

最新管理的实践读后感(优秀5篇)

当品味完一部作品后，相信大家一定领会了不少东西，需要好好地对所收获的东西写一篇读后感了。如何才能写出一篇让人动容的读后感文章呢？下面是小编带来的优秀读后感范文，希望大家能够喜欢！

管理的实践读后感篇一

我最初对管理的理解十分片面，我所能联想到的生活中有关“管理”的画面就是图书馆里管理员对书籍的整理、管理；超市经理给员工们分配任务，对他们的管理等等。在我看来，我所能联想到的生活中的“管理”不过是一些挑战性低，虽然琐碎复杂但是并不难解决的事情。

选课时，我看见了“中外管理经典案例解析”这门课。“管理”有哪些经典案例？中外“管理”有何异同？……我的好奇心使我选择了这门课，课上老师推荐给我们一本书，它书名是《管理的实践》。当我看完这本书后，不禁觉得自己简直是只“井底之蛙”，之前对“管理”的错误看法实在是肤浅甚至幼稚可笑。

《管理的实践》是彼得·德鲁克先生于1954年出版的一本管理学著作，这是第一本将管理视为整体的管理书籍，开启了管理学发展史上的新时代。书中阐述的管理思想使读者们受益匪浅，许多名人对德鲁克的书籍都爱不释手。有人说“如果只读一个管理作者，那就读德鲁克；如果只读一本管理著作，那就读《管理的实践》”。南京大学商学院赵曙明教授认为：现代大部分流行的管理思想和实践都可以从这本书中找到根源。粗略列举一下，就可以包括：目标管理、参与管理、知识员工管理、职业生涯管理、自我管理团队等，彼得·德鲁克对管理学的方方面面都有着卓越的贡献。

初读这本书，我对德鲁克的第一印象便是——他是一个脚踏实地、朴实的人。尽管德鲁克的思想具有无穷魅力，以及在文字上具有特有的天赋，但是他并不往这个“华丽”的方向发展，不打算以建立自己的理论体系，把概念、原理和方法结构化来支持自己的看法和主张。他认为，思想和观念合乎社会的需要，合乎人们的基本道德准则和直觉就够了。他不喜欢咬文嚼字、华丽浮夸的文字，不喜欢“作秀”地写文章。他追求思想的完整性，讲究表达上的准确性。想要深入解读德鲁克的著作，必须理解并运用他把握问题的方式，否则，我们很难跟上他的步伐，很难真正理解他的思想，很容易迷失在他那“随心所欲”的语言“迷宫”之中。

德鲁克主要强调实践，也就是我们所说的脚踏实地。路是人踩出来，而对于管理的解读，也是需要实践证明的。作为学生，我们也要始终把各个学科当作一种专业知识的来源，或当作多角度思考问题的工具，为自己“分析和解决现实问题”服务，而不是以一种麻木的、应付了事的态度去对待各个学科。德鲁克习惯于立足现实、展望未来。借用他的概念就是“使现实变得具有未来意义”。加上他涉猎广泛，尤其擅长于从实践中提炼概念，终其一生不断强化自己的思维规模，不断演绎发展自己的思想体系，可谓与时俱进。

德鲁克说过的最让我印象深刻的一句话是“管理者的价值在于贡献和承诺”。这让我想起了我爸爸的故事。

我爸爸经营着一家物流公司，而这家公司在十几年前险些“倒闭”，会议上，几位曾经忠心耿耿的老职员集体拿出辞呈，坚决表示要离开公司。而在他们离开的那段时间，公司可谓是“鸡飞狗跳”“杂乱无章”。公司内部频频出现问题，客户的投诉越来越多，有的客户甚至不再与爸爸的公司合作。那时候我才小学三年级，在房间里隐约听见爸爸和妈妈的谈话中有“公司倒闭”这四个字。我找了个机会偷偷问妈妈这件事，从妈妈的话中，我粗略知道了事情的经过。那几个老职员其实是当初和爸爸一起开公司的老朋友，爸爸投

资公司的钱最多，所以爸爸便成了他们的上级。然而，爸爸并没有起到领导带头的作用，在公司整天无所事事，公司里的事情大大小小都是那几个老朋友在处理。爸爸还多次承诺过他们，公司年底会给他们高金额的分红，然而爸爸没有兑现过他的承诺，分红的金额并不是当初所承诺的那个金额，有时候甚至没有给他们分红。

久而久之，他们对爸爸越来越不信任，越来越不抱有希望，才造成了当初的局面。那时候我还小，只是片面地觉得，爸爸是因为说话不算数才气走那几个老职员的。如今看了这本书，我恍然大悟，这不仅仅是管理者承诺的问题，还是管理者贡献的问题。虽然那几位老职员的日常工资已经算是中高水平的了，足够让家里人过得非常滋润，这些年底分红对于他们来说可能也并没有特别在意。但是问题在于我爸爸屡次没有兑现他的承诺，这使得他们建立在我爸爸身上的信任坍塌。再来，我爸爸对于公司大大小小的事情连最基础的参与度都没有，更何况是书中所提到的管理者的参与度要高于被管理者了。管理者有失败的，有成功的。但不得不说，那时候的我爸爸根本没有资格当一个管理者，也不配称为一个管理者。真正的管理者，不管结果成功与否，这个管理者都是要有所贡献的，而且这贡献一定是巨大的。

然而，无私贡献就是好的管理者了吗？不是的，这里说的贡献是有度的而不是无限的。德鲁克在书里告诉我们：“管理者本身的工作绩效依赖于许多人，而他必须对这些人的工作绩效负责。”“管理的主要工作是帮助同事（包括上司与下属）发挥长处并避免用到他们的短处。”这正是管理者的价值所在，如果管理者能够贡献自己的作用，让下属和上司发挥绩效，那么管理者自身的绩效也将得以实现；如果管理者自己发挥绩效并替代所有的下属或者上司，那么这个管理者就不能够称之为管理者。也就是说，管理者的贡献不能越界，不能让下属因为你的贡献而无法贡献，不能让下属没有实现自身价值的机会。

德鲁克对管理的另一个描述——管理就是承诺：承诺目标，承诺措施，承诺合作。承诺目标：对于结果目标的承诺，可以回答做什么以及做到什么程度的问题。看起来这是一个非常简单的问题，但是我们的管理者并没有这样去做，并没有切实地认为结果目标是一种承诺，所以我们常常看到公司的目标是一种形式，而因为管理者对于目标的反应，决定了员工承诺的水平，从而使得为实现目标所投放的所有资源的成效并不理想。所以如果想要实现目标，管理者就需要对结果目标有明确的承诺，员工才会达成绩效结果目标，以支持总目标的实现。承诺措施：对于执行措施的承诺是回答如何做这个问题的。管理者所必须做出的努力就是找到实现目标的措施，并使得措施能够贴近员工的实际。如果管理者不研究措施，不能够在方法上和工具上给予员工帮助，管理的结果也不会实现，有效性就会大打折扣。所以为达成绩效目标，员工与管理者需要对完成目标的方法措施达成共识，并将执行措施作为工作的内容，以确保结果目标的最终达成，这至关重要。承诺合作：对于合作的承诺可以回答与谁做这个问题，管理所需要解决的问题就是管理者和被管理者之间的合作分工问题，没有分工合作，其实是没有管理的。为提高团队绩效，高效推进关键措施和目标达成，管理者就要与员工交流，确保员工愿意参与和支持承诺。

这是一本值得我读上百遍的书，这本书让管理进入了真实的境界——解决问题，贡献价值。因为德鲁克先生，管理可以变得卓有成效；因为德鲁克先生，管理者释放了自己的价值。德鲁克先生对于管理者成效的解析，体现了管理的精髓，也让我们这些“肤浅”的旁观者心中对“管理”的理解发生了翻天覆地的变化。因为他的存在，整个管理的课题得以被解释，这是管理的精髓，也是企业生命的精髓。

管理的实践读后感篇二

该书自问世50余年来，一向颇受众多读者的追捧，影响了全世界无数经理人和管理学者，不愧为一部“管理的圣经”，

难怪有人说“如果只读一个管理作者，那就读德鲁克；如果只读一本管理著作，那就读《管理的实践》”。

因篇幅所限，简单罗列一下自己感受较深的几点主要体会，与大家共享。

1、管理的本质：管理是一种实践，其本质不在于知，而在于行；衡量和检验管理的唯一权威是绩效和成果。“企业管理层只能以所创造的经济成果来证明自己存在的价值和权威。”

2、管理者的职责：管理者和员工在本质上没有差别，只有职责上的差别。管理者除了完成其职责所务必拥有的职权外，没有任何别的权力。“如果一个企业未能取得应有的绩效，我们完全有理由去更换一名新的总裁，而不是去辞退员工。”

3、企业的目的：创造顾客。顾客是企业的基石，是企业存活的命脉。因此我们务必以顾客为尊，首先要搞清楚“谁是我们的’顾客(包括潜在顾客)?”、“这些顾客在哪里?”、“他们如何购买产品和服务?”、“如何才能接触到这些顾客?”；其次，要了解“顾客的需求是什么?”、“顾客购买的是什么?”、“顾客心目中的‘价值’究竟是什么?”。

4、企业的两个基本职能：营销和创新。营销不仅仅只是销售部和市场部的事情，所有部门甚至每一个员工都对营销负有职责。企业要带给更好更多的产品和服务，务必不断的创新。同样，创新发生在企业的所有领域、所有部门和所有活动中。

5、目标管理：企业要进行有效的管理，务必在关键领域设定绩效和成果目标。每一位管理者都需要有明确的目标，而且务必在目标中列出应到达的可衡量的绩效，这些目标务必以到达企业整体目标为目标，还要在经营成果与实现信念之间求取平衡、在当前与未来之间求取平衡。

6、管理者的工作：管理者务必为企业的最终成果负责并有所贡献，因此他们的工作范围和职权应尽可能宽泛，凡是不能明确排除在外的事务都就应视为管理者的职责。

7、培养管理者：无论是培养管理者还是选拔人才，不应事先把目标盯在少数人身上，而应面向所有的人，也就是要“赛马”而不是“相马”。要尽可能使每一位员工都成为管理者，只有当每个员工都成为管理者时，企业人才才能正常接替，员工绩效才能最大发挥。另外，培养人是一个动态的工作，务必面向未来，为了到达企业明天的目标。

8、企业规模：企业不必须需要壮大，但务必不断进步，持续发展，变得更好。规模太小肯定不行，但规模太大也会带来一系列问题。

9、人力资源：人力资源不同于一般的资源。一般的资源只能被利用，而且不可再生；人力资源作为一种特殊资源，只有“人力”能为企业所“使用”，而作为一个活生生的“人”，惟有这个人本身才能充分自我利用，发挥所长。因此，管理者不要试图去“管”人，而是要设法鼓励、激励和引导人，使员工有成就感。当然，员工也务必有职责感，务必以企业的目标为努力方向。

10、员工激励：管理层的主要任务是激发员工的工作动机和参与感，唤起他们的工作欲望。激励员工的唯一有效方法是加强员工的职责感，而非满意度。

11、领导力：领导力需要看个人资质，也需要看态度和品质。因为“管理者不只透过知识、潜力和技巧来领导员工，同时也透过愿景、勇气、职责感和诚实正直的品格来领导。”

12、企业文化：好的企业文化能唤醒员工内在的激情与奉献精神。好的文化务必让个人的长处有充分的发挥空间，肯定和奖励卓越的表现，让个人的卓越表现对组织其他成员产生

建设性的贡献。企业文化的目的，不在于营造“良好的人际关系”，而在于凝聚共同的愿景和一致的努力方向，使组织具有高绩效，且透过良好的工作绩效给员工带来满足感和成就感。

13、企业的社会职责：企业是社会的“器官”，一个健康的企业不可能在一个病态的社会中生存和发展。企业在管理过程中，务必把社会利益变成企业的自身利益。管理者务必将这一基本信念落实到每一个决策和行为之中。这是管理者最重要的终极职责。而管理的终极之善是改变他人的生活。

经典句子摘抄：

“每个人都是管理者，管理的本质就是自我管理”。

“在人类所有能够运用的资源中，只有人才能成长和发展。”

“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。”

“没有目标的管理就好像飞行时只凭直觉碰运气一样，既缺乏地标、地图的引导，过去也没有飞过相同路线的经验。”

管理的实践读后感篇三

管理，是一种手段，更是一门学问，作为一个团队的负责人，如何管理好团队是每一位领导所面对的问题。sagw质保的领导们也在不断探索和学习如何打造一个不断进取、主动、协同、创新、高效的质保团队，为使公司发展成为行业领先，提供驱动系统产品和解决方案的创新型科技公司保驾护航。

今天，丁吉哲科与大家分享，他在读到《管理的实践》关于“管理是实务而非理论”时的感悟。后续还将继续分享其

他人的研读心得，请大家持续关注。

“管理是实务而非理论”这是彼得德鲁克在书中阐述的重要观点。管理的本质是一种实践，而不是一种科学和专业。质量管理更是如此，实践中才有真知，钻研中才有真相。

现阶段我们公司新能源总成越来越多，伴随而来的便是传统总成中不常见的缺陷，例如高振福，阶次噪音，啮合异响等。往往这类缺陷在齿轴类零件的精测报告上并无法直观的显示，但为了探求真相，我们组建了专题攻关小组，针对相关缺陷进行了装配互换试验。攻关团队在实践的拆装配对过程中慢慢理出了头绪，取得了阶段性的胜利，遏制住了缺陷的蔓延。

分析质量问题犹如探案，侦探(管理者)必须带着自己的团队如法医(精测室)、技侦(台架工程师)、刑侦(现场质量工程师)等人员，在一线钻研探索，才能找到线索侦破案件。所以质量的管理必须务实，实践中才能真正找到质量缺陷的真相。

管理的实践读后感篇四

《管理的实践》是德鲁克先生在1954年写成的一本具有经典好处的管理学著作，是“第一本”将管理视为整体的管理书籍，这天读来依然感到耳目一新，深受启发，受益匪浅。该书自问世50余年来，一向颇受众多读者的追捧，影响了全世界无数经理人和管理学者，不愧为一部“管理的圣经”，难怪有人说“如果只读一个管理作者，那就读德鲁克；如果只读一本管理著作，那就读《管理的实践》”。

刚拿到这本书时还有些不以为然，觉得半个世纪以前写的管理书籍还能有什么新意和深奥的地方，即使有也早已随着时间的流逝而褪色了。然而，当我仔细阅读完之后，才发现自己是多么的肤浅。的确，在这天看来它的资料并不深奥，但在50多年前，能够对管理有如此深刻理解和认知的人是多么的了不起。一般的管理“大师”，大多专注于管理的某一领

域，比如战略、营销、人力资源等，而只有德鲁克先生视社会和企业为一个有机整体，从而系统、全面的来看待管理，能够说字里行间闪烁着作者深邃的思想和智慧的光芒，真不愧为“管理的教父”、“大师中的大师”。正是《管理的实践》一书的出版，使管理真正成为了一门学科。当代仍在流行的许多管理思想和实践都能够从这本书中找到根源，比如：目标管理、参与管理、知识员工管理、客户导向的营销、业绩考核、职业生涯管理、事业部制分权管理、企业文化、自我管理团队等等，即使近些年十分流行的平衡记分卡，也能够在该书中的论述中找到源头。

因篇幅所限，简单罗列一下自己感受较深的几点主要体会，与大家共享。

1、管理的本质：管理是一种实践，其本质不在于知，而在于行；衡量和检验管理的唯一权威是绩效和成果。“企业管理层只能以所创造的经济成果来证明自己存在的价值和权威。”

2、管理者的职责：管理者和员工在本质上没有差别，只有职责上的差别。管理者除了完成其职责所务必拥有的职权外，没有任何别的权力。“如果一个企业未能取得应有的绩效，我们完全有理由去更换一名新的总裁，而不是去辞退员工。”

3、企业的目的：创造顾客。顾客是企业的基石，是企业存活的命脉。因此我们务必以顾客为尊，首先要搞清楚“谁是我们的顾客（包括潜在顾客）？”、“这些顾客在哪里？”、“他们如何购买产品和服务？”、“如何才能接触到这些顾客？”；其次，要了解“顾客的需求是什么？”、“顾客购买的是什么？”、“顾客心目中的‘价值’究竟是什么？”。

4、企业的两个基本职能：营销和创新。营销不仅仅只是销售

部和市场部的事情，所有部门甚至每一个员工都对营销负有职责。企业要带给更好更多的产品和服务，务必不断的创新。同样，创新发生在企业的所有领域、所有部门和所有活动中。

5、目标管理：企业要进行有效的管理，务必在关键领域设定绩效和成果目标。每一位管理者都需要有明确的目标，而且务必在目标中列出应到达的可衡量的绩效，这些目标务必以到达企业整体目标为目标，还要在经营成果与实现信念之间求取平衡、在当前与未来之间求取平衡。

6、管理者的工作：管理者务必为企业的最终成果负责并有所贡献，因此他们的工作范围和职权应尽可能宽泛，凡是不能明确排除在外的事务都就应视为管理者的职责。

7、培养管理者：无论是培养管理者还是选拔人才，不应事先把目标盯在少数人身上，而应面向所有的人，也就是要“赛马”而不是“相马”。要尽可能使每一位员工都成为管理者，只有当每个员工都成为管理者时，企业人才才能正常接替，员工绩效才能最大发挥。另外，培养人是一个动态的工作，务必面向未来，为了到达企业明天的目标。

8、企业规模：企业不必须需要壮大，但务必不断进步，持续发展，变得更好。规模太小肯定不行，但规模太大也会带来一系列问题。

9、人力资源：人力资源不同于一般的资源。一般的资源只能被利用，而且不可再生；人力资源作为一种特殊资源，只有“人力”能为企业所“使用”，而作为一个活生生的“人”，惟有这个人本身才能充分自我利用，发挥所长。因此，管理者不要试图去“管”人，而是要设法鼓励、激励和引导人，使员工有成就感。当然，员工也务必有职责感，务必以企业的目标为努力方向。

10、员工激励：管理层的主要任务是激发员工的工作动机和

参与感，唤起他们的工作欲望。激励员工的唯一有效方法是加强员工的职责感，而非满意度。

11、领导力：领导力需要看个人资质，也需要看态度和品质。因为“管理者不只透过知识、潜力和技巧来领导员工，同时也透过愿景、勇气、职责感和诚实正直的品格来领导。”

12、企业文化：好的企业文化能唤醒员工内在的激情与奉献精神。好的文化务必让个人的长处有充分的发挥空间，肯定和奖励卓越的表现，让个人的卓越表现对组织其他成员产生建设性的贡献。企业文化的目的，不在于营造“良好的人际关系”，而在于凝聚共同的愿景和一致的努力方向，使组织具有高绩效，且透过良好的工作绩效给员工带来满足感和成就感。

13、企业的社会职责：企业是社会的“器官”，一个健康的企业不可能在一个病态的社会中生存和发展。企业在管理过程中，务必把社会利益变成企业的自身利益。管理者务必将这一基本信念落实到每一个决策和行为之中。这是管理者最重要的终极职责。而管理的终极之善是改变他人的生活。

经典句子摘抄：

“每个人都是管理者，管理的本质就是自我管理”。

“在人类所有能够运用的资源中，只有人才能成长和发展。”

“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。”

“没有目标的管理就好像飞行时只凭直觉碰运气一样，既缺乏地标、地图的引导，过去也没有飞过相同路线的经验。”

管理的实践读后感篇五

本人在网上猎书时，无意中买下了这本《管理的实践》，原本没有对它给予很大的期望，不想刚读过序言部分，就深深的抓住了我的需求，它是如此系统、如此丰富博大，它使我第一次知道了企业经营的目的不在企业本身，而在企业外部，即创造与满足顾客，第一次认清了决策过程的细腻和重要，第一次认清了组织的架构必须服务服从于企业经营策略。同时还深悟有效的管理就是用自我控制的人进行目标管理。

人作为社会的一员，作为企业资源中最活跃的因素，早就具有了最有价值资源的称号，但是也是最不好用、最不可预测的资源。德鲁克认为当我们把重点分别放在“资源”或“人”时，会得到两种截然不同的答案。作为一种“资源”，人力能为企业所使用，然而作为“人”，惟有这个人本身才能充分自我利用，发挥所长。这是人力资源和其他资源最大的区别。使员工有成就感，使工作富有成效是对管理者永恒的挑战。管理者不只通过知识、能力和技巧来领导员工，同时也通过远景、勇气、责任感和诚实正直的品格来领导。品格作为管理者的素质也被提到新的高度，成为根本性问题。

管理一直被人们称为是一门综合艺术，综合是因为管理涉及基本原理，自我认知，智慧和领导力；艺术是因为是实践和应用。坐在家里从书本上学到的只是管理的理论，而只有实践检验了的才能成为管理的才能。

《管理的实践》中将管理的内容描述为三部分，即管理企业、管理管理者、管理员工和工作，三部分相互依存、不可分割。管理企业从企业需要的组织架构上考虑，全面诠释了职能分权制和联邦分权制，而且指出在条件可能的情况下，联邦分权制为最优构架，也是责权利同位，最有积极性及效果的架构。管理管理者从人才的引进、培训、安排、提升等程序中，道明了企业员工的管理目的：尽一切可能使每一位员工都成

为管理者，也道明只能当每个员工都成为管理者时，企业人才才能正常接替，员工绩效才能最大发挥；管理员工和工作指明了决策的过程和分析决策工具的重要，要充分运用现代化的工具来为管理员工和工作做好的决策向导。

管理的每一个动作和行为都要同时涉及到管理的三个部分，因此在决策每一个行为时，都要考虑对每一个方面的影响，找最影响孝最涉及面窄、最有绩效的角度来进行。

企业是社会的公民，服务于并丰富了社会的各种功能，它的目的只有一个，就是创造顾客。(以前经常听到推销员上非洲卖鞋的故事，而故事中那个看到当地居民光脚行走而大呼鞋可卖的才具有经营企业的战略眼光)企业的. 两项基本职能：营销和创新。通过他们产生经济成果，而企业其他的一切活动都在成本的范畴内。

企业是社会的丰富机体，只有当它能够正常新成代谢时，才能在社会中正常生存。而企业的正常生存必须要有足够的利润，这不同于一般认为的企业的目的是追求最大的利润，从而使得企业追求生存的必然结果是社会的极大丰富和人们生活的不断提高。

向作者致敬！