

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787308079068

10位ISBN编号：7308079066

出版时间：2010-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：金桂生，宋永高，彭学兵 编著

页数：257

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

自20世纪80年代初以来,为适应我国社会经济的快速发展,我国大多数高校都开设了经管类本科专业,管理学的教学和研究得到空前发展,各种版本的管理学教材层出不穷。这一方面给管理学的教学和研究带来便利,但另一方面也带来困惑:面对如此多的管理学教材,要选择一本真正适合培养应用型人才目标的教材却很难。

《管理学》是我们迈进管理知识殿堂所接触到的第一门课程,具有很强的应用性、实践性。通过该门课程的学习,不仅要求学生掌握管理学的基本理论,更要培养学生应用管理学基本理论分析和解决现实管理中各类实际问题的能力,这也是用人单位对大学毕业生的基本要求。但是,长期以来我们所采取的是一种“经院式”的教学方式,对于一些初入管理知识殿堂、缺乏管理事务经验的学生来说,枯燥的管理学教材,不仅影响了学生的学习兴趣,而且不利于学生们真正理解和掌握和管理学的理论与方法。

在日常管理学教学中,我们始终牢记管理大师德鲁克的名言:“管理是一种实践,其本质不在于‘知’而在于‘行’;其验证不在于逻辑,在于成果。”

为了实现应用型人才的培养目标,在教学方法和教学内容上,我们不断地进行探索和改革,但管理学的性质决定了其实践不可能像理工科专业课程那样进行实验。

本书通过在各章节中设立“引导案例”、“管理小故事”、“管理小案例”等形式,力图在管理理论与管理实践之间架设起桥梁。

另外,本书每章的开头都有学习目标、本章的重点和难点,每章后面都有小结和练习思考题,以帮助学生真正掌握管理理论和方法,提高解决实际管理问题的能力。

本书由浙江理工大学经管学院和科艺学院老师共同编写完成,具体分工如下:第一、二章由金桂生副教授编写,第三章由曹正教授编写,第四、五章由宋永高教授编写,第六章由李志平副教授编写,第七、十二章由彭学兵编写,第八章由胡征月副教授编写,第九章由陈丽清副教授编写,第十章由张宏副教授编写,第十一章由方齐副教授编写。

全书由金桂生副教授策划统稿,并对其他作者编写的内容作了部分修改。

本书的出版首先要感谢浙江理工大学“精品课程”建设项目的资助,它也是该项目的成果之一;同时也要感谢浙江大学出版社朱玲编辑的帮助与指导。

本书在编著过程中参考和引用了许多国内外的文献,从而进一步丰富了本书的内容。

在此,谨向他们表示真诚的谢意!

书中不妥之处在所难免,殷切期望读者提出宝贵意见!

内容概要

管理学是系统研究组织管理活动的基本规律和一般方法的科学。

管理学是适应现代化大生产的需要产生的，它的目的是研究在现有的条件下，如何通过合理地组织和配置人、财、物等资源，提高生产效率。

管理学是一门综合性的交叉学科。

本书按照计划、组织、领导、控制和创新五大管理职能，对管理学各方面内容都进行了简洁、明了的阐述，全书共分为两部分：第一部分为管理理论，包括第一章至第四章的内容；第二部分为管理实践，包括第五章至第十二章的内容。

第二部分之所以称为“管理实践”，是因为本书在编写过程中十分强调并力图体现管理的实践性。这也是本书的特色之一。

本书是一部为经管类专业以及有志于经管类专业课程学习的其他专业学生编写的教材，同时也适用于组织中各级管理人员的培训教材及学习参考资料。

<<管理学>>

书籍目录

第一部分	管理理论	第一章	管理与管理学	第一节	管理的含义及其作用	第二节	管理的
	基本职能	第三节	管理者	第四节	管理学的特点及其研究方法	本章小结	练习思
	考题	第二章	西方管理理论的演化与发展	第一节	西方早期的管理思想	第二节	古典管理
	理论	第三节	行为科学管理理论	第四节	现代管理思想	第五节	管理理论发展趋势
	本章小结	练习思考题	第三章	管理道德与社会责任	第一节	管理道德概述	第二节
	影响管理者道德的因素	第三节	提升管理道德水准	第四节	企业社会责任	本章小结	
	练习思考题	第四章	管理与环境	第一节	管理环境的构成	第二节	管理的外部环境
	第三节	组织文化	第四节	环境面前：管理者的态度	本章小结	练习思考题	第二
部分	管理实践	第五章	计划	第一节	计划概述	第二节	使命和目标
	订的原则和方法	第四节	计划制订和审核的过程	第五节	计划方法	本章小结	练
	习思考题	第六章	决策理论	第一节	决策概述	第二节	决策程序
	本章小节	练习思考题	第七章	组织	第一节	组织工作概述	第二节
	计	第三节	组织变革	本章小结	练习思考题	第八章	领导
	第一节	沟通概述	第二节	自我沟通	第三节	人际沟通	第四节
	练习思考题	第十章	激励	第一节	激励概述	第二节	激励理论
	方法与艺术	本章小结	练习思考题	第十一章	控制	第一节	控制的基本原理
	第二节	控制的基本类型	第三节	控制的具体方法	本章小结	练习思考题	第十二章
	管理创新	第一节	管理创新的含义与必要性	第二节	管理创新的过程	第三节	管理创新
	的实施	本章小结	练习思考题	参考文献			

章节摘录

仔细观察这些著名公司使命表述，我们发现这些公司并没有说要成为某一个行业的第一或国际性的大公司，也没有把自己说成是一个公司，而更像是一个社会性、公益性的组织，是一个提升人类幸福、快乐、生活品质的组织。

经过30多年的改革开放，中国企业在快速成长，越来越多的中国企业开始重视自己的使命。

表5-4中提到的阿里巴巴、联想、中国移动就是其中的代表。

但多数企业还没有自己的使命，即使已有的很多企业，其使命也存在严重的错位，主要表现在如下几个方面：“崇高型”公司使命，这往往与一些伟大的社会责任纠缠在一起，有一种“天降大任于斯人”式的崇高感，仿佛公司就是为了完成某一项遥远的社会使命或实现某一个“国家目标”——如成为中国第一个跨国品牌——而存在的。

“借口型”或“口号型”的公司使命，它常常是为了“捍卫或振兴民族工业”（迄今很多中国家电企业以此为自己的使命），为了“争当中国第一纳税人”（山东某集团的公司使命），为了“让国人寿命延长10年”（沈阳某保健品公司的公司使命），或为了探索某一些体制上的创新（它常常出现在那些率先闯入垄断性行业的新兴公司的使命陈述中），这些冠冕堂皇或遥不可及的使命感似乎能够让企业在经营中天然地带上某种光环，甚至成为获取某些利益的最好理由。

“宽敞型”公司使命，它很难体现专业化的执著，从使命表述中，你基本上搞不清楚它到底专注于哪一个领域，它在哪一方面拥有自己独特的优势，它期望在哪一部分成为该行业甚至全球的领先者。

从某种意义上讲，一个组织的存在价值在于对社会的意义。

伟大的公司通常有伟大而崇高的使命。

不过使命通常比较抽象，不够具体，而大部分人并没有那么睿智，没有充分的理解能力。

为了让组织使命在实际管理中得到体现和贯彻，就必须把使命变成更加具体的可操作性目标。

那么，究竟什么是目标呢？

组织的目标是指一个组织在未来一定时间内要达到的具体指标的数值。

比如，公司希望在未来三年实现10%的销售增长率；在未来五年内，成为“世界500强企业”等。

这里的目标指标分别是销售增长率和世界最大公司排名。

目标通常是组织在特定时期内，在综合考虑组织内部条件和外部环境的基础上，希望在履行使命上能够达到的程度、完成的任务和取得的具体的成效。

组织目标和组织使命有明显不同：目标是具体、清楚、量化和可考核的；而使命体现了一个组织的追求，是一个长期的，甚至永恒的指导性意义，可能永远都无法实现。

比如，默克公司保存和改善生命事业的使命，就是一个永远没有止境的追求，而目标则是通过努力可以实现的，比如在规定的时间内（两年内）推出一个改善人类生命的药物。

编辑推荐

在日常管理学教学中，我们始终牢牢记住管理大师德鲁克的名言：“管理是一种实践，其本质不在于‘知’而在于‘行’；其验证不在于逻辑，在于成果。”

为了实现应用型人才的培养目标，在教学方法和教学内容上，我们不断地进行探索和改革，但管理学的性质决定了其实践不可能像理工科专业课程那样进行实验。

《管理学：理论与实践》通过在各章节中设立“引导案例”、“管理小故事”、“管理小案例”等形式，力图在管理理论与管理实践之间架设起桥梁。

另外，《管理学：理论与实践》每章的开头都有学习目标、本章的重点和难点，每章后面都有小结和练习思考题，以帮助学生真正掌握管理理论和方法，提高解决实际管理问题的能力。

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>