

《斯坦福的第一堂创业课》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787550009875

编辑推荐

创业，读此一本就够！

为什么斯坦福走出了美国总统、诺贝尔奖获得者、全球一流企业的CEO？

为什么斯坦福人创造了谷歌、耐克、雅虎、惠普、思科、Ebay、Gap？

为什么斯坦福应届毕业生的年平均收入高居全美大学NO.1？

为什么克林顿曾亲自将独生女送入斯坦福就学？

全面、详实的“创业”权威著作，北大、清华都不会教、国内大学学不到的创业课程。

本书献给：准备创业与在创业路上困惑不解的你我。

斯坦福*受欢迎的创业课，惠普、雅虎、谷歌、耐克、GAP等全球知名创业公司都在推崇的创业规则！

内容简介

在每年公布的福布斯富豪榜上，几乎有三分之一的世界富豪出自于斯坦福大学。除此之外，从斯坦福走出来的胡佛总统、约翰·肯尼迪总统、以色列总理埃胡德·巴拉克以及日本前首相鸠山由纪夫等政治人物，再一次彰显了斯坦福大学的神秘。斯坦福大学究竟教给了他们什么呢？

答案很简单，除了书本上那些几乎可以通用的各学科知识之外，斯坦福大学教给学生们最多的就是如何去经营好自己的人生。本书正是抱着教导读者如何把握住人生的每一次机遇、如何才能更好地为自己的人生制定一个完善的经营理念的目的，并结合毕业于斯坦福大学的18位学生的亲身经历，以期让广大有志于创业的朋友能够从他们身上清晰地看到，他们是在怎样的人生经营理念之下，从一个默默无闻的学生，成长为一名高居福布斯排行榜上的亿万富翁，或是政治人物的。

作者简介

郎世荣，原名王彦，中国商报新闻出版总社资深编辑。著有《适应力》、《老板不说也要做的38件事》等。

目录

Chapter 1

学会钻在“敌人”怀里取暖

1. 找个强手做对手，你才能走向卓越——赫伯特·胡佛
2. 向你佩服的人偷才艺——埃胡德·巴拉克
3. 跟自己那点骄傲说拜拜——泰格·伍兹
4. 跟富人学习求富的思维——谢尔盖·布林
5. 成功者向别人学经验，失败者向自己学经验——卡莉·费奥瑞纳
6. 要想获得成功，就不能怕被“敌人”咬——杨致远

Chapter 2

能耐，就是拥有足够强的忍耐力

1. 不张扬，一切从简才是真正的尊贵——戴维·帕卡德
2. 忍一时之辱，成一世之名——赫伯特·胡佛
3. 在绝望中寻找希望，期待柳暗花明——史蒂夫·鲍尔默
4. 忍耐力决定你能走多远——埃胡德·巴拉克

[显示全部信息](#)

前言

斯坦福，作为美国的一所私立大学，当初只是原加州州长、铁路大王利兰·斯坦福为了纪念他那死于意大利的儿子才决定捐款创建的。当时，利兰·斯坦福把位于帕拉阿图市的8180英亩农场作为校园，同时决定，斯坦福大学里所有的土地在日后均不可以任何形式进行出售。可是谁也没有料到，就是利兰·斯坦福当年的这一决定，让原本位于荒凉的美国西部的加州，在日后变成了一片美国最有活力的地方，而小小的帕拉阿图市也因为斯坦福大学的成立，逐渐成为了令整个美国乃至全世界都惊羨不已的地方。

斯坦福大学创立于1885年，至今有近130年的历史。在这一百多年的发展中，尽管斯坦福大学也曾度过了数年几近败落的惨痛日子，但是在经历了时光的洗礼之后，它却依然以它顽强的精神挺立在世人面前。不仅如此，在斯坦福大学的影响下，一个令世人瞠目结舌、几乎可以用印钞机来形容的财富聚宝盆——硅谷，悄然出世。而硅谷的诞生，也从另一个侧面验证着斯坦福大学的影响，因为硅谷的形成，正是由从斯坦福大学走出来的学生戴维·帕卡德与威廉·休利特的成功创业所引发的，继而，前仆后继的学子从斯坦福大学走出来后，聚集到了这里。甚至有些斯坦福学子还没有完成学业，便在短短数年间制造出了一个又一个的财富神话。斯坦福，作为美国的一所私立大学，当初只是原加州州长、铁路大王利兰·斯坦福为了纪念他那死于意大利的儿子才决定捐款创建的。当时，利兰·斯坦福把位于帕拉阿图市的8180英亩农场作为校园，同时决定，斯坦福大学里所有的土地在日后均不可以任何形式进行出售。可是谁也没有料到，就是利兰·斯坦福当年的这一决定，让原本位于荒凉的美国西部的加州，在日后变成了一片美国最有活力的地方

，而小小的帕拉阿图市也因为斯坦福大学的成立，逐渐成为了令整个美国乃至全世界都惊羨不已的地方。斯坦福大学创立于1885年，至今有近130年的历史。在这一百多年的发展中，尽管斯坦福大学也曾度过了数年几近败落的惨痛日子，但是在经历了时光的洗礼之后，它却依然以它顽强的精神挺立在世人面前。不仅如此，在斯坦福大学的影响下，一个令世人瞠目结舌、几乎可以用印钞机来形容的财富聚宝盆——硅谷，悄然出世。而硅谷的诞生，也从另一个侧面验证着斯坦福大学的影响，因为硅谷的形成，正是由从斯坦福大学走出来的学生戴维·帕卡德与威廉·休利特的成功创业所引发的，继而，前仆后继的学子从斯坦福大学走出来后，聚集到了这里。甚至有些斯坦福学子还没有完成学业，便在短短数年间制造出了一个又一个的财富神话。斯坦福大学的神奇不仅仅局限于像戴维·帕卡德与威廉·休利特这种专业性较强的理工生，即便是商学院、医学院的学生，他们同样在各自的领域里创造出了令人瞩目的成绩。据一项不完全统计，在每年公布的《福布斯》富豪榜上，几乎有三分之一的世界富豪出自斯坦福大学。但是，这些还不足以说明斯坦福大学的影响力，而就在斯坦福大学成立后的第一批学生当中，竟然出了一位美国总统，他就是美国第31任总统赫伯特·克拉克·胡佛。如果说胡佛总统只是一个个例，但是随后出现的约翰·肯尼迪总统、以色列总理埃胡德·巴拉克以及日本前首相鸠山由纪夫等政治人物，则再一次彰显了斯坦福大学的神秘。那么，这些经济、政治上的风云人物究竟是如何在斯坦福学习的？斯坦福大学又究竟教给了他们什么呢？其实，答案很简单，除了书本上那些几乎可以通用的各学科知识外，斯坦福大学教给学生们最多的就是如何去经营自己的人生。的确，学会如何经营自己的人生，远远比学习固定的专业知识更为有益。在当今社会中，很多人都不懂得如何去经营和规划自己的人生。比如，很多年轻人从学校毕业以后，要么是因工作不顺心而待在家里不去工作，要么就是总想干出一番大事业，却不屑于从基层做起，还有的人更是不肯付出一点辛苦，干脆直接在家做起了“啃老族”。殊不知，这不仅会让自己成为家庭的负担，还会让自己变得高不成低不就，永远与成功无缘。除了这些不谙世事者，还有一类人虽然也在工作，表面上看起来十分努力，但总也摆脱不了“月光族”的命运，长时间没有一丁点存款，甚至还会欠下一大堆债。还有些自己创业的人，一年下来明明有不少利润，但支出和收入却总是出现不协调的状况。钱是赚回来了，但却不知道自己究竟花在了哪里。如今社会上，这样的人可以说占据了很大的比例，尤其是那些初入社会的青年。其实，很多人并不比别人缺少奋斗的勇气和追求美好人生的向往，而是不懂得如何去经营和规划自己的人生，所以他们才会像一只没头苍蝇一样，尽管做起事来十分卖力，但最后还是落得个一事无成。与社会上这些现象形成鲜明对比的，就是那些从斯坦福大学毕业的学生们。单就一部分人来说，他们在经过短短数年的拼搏之后，往往就能成就属于自己的一份事业，无论是从商还是从政。而更有很多的学生，他们在还没毕业时便开始了自己的创业之路。比如，史蒂夫·鲍尔默、杨致远等人。而在这些人当中，有些并没有参加过任何社会实践就直接步入了创业之路，并且通过努力创造出了大多数人都无法企及的成就。造成这一结果的根本原因，其实就是斯坦福大学与众不同的教育体制与方式。除了常规性的知识教育之外，从学生入学的第一天起，斯坦福大学就会根据每一位学生的自身情况，制定出一个充满个性化的教学方式，并为学生提供各种各样的资源和机会，以便使其能够更好地发挥出自己的潜能；同时，还会根据学生自己的兴趣爱好和未来的职业梦想，制定一些适合他们发展的专业课程和选修科目。在此基础上，斯坦福大学还特意成立了一个学生发展顾问团，他们会为每一位学生提供专业的个人未来职业发展规划。可以说，斯坦福大学所有的这些做法，其最终目的只有一个，那就是尽最大可能地帮助每一位

学生在上学之初便制定和规划好未来的人生应该如何走，如何才能走得更远。本书正是抱着教导读者如何把握住人生的每一次机遇、如何才能更好地为自己的人生制定一个完善的经营理念的目的，并结合毕业于斯坦福大学的18位学生的亲身经历，以期让广大有志于创业的朋友能够从他们身上清晰地看到，他们是在怎样的人生经营理念之下，从一个默默无闻的学生，成长为一名高居《福布斯》排行榜上的亿万富翁，或是政治人物。

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

杜丽斯·费舍尔所创立的盖普服装品牌，在世界服装领域内是一个永恒的传奇和神话。这位白手起家的创业者如今在《福布斯》排行榜上十分显眼，而她完全是靠自己的创业理念和经营法则取得成功的。

从杜丽斯的成功来看，一个白手起家的人要想成功，必须要有先于他人的眼光，能够发现事物产生的本质，主动地发现并解决问题。杜丽斯常说：“发现握手的秘密远比学会握手更为重要。”在她看来，发现握手的秘密等于找到了事物的本质所在，能够帮助自己从问题中找到更多的机会，并解决一些难以解决的问题；而学会握手仅仅是学会一种解决问题的固有模式，就好比是他人教你如何解决一样，十分被动，难以激发自身产生新想法，所以杜丽斯认为，在经营人生的道路上，发现握手的秘密往往更为重要。

20世纪80年代初期，盖普公司走上了比较成熟的发展道路，并且一步步发展壮大。到了20世纪90年代，盖普进入了迅猛发展的黄金时期。在这一阶段，杜丽斯用长远的眼光将服装领域扩展到了多个方面。当时盖普出现了“老海军”、“婴儿盖普”、“盖普儿童”等品牌，而且这些品牌一经推出，便立刻受到了海内外消费者的喜爱和推崇。从此，盖普集团名扬四海。

杜丽斯和丈夫原本准备将公司交给两个儿子来管理，然而商场上总是风云多变，很多事情都难以预料。20世纪90年代中后期，盖普面临着严重的挑战和竞争。20世纪90年代，全世界范围内掀起了一阵模仿和抄袭的狂风，时尚界首当其冲。当时，不光是在美国，就连海外也有大量的服装零售点开始模仿或者直接抄袭盖普的一些设计和产品。所以，在那时，人们在任何地区都能看见盖普的一些服装款式，这样致使盖普面临着极大的冲击和挑战。

在这种震荡的环境下，费舍尔夫妇只能再次迎上风口浪尖，齐心协力地想办法渡过难关。当杜丽斯正在思考该如何解决这些棘手的问题时，斯坦福大学给她寄来了新学年演讲邀请信。斯坦福大学是杜丽斯的母校，鉴于杜丽斯的创业是对新学子们的一个良好鼓励，于是邀请她去参加演讲。无巧不成书，杜丽斯就是从这件事情上找到了解决问题的新方法。她发现，在这个邀请信中，斯坦福运用了“握手”的标志来表达人们相互之间的信任和鼓励。她想，如果斯坦福大学不提出这个邀请，她是不会想到要去做演讲的，而这就是主动与被动的区别。所以，对消费者也更应如此，她认为，要主动尝试去与消费

者“握手”，而不是被动地等待消费者上前来握手。

于是，杜丽斯完全打开了思路。她制定了一个全新的市场营销方案，提出了“与消费者握手”的全新零售概念。而且，她主打“有趣购物”的思路，在广告中加入了大量好玩的元素，让消费者看到与盖普“握手”就会有优惠或得到更有趣、好玩的东西。再加上盖普在广告和网络方面的攻势，很快，盖普的生意就有了极大的好转。

这种营销战略不但让盖普迅速走出了低谷，还让其他的公司也纷纷效仿，解决了自身面临的销售问题。此外，杜丽斯的这个想法还被斯坦福商学院纳入其营销案例中，被评为当年最成功的营销案例，成为斯坦福学子们学习的对象。

[显示全部信息](#)

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)