

<<管理学英语>>

图书基本信息

书名：<<管理学英语>>

13位ISBN编号：9787310024841

10位ISBN编号：7310024842

出版时间：2006-3

出版时间：南开大学出版社

作者：韩经纶

页数：181

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>

<<管理学英语>>

内容概要

基于上述几种考虑,作者根据本人多年来从事管理学、国际企业管理、国际营销与国际贸易,特别是从事有关经济管理英语和商务英语教学与研究的经验,与外国友人长期交流并亲身参与涉外经贸活动的实践以及多次出国研修、访问与讲学的切身体会,又编写了这本《管理学英语一口语与听力训练(Contemporary Management English-Skill Training for Spoken English Aural Comprehension)》,以适应改革开放和“后入世”时期发展的新形势和广大师生以及各方有关人士提高管理专业英语听、说能力的需要。

本教材是在广泛查阅、系统搜集与整理西方管理名著、标志性教材、有影响力的报纸、核心期刊的典型文章的基础上,经过精选、加工和编辑而成。

其特点为: (1) 内容精炼,有代表性。

不仅涵盖了管理学的主要内容,同时还反映了管理学的最新发展动向。

(2) 体裁新颖,英语地道。

本书将规范的语言以会话的形式表达出来,便于读者记忆和模仿。

此外,还特意聘请了外国专家为本书录制了磁带,以供读者领略和享受地道英语语言、语调的美妙之处。

(3) 全书结构合理,融学术性、专业性、实用性于一册。

全书由30课组成,包括了管理学的主要内容以及实际管理活动的各主要环节和情景。

每一课由一段对话、常用词语、句型练习、听力材料和各种对话练习构成。

凡具备初步基础英语水平者都可以读懂和学好本书。

作者简介

韩经纶教授，现任南开大学教授、博士生导师。

专业方向：企业管理；专业特长：国际企业管理、国际营销与贸易、服务管理与营销、管理专业英语和商务英语。

现为南开大学管理学科学术带头人；并兼任天津市学位委员会学科评议组成员、天津市哲学社会科学“十五”规划学科组成员、中国加拿大研究会会长、南开大学学术委员会委员、商学院学术委员会副主任、商学院国际交流委员会主任、南开加拿大研究中心主任、欧洲国际市场学会会员、美国哥伦比亚大学客座教授、（富布赖特学者）吉林大学等高校兼职教授并担任芬兰、中国多家企业的顾问。

近年来，先后共承担并完成国家、省、部、市级研究项目18项，在国内外共发表专（译）著、词书、教材等29部，论文100余篇，总计8加余万字。

代表作有：《最新国际企业管理》、《管理学》、《知识管理》、《组织行为学导论》、《国际贸易基础理论与实务》、《全球商战大观——一场不流血的世纪之战》、《服务营销——企业竞争的新战场》、《服务管理与营销》、《现代管理学与经济学英语》、《管理学英语基础教程》等。

代表性论文：“领导企业变革与营造企业竞争力初探”、“中国投资环境刍议”、“美国贸易现状及其APEC战略研究”、“国际企业管理变革的八大趋势”、“顾客满意与顾客忠诚互动关系研究”等。

曾先后多次赴美国、加拿大、巴基斯坦、芬兰、瑞典、丹麦、爱尔兰、法国、比利时、卢森堡、荷兰、日本、韩国、马来西亚、越南以及香港特区和台湾地区访问与讲学。

此外，还经常为来华投资、经商的企业家和来访的外国专家、学者及留学生讲课、作报告。

其业绩已载入《天津市当代专家名人录》和《中国当代专家名人录》；并被推荐为国家级软科学专家和国家留学基金委评委。

享受政府特殊津贴。

书籍目录

LESSON ONE A Dialogue between a New Management Trainee and a Receptionist
LESSON TWO The First Assignment
LESSON THREE Definition of "Management"
LESSON FOUR Functions of Manufacturing Director
LESSON FIVE A Tour of the Factory
LESSON SIX The Organization of the Factory (I)
LESSON SEVEN The Organization of the Factory (II)
LESSON EIGHT A Work Study Survey
LESSON NINE Lunch in Canteen
LESSON TEN The Personnel Manager
LESSON ELEVEN Some Aspects of Selling and Marketing
LESSON TWELVE Some Explanation about Product Evaluation and Break-even Point
LESSON THIRTEEN Cost-effectiveness in Business
LESSON FOURTEEN In the Accounts Department (I)
LESSON FIFTEEN In the Accounts Department (II)
LESSON SIXTEEN The Role of Advertising , Public Relations and "Image"
LESSON SEVENTEEN The Role of Innovations in Business Activities
LESSON EIGHTEEN Model for the Communication Process
LESSON NINETEEN Factors Affecting Communication
LESSON TWENTY Levels of Communication in an Organization
LESSON TWENTY-ONE Does Management Have a Social Responsibility?
LESSON TWENTY-TWO Degrees of Social Responsibility
LESSON TWENTY-THREE Reasons for Entering International Markets
LESSON TWENTY-FOUR Types of International Business
LESSON TWENTY-FIVE Problems Associated with International Business
LESSON TWENTY-SIX Intellectual Capital
LESSON TWENTY-SEVEN Why Reengineer Management?
LESSON TWENTY-EIGHT Service Management
LESSON TWENTY-NINE Managing Change in an Organization
LESSON THIRTY Develop Knowledge Activists

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>