

334
ER
2007

GEORG BERNER

LỜI NHA XUẤT BẢN

Quản lý trong 20XX

NHỮNG ĐIỀU QUAN TRỌNG TRONG TƯƠNG LAI

Biên dịch: TS. Trần Minh Tuấn
TS. Nguyễn Đăng Hậu

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN

V-00/18688

NHA XUẤT BẢN BƯU ĐIỆN

Hà Nội - 2007

MỤC LỤC

Lời Nhà xuất bản	5
Lời giới thiệu: HÀNH TRANG CHO TƯƠNG LAI	7
Lời mở đầu: NHÌN VỀ NGÀY MAI	9
NHÌN VỀ TƯƠNG LAI DỰA TRÊN NHỮNG XU HƯỚNG HIỆN TẠI	11
Xu hướng chung	11
50 năm hướng tới tương lai và 500 năm nhìn lại quá khứ	16
Xu hướng công nghệ	33
Định luật Moore	34
Linh kiện và máy tính mới	39
Phương tiện lưu trữ	45
Những công nghệ vượt trội khác	46
Rô bốt và tác nhân (agent)	58
Thông tin và truyền thông	60
Giao tiếp người-người, người-máy và máy-máy	60
Công nghệ mạng	65
Internet	74
Mạng thế hệ sau	77
Thiết bị đầu cuối	79
Công nghệ sinh học	86
Kết luận	88
CÁC KHÍA CẠNH KHÁC NHAU TRONG CUỘC SỐNG	89
Ở nhà	89
Ở công sở	93
Phương tiện đi lại	95
Ở nơi công cộng	99
Các lĩnh vực ứng dụng	100
Y tế	100

<i>Nghỉ ngơi và giải trí</i>	104
<i>Học tập</i>	107
<i>Bảo vệ môi trường</i>	111
<i>Quản sự</i>	115
Những phương thức kinh doanh mới	119
<i>Kinh doanh điện tử</i>	119
<i>Kinh doanh thời gian thực</i>	126
<i>Kinh doanh di động</i>	128
Kết luận	131
CON NGƯỜI VỚI VAI TRÒ KHÁCH HÀNG	132
<i>Cuộc sống của chúng ta</i>	132
<i>Vai trò của chúng ta</i>	133
<i>Cá nhân hoá từng khoảnh khắc</i>	134
<i>Nhu cầu và mong muốn của chúng ta</i>	136
<i>Cảm xúc và lý trí</i>	139
<i>Me Inc.</i>	141
Kết luận	146
CHUỖI VẤN ĐỀ CỦA DOANH NGHIỆP	147
Phương thức nhằm đạt được mục tiêu của doanh nghiệp	148
<i>Tư tâm nhìn tới quá trình có liên quan</i>	149
<i>Lập kế hoạch chiến lược</i>	153
<i>Triển khai hành động</i>	170
Tổ chức phù hợp với cá nhân	175
<i>Các hình thức tổ chức</i>	175
<i>Quản lý dự án</i>	179
<i>Đối tác và hợp tác</i>	184
<i>Quản lý và huấn luyện</i>	187
<i>Các tiến trình</i>	193
<i>Quản lý tri thức</i>	197
<i>Các tổ chức học tập</i>	202
Tài chính và phương thức kiểm soát	204

Bảng điểm cân đối	205
Thay đổi quy mô	210
Kế hoạch kinh doanh	214
Kết luận	216
SỰ TIẾN HOÁ QUY TRÌNH TRONG CÁC CÔNG TY	218
Marketing	218
Nghiên cứu thị trường	219
Phân khúc khách hàng	222
Sự phân biệt sản phẩm	223
Marketing hỗn hợp	224
Marketing điện tử	245
Sự trung thành của khách hàng	251
Hiếu rở khách hàng	251
Kinh nghiệm của khách hàng	255
Hỗ trợ khách hàng	256
Bán hàng điện tử	264
Quản lý quan hệ khách hàng (CRM)	267
Cải tiến	269
Quy trình cải tiến	270
Phát triển kỹ thuật số	273
Khái niệm nền tảng	274
Các ứng dụng	275
Các dịch vụ	276
Các mô hình kinh doanh	277
Sản xuất	282
Kho vận	285
Kết luận	286
KẾT LUẬN	289
PHỤ LỤC	291
THUẬT NGỮ VIẾT TẮT	295
TÀI LIỆU THAM KHẢO	