展人力资源不能做的事：第一，不能基于人的弱点来做事。第二，不能以一种狭隘而又短浅的观点来看待人力资源的发展。

(2) 组件团队

组建成功的团队首先需要考虑我们努力想促成的事情是什么，其次什么是关键的活动。关键是要关注团队绩效，把个人优势统一成共同的行动。

(3) 个人工作绩效

首先每个人都要明白自己将要做什么，其二应该仔细考虑如何做好本职工作，需要具备什么条件。

(4) 艰难决策

(5) 继承人决策

首先要看任务目标，然后再考虑人员和绩效问题，最后决定非营利组织成败的关键是组织应具备吸引并留住具有奉献精神的能力。

2重要关系

(1) 双向关系

检验一种关系的真正标准并不在于它能够解决什么问题，而在于尽管存在问题，它还能发挥良好的作用。

(2) 社区关系

3从志愿者到义工

4卓有成效的董事会

5小结

企业与非营利组织最大的区别在于人力资源管理与关系网络管理的差别。

第五章自我发展

1勇于承担责任，建立榜样

3非营利组织是第二职业

4非营利组织，女性主管

自我发展的最佳方法是最佳评估

德鲁克管理思想精要管理篇篇二

《德鲁克管理思想精要》读后感

黄水利

《德鲁克管理思想精要》中的价值观和基本原则不胜枚举，每一个原则都可以进行详细的阐述和联想。但是诚如德鲁克所言：“因为管理涉及人们在共同事业中的整合问题，所以它是被深深植根于文化之中。管理者所做的工作内容在联邦德国、英国、美国、日本或巴西都是完全一样的，但是他们的工作方式却是千差万别。”因此，本文只结合自身工作且最触及个人思想的几个点进行简单的论述。

一、知识工作者的工作必须要做到卓有成效□p158□智力、想象力，还有知识，是知识工作者个体最重要的资源。但是

在企业中，个人的才能，只有通过有条理、有系统的工作，才有可能产生效益。组织是能使个人才干得以增值的工具。知识工作者本身并不生产有形的产品，他的产出是知识、创意和信息，这样的产品本身并无用途，它必须转化为有形的产品才具有实际意义。再伟大的智慧，如果不能应用的行动上，也只是毫无意义的资源。有的.很有才华的人终其一生碌碌无为，是因为他把追求才华的本身作为目的，只重视知道什么，而忽视了把他的才华用于社会实践。对企业而言，“效”就是产品，它看得见、摸得着、能说明一切。做好产品，应该作为我们的宗教信仰。好产品是修炼出来的，容不得半点忽悠。

二、管理必须根据需求与机会的变化而变化，以此促使企业及其成员能够得到更好的发展。一成不变的管理是不存在的，在企业管理的不同阶段，管理的重点是不同的。在管理的某个阶段，管理的重点也有所侧重。如同孙子云“良将用兵若良医用药，病万变，药亦万变”。管理应根据具体的运行而调整，管理者必须清醒认识到当前工作的主要矛盾和矛盾的主要方面。比如，我理解目前凝华的主要矛盾在于：高涨的销售势头和滞后的生产效率；矛盾的主要方面在于：快速交付的要求与落后的质量保证（含设计、生产、材料等）。那么，针对当前的主要矛盾，凝华就需要及时调整管理工作，调配资源，使其能够“根据需求与机会的变化而变化，以此促使企业能够得到更好的发展”。

三、（人事决策）真正的重点是完成任务的能力。如果具备这种能力，公司可以弥补其他欠缺的方面，反之，如果不具备这一能力，其他方面就毫无价值。因此，我们需要思考凝华各个岗位的管理者们，在过去的一年或者是某个时间段里，他完成任务的能力到底怎么样。在述职中我们进行过若干设定、评分、权重，按本原则来看，最重要的只有一个原则，就是完成任务的能力。在战争中，忠诚和打胜仗是衡量指挥员的基本准则，如果准则很多，却不管打仗，能否存活也是问题了。另外为专业组织甄选管理者，必须要“内

行管理”。因为专业人士难以接受一个不尊重其业务能力的人做自己的领导。因此选择工程经理时，选择范围就应该仅限于本部门技术最高的工程师

四、企业家精神既不是“自然的”，也不是“创造性的”，它其实就应该是一种踏踏实实的工作。我们可以高谈阔论愿景、创新、竞争优势、团队实力，但是在鼓舞完员工的士气之后，我们必须时刻牢记我们的产品现实，我们要老老实实地把精力投入到我们的产品上，离开产品，离开满足客户需求，凝华将什么也不是。企业家精神代表着创新。为使企业具备创新能力，公司必须建立有利于创新的机制，进而使得员工具有企业家精神。必须以企业家精神为中心设计各层关系，必须确保其奖励和激励措施、薪酬待遇、人事决策等所有政策，都能够鼓励创新行为而不是惩罚这种行为。

《德鲁克管理思想精要》论述十分精辟，但是本书蹩脚的翻译实在是不敢恭维。不过瑕不掩瑜，我硬着头皮反复读过几遍后，把不理想的翻译忽略过去，慢慢地越读越顺利，越觉得其精深的思想还是很值得我们继续反复研读的。

/6/30

德鲁克管理思想精要管理篇篇三

10文秘2班姓名学号《管理的实践》是一本关于管理性质、原则和企业管理理论的框架性著作。是“大师中的大师”德鲁克广泛涉猎心理学、社会学、历史、哲学和文学，对企业运行中的实际现象进行剖析，从而为管理学提供方法论的一本著作。他从时代、社会和组织所处的外部环境来透视管理，强调管理的人性和实践性，即以人为本的哲学内涵，从而使得该书呈现出强大的实用性和人文化的关怀。

一般的书籍如果论及管理都是比较笼统的起个名字“管理学”或者“某某论管理”，但大师却把自己智慧的结晶叫做

《管理的实践》，多了实践两个字，意义便全然不同。第一，本书不是空洞的讲述管理那些无法落地生根的理论，第二，本书的概况和总结是源于实践又高于实践的，是经得起管理实践检验的，该书自1954年首版以来，风靡全球，成为管理学的奠基和经典之作。德鲁克也因其在这本书中所表现的的真知灼见和高瞻远瞩，使他成为一个世纪以来全世界最有影响的管理学家和导师，被管理学界尊称为“现代管理之父”。

《管理的实践》的根本目的就在于通过研究管理原则、责任和实践，来探索建立有效的管理机制和制度的方法。德鲁克在书中指出，企业的目的必须存在于企业本身之外，企业的目的只有一个：创造顾客。那么企业的基本功能只能有两项：创新和市场营销。企业是为了企业以外的那些需要它的产品和服务的社会的人群而产生、存在和发展的，并不是为了照顾投资人和在企业中工作的人们的愿望或利益而存在的。德鲁克认为：“组织并不是为了自己而存在的。组织的目标，是对个人和社会做某种贡献。德鲁克最富洞见的看法是：公司是一个以满足社会需求为目的，将人们联合起来的社会结构。

在书中贯穿全书的三条主线是：管理企业，管理管理者、管理员工和工作。企业以组织的形式存在，管理企业需要由管理者来执行，企业的生命线是创造顾客，创造顾客要由工作来体现，而工作又是员工完成的。因此三条主线不但勾勒了该书的清晰框架，也点明了管理是系统的工作，更加指明管理的范围。

《管理的实践》这本书突出了“人”，充分体现了人本主义精神的光辉。企业是什么？是盈利能力？还是利润最大化？盈利不是企业和企业经营活动的目的，而是企业的一种约束因素。利润是对企业活动的检验。企业的主要职能一是营销，创造顾客；二是创新。企业存在的目的不能从自身寻找，只能从外部，从对社会的贡献中寻找，从客户那里寻找。要满足客户的要求，简单的各种生产要素组合是不能创造价值的，只有依靠企业的创新。如何实现创新，只有依靠管理者的管

理和员工主动性的发挥。管理不是一件由许多体力劳动者从事的工作，而是一件需要由具有想象力和受过教育的人员进行理性分析和概念思考的工作。我们习惯上将管理者和员工看成根据指示行事、没有责任、不作出决策的人，这只能消除企业的精神和创新。如何检验管理和创新的成果？不是知识，而只能是业绩和成就。那种试图向管理人员颁发许可证，没有专门学历的人员不能从事管理工作会对社会造成极大的破坏。

管理本质上是一种实践而不是一种科学和专业。任何热衷于将管理科学化或专业化的尝试，试图消除所有的波动、风险和不可知的措施也就是在消除自由、创新和成长。管理本质上是依据目标、业绩和责任进行的管理。管理者和员工在本质上没有差别，只有责任上的差别。员工的权利不是来自于管理者授权，而是来自所承担的责任。区分高层管理者和基层管理者的唯一纬度在于时间。管理者的重要任务就是将员工的目标引向组织目标。管理者需要在现在和未来之间取得平衡。因为管理能力是一种稀缺的资源，因而越是高层管理者越是应该集中与组织长远目标。管理者必须在多种目标、现在和未来之间取得平衡。管理是什么？管理是一个有着多重目的机制，即管理企业、有管理人员，同时也管理工人和目的。在《管理的实践》的结语中，德鲁克说：“公司不能自称（绝对不可自称）是员工的家、归宿、信仰、生命或命运。公司也不可以干预员工个人的私生活或者员工的公民权。将员工与公司联在一起的，只是一份自愿的、随时可以被取消的聘用合同，那可并不是一条神秘的、不可撤销的纽带。”正确地定位个人与组织的关系，可以为组织和个人减少许多不必要的烦恼。那么，个人与组织应当是一种什么样的关系呢？“组织需要个人为其做出所需的贡献；个人需要把组织当成实现自己人生目标的工具。”德鲁克用清晰和简单的语言帮助我们理清了个人和组织的关系。

我们在学习大师思想的同时更应该关注和学习大师的品德和思想境界、处世态度，特别是他们观察世界的视角和思维方

式。我们要记得德鲁克先生的深邃智慧、学术勇气和正直人格，他是我们的榜样，号召着我们像他那样思考。不仅学习做一个成功的管理者，同时还应该学着做社会生态学家去关注社会健康，学会如何利用伦理领导力、有效管理和社会责任感得力量让世界成为一个更美好、更宜人、更能持续发展的地方，让世界拥有更多的公正、美丽和机会。这就是我们学习管理学的重要原因，因为管理学，我们学会了自我管理和经济管理，因为德鲁克，我们知道了管理学的艺术魅力和社会精髓。

德鲁克管理思想精要管理篇篇四

《德鲁克管理思想精要》中的价值观和基本原则不胜枚举，每一个原则都可以进行详细的阐述和联想。但是诚如德鲁克所言：“因为管理涉及人们在共同事业中的整合问题，所以它是被深深植根于文化之中。管理者所做的工作内容在联邦德国、英国、美国、日本或巴西都是完全一样的，但是他们的工作方式却是千差万别。”因此，本文只结合自身工作且最触及个人思想的几个点进行简单的论述。

智力、想象力，还有知识，是知识工作者个体最重要的资源。但是在企业中，个人的才能，只有通过有条理、有系统的工作，才有可能产生效益。组织是能使个人才干得以增值的工具。知识工作者本身并不生产有形的产品，他的产出是知识、创意和信息，这样的产品本身并无用途，它必须转化为有形的产品才具有实际意义。再伟大的智慧，如果不能应用的行动上，也只是毫无意义的资源。有的很有才华的人终其一生碌碌无为，是因为他把追求才华的本身作为目的，只重视知道什么，而忽视了把他的才华用于社会实践。对企业而言，“效”就是产品，它看得见、摸得着、能说明一切。做好产品，应该作为我们的宗教信仰。好产品是修炼出来的，容不得半点忽悠。

一成不变的管理是不存在的，在企业管理的不同阶段，管理

的重点是不同的。在管理的某个阶段，管理的重点也有所侧重。如同孙子云“良将用兵若良医用药，病万变，药亦万变”。管理应根据具体的运行而调整，管理者必须清醒认识到当前工作的主要矛盾和矛盾的主要方面。比如，我理解目前凝华的主要矛盾在于：高涨的销售势头和滞后的生产效率；矛盾的主要方面在于：快速交付的要求与落后的质量保证（含设计、生产、材料等）。那么，针对当前的主要矛盾，凝华就需要及时调整管理工作，调配资源，使其能够“根据需要与机会的变化而变化，以此促使企业能够得到更好的发展”。

如果具备这种能力，公司可以弥补其他欠缺的方面，反之，如果不具备这一能力，其他方面就毫无价值。因此，我们需要思考凝华各个岗位的管理者们，在过去的一年或者是某个时间段里，他完成任务的能力到底怎么样。在述职中我们进行过若干设定、评分、权重，按本原则来看，最重要的只有一个原则，就是完成任务的能力。在战争中，忠诚和打胜仗是衡量指挥员的基本准则，如果准则很多，却不管打仗，能否存活也是问题了。另外为专业组织甄选管理者，必须要“内行管理”。因为专业人士难以接受一个不尊重其业务能力的人做自己的领导。因此选择工程经理时，选择范围就应该仅限于本部门技术最高的工程师。

我们可以高谈阔论愿景、创新、竞争优势、团队实力，但是在鼓舞完员工的士气之后，我们必须时刻牢记我们的产品现实，我们要老老实实在地把精力投入到我们的产品上，离开产品，离开满足客户需求，凝华将什么也不是。企业家精神代表着创新。为使企业具备创新能力，公司必须建立有利于创新的机制，进而使得员工具有企业家精神。必须以企业家精神为中心设计各层关系，必须确保其奖励和激励措施、薪酬待遇、人事决策等所有政策，都能够鼓励创新行为而不是惩罚这种行为。

《德鲁克管理思想精要》论述十分精辟，但是本书蹩脚的翻

译实在是不敢恭维。不过瑕不掩瑜，我硬着头皮反复读过几遍后，把不理想的翻译忽略过去，慢慢地越读越顺利，越觉得其精深的思想还是很值得我们继续反复研读的。

德鲁克管理思想精要管理篇篇五

虽然这位大师中的大师——彼得德鲁克先生已经离我们远行了，但他的理念、他的思想、他的精神将永远伴随着我们。今天，当我阅读这篇《目标管理和自我控制》的时候，再一次被大师的管理思想深深折服。

德鲁克认为：“在现代组织中，每个知识工作者都可以成为一名管理者，他可能会被推上负责的岗位，凭借着自己的地位或知识，为真正改善组织的运作能力并获得成果做出自己的贡献。”

德鲁克认为，如果一个领域没有目标，这个领域的工作必然被忽视；管理者应该通过目标对下级进行管理。与目标管理紧密相关的是绩效考核，在某种程度上，绩效考核完全可以视为目标管理的一部分。如果光有目标而没有每阶段的绩效考核，那么这个目标可能永远不会有实现的一天。要真正实施目标管理，就必须以绩效考核为后盾。

通过阅读这本书之后，我对管理，也有了清晰的概念和认知。尤其是在管理的目的和责任方面。我觉得，管理的目的是为了激发人们的动力，使他们有工作激情，让他们在工作中找到自信，找到自我，让他们爱上自己的工作，并在工作中发挥出自己的优势，为组织作出贡献，这就是管理者对大的目的和责任。

我认为管理者不仅要为自己、为组织负责，更要为我们所处的社会以及我们身边的社会人负责。管理者的一言一行都深深地影响着身边的人，作为一个优秀的管理者，应该时刻注重自己的言行，做到外圆内方。

通过我对德鲁克有关资料的查询，深刻的了解到德鲁克对世界管理学的贡献。很多资料对德鲁克的评价是非常高的，比如说，不错过德鲁克的三大理由：1. 他是对全球管理者影响最大的大师；2. 他是真正影响世界管理趋势的大师；3. 他是格外值得中国管理者学习的大师。不错过此书的三大理由：1. 这是德鲁克管理思想的精华本，让您在最短时间掌握大师的核心智慧；2. 生动的分析与表述方式，让您掌握大师智慧更加轻松；3. 大量中国式管理案例，将大师智慧与您的管理实践更紧密地相结合。

通过德鲁克对卓有成效的管理者的描述，我觉得现在最重要的还要培养一种好的心理素质，首先，要养成不急不躁的心理，这样才能考虑长远利益；其次，要有一颗包容心，这样才能不至于为了自身利益而不顾全局利益，有一颗包容心，才能让他人充分发挥他人的长处，容他人之短处；坚持才是卓越之道。其实，这本书留给我们待以挖掘的东西还有太多，以上所讲的这些不过冰山一角。认真去读、去身体力行，必定会有收获。