



El canon del Management

Alfonso Durán-Pich

Fecha de publicación:

10/11/2010

Toda la historia del Management resumida en un libro imprescindible

Sello Editorial:

Deusto

Contacto de prensa

Nombre: Alba Ríos

Teléfono: 93 492 86 58

Email:

arioss@planeta.es

Nombre: María José Bertrán

Teléfono: 93 492 82 03

Email:

mjbertran@planeta.es

El **Management**, la ciencia y el arte de la administración y dirección de empresas, se ha construido a lo largo del tiempo a través de dos caminos paralelos, que en ocasiones han cruzado sus intereses. Por una parte, mediante un proceso de prueba y error, los ejecutivos han ido puliendo sus instrumentos de trabajo, en tanto que por otra, los estudiosos (profesores, consultores y analistas) han creado el *corpus teórico* que ha permitido validar la labor de los primeros.

Pero esto ha llevado tiempo, mucho tiempo, desde que a principios del siglo XX, **Frederick W. Taylor** y **Henri Fayol**, dos personalidades míticas, documentaran públicamente sus experiencias. Han transcurrido cien años desde esa etapa inicial, y un selecto grupo de autores han dejado su imborrable huella y han conseguido que el **Management** haya alcanzado su mayoría de edad.

Este libro, a caballo entre la historia económica, el análisis sociológico y la reflexión filosófica, describe la realidad del mundo empresarial y, por extensión, del mundo de las organizaciones. Y lo hace tomando como soporte aquellos libros y autores que podríamos considerar ya nuestros clásicos. Nada se escapa a este trabajo de investigación (uno de los escasos estudios publicados en el mundo sobre este tema), escrito con el rigor y espíritu crítico a que el autor nos tiene acostumbrados.

Como tantas veces repitió **Peter F. Drucker**, la organización empresarial ha sido el fenómeno de mayor impacto social del siglo XX, el que más ha afectado, y sigue afectando, a nuestras actitudes, conductas, valores y formas de vida. No podemos obviarla.

La crisis sistémica que ahora atravesamos, con sus efectos colaterales sobre la empresa, el empleo y el consumo, supone una ruptura epistemológica con las etapas precedentes. Pero para visualizar el futuro que deseamos hay que conocer en profundidad las bases de las que hemos partido. Este libro es una guía excelente para este cometido.

De lectura obligada para cualquier persona ligada directa o indirectamente al mundo de las organizaciones. Un libro de referencia que acabará siendo un clásico.

Los libros de Management analizados:

The Principles of Scientific Management, **Frederick W. Taylor**
Administration Industrielle et Générale, **Henri Fayol**
How to Win Friends & Influence People, **Dale Carnegie**
The Functions of the Executive, **Chester I. Barnard**
The Practice of Management, **Peter F. Drucker**
Motivation and Personality, **Abraham H. Maslow**
The Organization Man, **William H. Whyte**
Personality and Organization, **Chris Argyris**
Organizations, **James G. March & Herbert A. Simon**
The Motivation to Work, **Frederick Herzberg**
The Human Side of Enterprise, **Douglas McGregor**
Strategy and Structure, **Alfred D. Chandler Jr.**
Innovation in Marketing, **Theodore Levitt**
My Years with General Motors, **Alfred P. Sloan Jr.**
Corporate Strategy, **H. Igor Ansoff**
The Effective Executive, **Peter F. Drucker**
The Will to Manage, **Marvin Bower**
Marketing Management, **Philip Kotler**
Up the Organization, **Robert C. Townsend**
The Limits to Growth, **Dennis L. Meadows & Others**
The Nature of Managerial Work, **Henry Mintzberg**
Small is Beautiful, **Ernst Friedrich Schumacher**
Toyota Production System, **Taiichi Ohno**
Competitive Strategy, **Michael E. Porter**
The Art of Japanese Management, **Richard Tanner Pascale**
In Search of Excellence, **Thomas J. Peters & Robert H. Waterman Jr.**
The Mind of the Strategist, **Kenichi Ohmae**
Out of the Crisis, **W. Edwards Deming**
The Change Masters, **Rosabeth Moss Kanter**
Managing, **Harold S. Geneen**
The Logic of Business Strategy, **Bruce D. Henderson**

image not found or type unknown



Alfonso Durán-Pich

Alfonso Durán-Pich es, por encima de todo, un manager profesional, aunque a lo largo de su vida ha seguido todas las opciones que ofrece el mundo empresarial: emprendedor, alto directivo, consultor y profesor de escuela de negocios. Y en cada una de ellas ha dejado su heterodoxa impronta.

Su sólida formación académica ha fundamentado su praxis empresarial. Es licenciado en Sociología por la Universidad de Deusto, licenciado en Psicología por la Universidad de Barcelona, diplomado en Administración de Empresas (SEP) por la Stanford Business School y tiene un master en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la UOC.

Es miembro de la American Marketing Association, de la Academy of Management, de la Conway Hall Ethical Society y de la Skeptics Society. Durante catorce años fue profesor de Marketing en Esade.

Entre su amplia obra publicada, destacan *El oligarca camuflado* (Navona), *El canon del Management* (Deusto) y *La empresa, un striptease* (Gestión 2000).