

电子科技大学 2020 级 MBA 中英文管理经典书目阅读活动及要求

亲爱的 2020 级 MBA 新同学：

欢迎来到电子科技大学攻读工商管理硕士（MBA）！

为了您能更好的完成管理经典书目阅读，现将相关注意事项及要求告知如下，请各位新生务必仔细阅读！

一、为什么举行管理经典书目阅读活动

MBA 学习的目的就是学会把已经累积的理论基础，更好地运用到管理实践中去。通过在学习过程中阅读一些经典的管理理论以及基于互联网和大数据的相关书籍，使同学们深化对本学科、本方向知识范围的理解，熟悉经典著作名目，补充必要的理论知识，为今后课程和实践学习奠定基础。同时阅读和分享英文书籍，能加强同学的英语听说读写能力，为后期查阅外国文献和论文写作打下一定基础。

二、阅读活动的要求：

1. 阅读内容要求

阅读数量：2 本中文书籍，1 本英文书籍，5 部英文电影。

中英文书籍均为管理类经典书籍。可参考推荐的 28 本经典书籍，也可以根据自己的工作、兴趣等选择互联网、大数据、创新创业等管理图书。阅读推荐书目以外的书籍也必须与管理财经类相关。

5 部英文电影自行选定，不做分享考核要求。

2. 阅读形式要求

按组进行，小组人数最多 15 人，小组内每人分享所阅读中英文图书的读书心得，小组内每位同学所分享图书不能相同，同一人所分享中英文图书不能为相互翻译版本。

分享内容包含但不限于：1、介绍书的主旨中心思想和启示；2、读书后的感悟和对自己的影响。

分享方式：通过线上或线下方式。线上通过音频的方式，音频平台推荐：喜马拉雅听书等国内主流音频平台；线下以图书阅读分享会的方式，需录制视频，并将录制的视频发至网上，视频平台推荐：腾讯视频、优酷等国内主流视频网站。

每位同学的每本中文图书分享和英文图书分享分开录制音频或者视频。

每本中文图书分享时长不少于 10 分钟，每本英文图书分享时长不少于 5 分钟。

（1）音频上传喜马拉雅等平台时，一个组注册一个帐号，一个组的内容放在一个专辑下面，每个音频的点击量进行考核；

（2）视频上传至腾讯等平台时，一个组注册一个帐号，用每个视频的点播量进行考核。

中英文分享中每人都采用统一的开场白，格式如下：大家好，我是电子科技大学 MBA2020 级

***(真名或网名)

3. 阅读考核方式

中文图书分享和英文图书分享分开考核。考核采用百分制，分别为线上分享点击量占分最高 50 分，组内互评最高 30 分，指导员评分最高 20 分。

(1) 阅读线上分享点击量：

序号	线上点击量	分数
1	50 及以下	0 分
2	51-100	10 分
3	101-200	20 分
4	201-300	30
5	301-400	40
6	401 及以上	50

注：按照学员提交的点击量截屏等形式进行打分。

中文图书阅读分享点击量得分为两本中文图书阅读分享点击量所对应得分的平均值，例如某同学阅读和分享了两本中文图书分别为 A 图书和 B 图书，A 图书的阅读分享点击量为 170，对应得分为 20 分，B 图书的阅读分享点击量为 260，对应得分为 30，那么该同学的中文图书阅读分享点击量得分为 $(20+30)/2=25$ 分。

(2) 分享内容评分

组内互评，每位同学根据聆听或观看小组其他同学的分享，以内容质量相互进行投票评分。具体评分原则各小组自行商讨确定，每个小组提交的组内互评结果必须按照小组人数依次梯度排名，不得出现相同排名和相同得分情况。

按照小组内部互评排名，第一名为 30 分，最后一名为 16 分，排名中间的同学按照从最高分到最低分以及总人数等差得分，即如果小组中有 n 名同学，那每个名次之间的互评分数差为 $(30-16)/(n-1)$ ，小组人数和名次分数差对应表格为：

小组人数	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
排名分数差	14	7	4.67	3.5	2.8	2.33	2	1.75	1.56	1.4	1.27	1.17	1.08	1

按照上表，若小组有 7 名成员，那么第一名为 30 分，第二名为 $30-2.33=27.37$ ，第三名为 $27.37-2.33=25.04$ ，依此类推到最后一名 16 分，也即第一名和第七名分数固定为 30 分和 16 分，第二名到六名的分数为从 30 分以此往后递减 2.33 分。其它人数组成的小组成员得分也按照类似计算。

指导员评分，按照小组组长所在班级指导员为该小组指导员。指导员根据小组内同学分享情况进行评分，总分 20 分。评分梯度：按照人数前 30%（四舍五入取整，后边相同）同学 16-20 分，次

30%同学 11-15 分，再次 20%同学 8-10 分，最后余下同学 5-7 分。例如总人数为 13 人，评分梯度人数分别为 4、4、3、2 人。

(3) 总得分=线上点击得分+组内互评得分+指导员评分，最后总得分达 60 分及以上视为合格，对优秀的学员将在开学典礼上给予颁奖表彰。

4. 资料提交

(1) 各小组由组长完成汇总各自小组的【小组读书统计表】(注明为 xx 小组读书统计表，内部包括中文图书阅读和英文图书阅读两个表格)，见附件 2-1，其中包括组内互评和点击量截图打分等内容，完成之后发送给对应指导员。

(2) 指导员对组内互评和点击量评分进行核实，同时完成指导员评分和计算总分，然后将各小组读书统计表汇总打包发送至邮箱 lcy@uestc.edu.cn。

以上所有环节需在 9 月 1 日 24 点前完成。

5. 不合格及抽查说明

以下情况直接视为不合格：(1) 分享内容存在大量抄袭；(2) 每本书分享时长不够，即中文图书分享少于 10 分钟，英文图书分享少于 5 分钟；(3) 未分享或未按时分享。(4) 在过程中存在造假等行为，如点击量造假等。中文或者英文阅读分享任一不合格的同学明年需要重新完成该项活动。

对于读书分享，MBA 教育中心将会在开学之后组织专人就学习内容进行线上或者线下抽查，抽查不合格者将在下一学年重新完成读书活动环节。

以上内容解释权归 MBA 教育中心所有。

三、推荐管理经典书目

1、《大数据时代——生活、工作与思维的大变革》，作者：(英) 维克托·迈尔-舍恩伯格(英) 肯尼思·库克耶著，盛杨燕、周涛，出版社：浙江人民出版社，2013。推荐理由：本书是迄今为止全世界最好的一本大数据专著。本书作者维克托迈尔-舍恩伯格，被称为大数据时代的预言家，《科学》《自然》等著名学术期刊最推崇的互联网研究者之一。本书的译者系我国最年轻有为的大数据专家，电子科技大学大数据研究中心主任、教授、博士生导师周涛教授。这位当年 27 岁的天才型教授，即具备对大数据时代的深度理解，同时具备深入浅出、通俗易懂的文字翻译能力，使得本书即适合普通读者了解大数据时代，同时也有助于大数据产业链上各环节的相关从业人员认识、理解大数据时代，并启发从业人员开发和应用大数据。

2、《互联网思维——独孤九剑》，作者：赵大伟，出版社：机械工业出版社。推荐理由：本书是国内第一部系统阐述互联网思维的著作，用 9 大互联网思维：用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维、跨界思维，以专业的视角全方位解读移动互联网给传统产业带来的变革。这是一部传统企业互联网转型必读的“孙子兵法”，帮助我们开启

对新商业文明时代的系统思考。

3、《互联网思维到底是什么》，作者：项建标、蔡华、柳荣军，出版社：电子工业出版社。推荐理由：在电商 O2O 微信大爆发时代，被称作 2014 最新最接地气的实战互联网思维图书，正和岛创始人刘东华、商业趋势专家肖明超等力荐！一经亮相 2014.5.10 北京互联网创业大会、5.11 天津电商峰会、4.12 杭州 BIG DAY 等大会，即受读者热捧。

4、《决胜移动终端》，作者：查克·马丁 (Chuck Martin) (作者)，向坤 (译者)，出版社：浙江人民出版社。推荐理由：本书是美国知名智库移动未来研究院 CEO 查克·马丁最新力作。这是第一本真正阐释 O2O 概念的移动互联必读之作，是传统企业拥抱移动互联网的经验大典！

5、《科学管理原理》，作者：弗雷德里克·泰勒，出版社：机械工业出版社，2007。推荐理由：泰勒的科学管理思想深深地扎根在一系列科学实验的基础上，使之成为一门真正的科学。当代许多重要的管理理论都是在泰勒的科学管理理论的基础上的继承和发展。《科学管理原理》出版于 1911 年，标志着一个管理新时代的到来。至今，这本书仍然带给管理人无穷的启示，是不可不读的管理经典。

6、《管理工作的本质》，作者：亨利·明茨伯格，出版社：中国人民大学出版社，2007。推荐理由：明茨伯格的主要著作《管理工作的本质》，是经理角色管理学派最早出版的经典著作。因为这本书奠定亨利·明茨伯格“经理人角色理论巨匠”的地位。

7、《经理人员的职能》，作者：切斯特·巴纳德，出版社：机械工业出版社，2007。推荐理由：《经理人员的职能》被誉为管理思想的丰碑，作为现代管理理论中社会系统学派的创始人，巴纳德关于组织理论的探讨至今几乎没有人能超越。

8、《管理使命、责任、实务》(实务篇)，作者：彼得·德鲁克，出版社：机械工业出版社，2009。推荐理由：本书浓缩了德鲁克几十年知识经验与管理思考，以其简洁而浓缩的书名道出了管理学的真谛——使命、责任和实务。被学术界认为是一本面向管理者(工商企业与机构组织)的系统化管理手册，也是面向学生和有志于管理工作的仁人志士的系统化教科书。

9、《管理的实践》，作者：彼得·德鲁克，出版社：机械工业出版社，2009。推荐理由：现代管理学制宪之作，提出了一个具有划时代意义的概念——目标管理。

10、《从优秀到卓越》. 吉姆·柯林斯(美). 俞利军译. 中信出版社。推荐理由：公司从优秀到卓越，跟从事的行业是否是朝阳行业没有关系，跟合并、收购等企业重组没有关系，跟技术变革没有太大的关系，而与管理者及其决策有根本的关系。

11、《管理者而非 MBA》. 亨利·明茨伯格(加拿大). 机械工业出版社。推荐理由：这本书还没出版就引起业界的轩然大波，因为作者抨击的是现行 MBA 的教育体制，他认为没有实践经验的管理教授课程难讲深刻，没有实践经验的学生听课也难听懂。这本书在以后的很长时间内都有很大的影响力，

任何人在以后再评论管理教育，很难躲得开这本书。

12、《基业长青》. 詹姆斯·柯林斯(美国). 中信出版社。推荐理由：要致力于建立一个组织，一个滴答走动的时钟，而不只是找对时机，最重要的是这个组织特质是有能力不断地建立制度，从不停止，从不回顾，从无结束，最后使得这个组织基业长青。

13、《孙子兵法》，作者：（春秋）孙武，出版社：上海古籍出版社，2006。推荐理由：企业管理中，战略制定与管理具有举足轻重的地位。虽然是一部兵书，但《孙子兵法》所蕴含的“兵者，诡道也”，“久暴师则国用不足”等战略思想经历 2500 余年检验，一直为历代政治家、军事家、商人等奉为至宝。美国著名高等学府哈佛大学商学院也将《孙子兵法》融入 MBA 战略课程中。

14、《管理：任务、责任、实践》（第三部）. 彼得·德鲁克(美国). 华夏出版社。推荐理由：管理不只是一项工作、一门学科，它还以人为核心。每一项成就都是管理者的成就，每一次失败也是管理者的失败。是人在管理，而不是“力量”或“事实”在管理。管理得当还是管理失当，决定于管理者在个人理想、奉献精神乃至正直无私方面的表现。

15、《组织文化与领导力——如何以最有效的方式认识和打造组织》，作者：埃德加·沙因，出版社：中国人民大学出版社，2011。推荐理由：埃德加·沙因，美国麻省理工学院斯隆商学院教授，世界百位最具影响力的管理大师之一，企业文化理论之父，企业文化与组织心理学领域的开创者和奠基人，国际上享有盛誉的实战派管理咨询专家。阅读本书读者将：了解团队和组织动态；了解如何影响组织的新技术；了解跨文化管理的界限；为克服文化阻力深入了解改变……以及更多！

16、《巨人的观点——像战略家一样的思考》，作者：（日）大前研一，出版社：机械工业出版社，2004。推荐理由：本书介绍了战略思维的一般过程、实现战略优势的途径，制定成功战略思路及注意事项，以及如何根据实际情况的发展作出相应调整等。本书内容详实，列举了许多具体的案例，具有极大启发意义，同时书中也对常见的错误进行分析，对企业经营管理人员的战略思维能力，战略计划制定能力的提高有极大的帮助。

17、《变革的力量》. 科特(美). 张小强（译）. 华夏出版社。推荐理由：变革最根本的问题就是改变人们的行为，而人们之所以改变行为，常常是因为所看到的事实影响了感受，而较少是因为分析而改变想法。

18、《我在通用汽车的岁月》，作者：小艾尔弗雷德·斯隆，出版社：华夏出版社，2005。推荐理由：本书从面市到现在一直被当做管理者的手册来使用，并被喜爱他的人视为“管理训练”的最好著作。彼得·德鲁克、比尔·盖茨都推荐过此书。《财富》杂志把它列为 2003 年度 CEO 必读书。

19、《让顾客自己来定价：世界最盈利公司的创新定价策略》. 作者：贾格莫汉·拉古(Jagmohan Raju)（作者），张忠(Z. John Zhang)（作者），刘媛媛（译者）。中国人民大学出版社。推荐理由：定价之于企业就像收割之于农民，但是大量的企业在定价过程中相当随意。很多企业说价格不我们

决定的，而是市场决定的。那么价格到底是由谁决定的呢？

20、《免费》. 作者:【美】克里斯·安德森 (ChrisAnderson). 中信出版社. 出版时间:2015 年 10 月. 推荐理由: 一种商业模式既可以统摄未来的市场, 也可以挤垮当前的市场——在我们这个现代经济社会里, 这并不是一件不可能的事情。“免费”就是这样的一种商业模式, 它所代表的正是数字化网络时代的商业未来。究竟什么是免费商业模式？

21、《海底捞你学不会》. 作者:黄铁鹰. 出版社:中信出版社. 出版时间:2015 年 10 月。推荐理由: 在当今竞争日益激烈的社会中, 重视服务的企业才会有较好的市场发展空间。海底捞就是凭借细化服务流程、激发员工潜能、构建学习型企业等一系列措施, 将服务不仅仅做成品牌, 还做成了许多同行争相效仿的行业标准, 顾客整体满意度在餐饮业独占鳌头。

22、《长尾理论》. 作者:[美] 克里斯·安德森, 乔江涛. 出版社:中信出版社. 出版时间:2006 年 12 月. 推荐理由: 长尾理论的提出, 是互联网发展的一个重要里程碑, 可以解决传统经济学意义上的很多约束。

23、《激荡三十年：中国企业 1978-2008 》. 作者:吴晓波. 出版社:中信出版社. 出版时间:2014 年 07 月. 推荐理由: 改革开放三十年, 是我国经济社会发展史上一个特殊的、不平凡的阶段。它源起于“文革”后百废待兴的危急时刻, 发端于国家领导人举目四望后的英明决策, 是十三亿人民决绝地告别贫困、追求富裕的迫切愿望众志成城地书写了这段浓墨重彩的历史, 是中国默默崛起的发展历程。

24、《货币战争》. 作者:宋鸿兵. 出版社:中信出版社. 出版时间:2011 年 09 月. 推荐理由: 货币是一个国家的命脉, 老百姓和它有着千丝万缕的关系。直接影响老百姓的生活, 货币的贬值会使我们的生活质量下降, 直接引起物价飞涨, 金融是新世纪对内对外没有硝烟的一场战争。

25、《如何赢得朋友及影响他人》, 作者: 戴尔·卡耐基, 出版社: 光明日报出版社, 2006。推荐理由: 阅读本书, 能有效地帮助你如何在日常生活, 商务活动与社会交往中与人打交道, 并有效地影响他人; 如何击败人类的生存之敌——忧虑, 以创造一种幸福美好的人生。遵循卡耐基先生的人际准则和生活技巧, 成功就会变得非常简单。

26、《活法》. 作者:(日)稻盛和夫 著, 曹岫云译. 出版社:东方出版社. 出版时间:2012 年 05 月. 推荐理由: 每一个人都潜藏着伟大的力量, 能否把自身潜在的能力挖掘出来, 是人与人活精彩与否的差异所在。如何实现呢？

27、《活着》. 作者:余华. 出版社:作家出版社. 出版时间:2012 年 08 月. 推荐理由: 责任, 是活着的意义, 也许生命有些事你无法预料, 无法改变, 但是更多的是需要你去负责, 去担当。因此不论活着多么痛苦, 你都要活下去, 为了你爱的人和爱你的人, 活着这件事本身也是你的责任。

28、《高效能人士的七个习惯》. 史蒂芬•柯维(美). 中国青年出版社。推荐理由：人的品德基本上是由习惯组成的，俗语说：思想决定行动，行动决定习惯，习惯决定品德，品德决定命运，习惯对我们的生活有绝大的影响。