

<<管理学原理>>

图书基本信息

书名：<<管理学原理>>

13位ISBN编号：9787302227069

10位ISBN编号：7302227063

出版时间：2010-6

出版时间：清华大学出版社

作者：赵丽艳，林冬辉 主编，褚英敏，臧有良 副主编

页数：371

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

## 前言

《管理学原理》是根据教育部关于高等院校应用型人才培养目标的指导思想编写的21世纪普通高等院校实用规划教材，自2007年7月第一版发行以来，受到了全国广大读者的好评。

由于其体例新颖、内容丰富，简洁适用，许多高校将其列为使用教材，有些省份将其作为经济管理类资格考试的参考用书，获得了充分肯定。

管理学的产生对人类社会的影响是史无前例的。

当今社会，管理已成为全社会普遍关注的问题，大到国家、政府，小到家庭、个人，无不需要有效的管理。

市场经济条件下的社会发展和组织运行更是一刻也离不开管理，因此可以说管理已渗透到社会生活的每一个角落。

随着我国高等教育与社会主义市场经济的全面对接，各高校经济管理类专业都将《管理学》或《管理学原理》作为专业核心必修课。

现在许多高校都以应用型人才作为培养目标，应用型人才的培养更注重理论与实践的结合，因此编写一本适合应用型人才培养的既注重基础知识的掌握又注重实践性的教材是我们一直追求的目标。

管理学是一门实践性很强的学科。

本书的编写者都是长期从事《管理学》课程教学一线的教师，具有比较丰富的理论和实践经验。

但与此同时，编写者在教学过程中也存在着不同程度的困惑，感到选择适合于社会经历很少的本科生的应用型教材比较困难。

对于本科生来讲，既需要掌握一定的基础理论知识，还需要有较强的实践能力。

正是基于这些原因，从2006年开始，在清华大学出版社的大力支持下，我们开始组织《管理学原理》的编写工作，由山西大学商务学院、哈尔滨商业大学德强商务学院和河北经贸大学旅游学院共同合作，于2007年7月完成了第一版的编写工作并出版。

## <<管理学原理>>

### 内容概要

本书博采众长，吸收了国内外管理领域的先进研究成果和成熟经验，系统地阐述了管理的基本规律和一般方法。

本书共分五篇十三章，包括管理、管理者与管理学，管理理论的形成与发展，计划职能与计划，目标与目标管理，决策，组织设计，权力的配置，人员配备，领导，沟通，激励，控制基础，控制技术和方法等内容。

每章正文前列有学习要点及目标、关键概念和引导案例，正文中穿插有关案例，章末有本章小结、自测题、案例分析和阅读资料，有利于培养和提高学习者的管理素质和管理技能。

本书的特色是体例创新、内容适用、实践性强，可作为高等学校管理类、经济类专业和其他专业管理学课程教材，亦可供自学者和实际工作者参考阅读。

## &lt;&lt;管理学原理&gt;&gt;

## 书籍目录

|             |                |               |                |            |            |              |          |
|-------------|----------------|---------------|----------------|------------|------------|--------------|----------|
| 目录第一篇 管理学基础 | 第一章 管理、管理者与管理学 | 第一节 组织与管理     | 一、组织的概念        | 二、管理的概念    | 三、管理的职能    | 四、管理的环境      | 五、管理的性质  |
|             | 第二节 管理者        | 一、管理者的概念      | 二、管理者的类型       | 三、管理者的角色   |            |              |          |
|             | 四、管理者的素质       | 第三节 管理学       | 一、管理学及其特点      | 二、管理学的研究内容 |            |              |          |
|             | 三、学习管理学的重要性    | 四、学习和研究管理学的方法 | 案例分析           | 阅读资料       | 本章小结       | 自测题          |          |
|             | 第二章 管理理论的形成与发展 | 第一节 早期的管理思想   | 一、中外早期的管理实践和思想 | 二、管理理论的萌芽  | 第二节 古典管理理论 | 一、科学管理理论     |          |
|             | 二、行政组织理论       | 第三节 行为科学理论    | 一、霍桑试验与人际关系学说  | 二、行为科学的发展  | 第四节 现代管理理论 | 一、社会系统理论     | 二、决策理论   |
|             | 三、系统管理理论       | 四、社会技术系统理论    | 五、管理科学理论       | 六、经验主义理论   | 七、权变理论     | 第五节 管理理论的新发展 | 一、战略管理理论 |
|             | 二、全面质量管理       | 三、精益管理思想      | 四、企业再造         | 五、学习型组织    | 案例分析       | 阅读资料         | 本章小结     |
|             | 自测题            | 第二篇 计划职能      | 第三篇 组织职能       | 第四篇 领导职能   | 第五篇 控制职能   | 参考文献         |          |

## &lt;&lt;管理学原理&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：参谋职权是参谋人员和参谋部门所拥有的辅助性职权，包括提供咨询、建议等。

在组织权力关系中，直线权力是主导的，参谋职权是从属的，因为在组织职务结构中，直线人员是管理者，参谋人员是从属于管理者的，他们是管理者的助手和参谋。

另外，纵向职权关系是单轨道的，不是双轨道的。

就是说，上级管理者有指挥下一级管理者的权力，而上级参谋人员却无权命令下级管理者。

参谋的种类有个人与专业之分。

前者即参谋人员或个人参谋。

参谋人员是直线人员的咨询人，他协助直线人员执行职责。

例如，经理助理，是经理个人的助理，是个人参谋，他没有专门的职权可行使，他的权力是经理授予他完成某些工作的权力，没有决策权和下命令的权力：在审计、法律等方面提供专业性建议或服务的参谋人员等。

专业参谋，常为一个单独的组织或部门，就是一般所说的“智囊团”或顾问班子。

专业参谋部门的出现，是时代发展的产物，它聚合了一些专家，运用集体智慧，协助直线主管进行工作。

直线与参谋是两类不同的职权关系。

直线关系本质上是指令和命令的关系，直线人员所拥有的是一种决策和行动的权力；而参谋关系则是一种服务和协助的关系，授予参谋人员的只是思考、筹划和建议的权力。

区别直线与参谋是按职权关系而不是由部门活动来表示的。

例如，人们可以把主要为最高层管理者提出建议的公共关系部看做是参谋部门，可是在这个部门内仍然有直线关系，公共关系部主任对于其下属来说则具有直线职权。

与此相反，负责生产的副总裁，领导的生产部门是直线部门，其工作主要不是向总裁提出建议。

然而，如果这位副总裁就整个公司的生产政策向总裁提出建议，这种关系就成为参谋关系了。

区分直线与参谋的另一个标准是分析不同管理部门和管理人员在组织目标实现中的作用。

人们把那些对组织目标的实现负有直接责任的部门称为直线机构，而把那些协助直线人员工作而设置的，辅助于组织基本目标实现的部门称为参谋机构。

根据这个标准，制造业企业中致力于生产或销售产品和劳务的部门就是直线机构，而采购、人事、会计等部门则被列为参谋机构。

<<管理学原理>>

编辑推荐

《管理学原理》：先进性与基础性相统一教材建设与教学改革相统一综合性与针对性相统一案例导入教学案例分析与阅读资料开阔视野

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>