

<<管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础>>

13位ISBN编号：9787542911483

10位ISBN编号：7542911481

出版时间：2004-2

出版时间：立信会计出版社

作者：顾智敏

页数：312

字数：245000

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>

<<管理学基础>>

内容概要

顾智敏，阮来民主编的《管理学基础》为“高等院校经济管理系列教材”中的一本。全书共分十章，主要内容包括：现代管理的基本理念、决策、计划、领导、控制、绩效评估、管理伦理和社会责任等。
本教材可以供高等学校或成人教育的专科、本科学生使用。

<<管理学基础>>

书籍目录

第一章 管理和管理学

第一节 管理的内涵

第二节 管理的重要性

第三节 管理学研究对象及其特点

案例 哈脱电子公司

第二章 管理科学的发展

第一节 传统管理思想

第二节 古典管理理论

第三节 行为科学管理理论

第四节 现代管理理论

第五节 管理理论的新思潮

案例 学习型组织的神话——Rover

第三章 现代管理的基本理念

第一节 管理的系统观

第二节 以人为本的管理

第三节 管理的变革和创新

案例 艾森在美国产物保险公司做得成吗？

第四章 决策

第一节 决策的涵义和作用

第二节 如何进行决策

第三节 不同决策类型的用途

第四节 几种常用的决策方法

案例 长江三峡工程的决策

第五章 计划

第一节 计划的基本概念

第二节 计划工作的程序和方法

第三节 目标和目标管理

第四节 战略管理

案例 康佳的低成本战略

第六章 组织

第一节 组织体系

第二节 组织设计

第三节 组织整合

第四节 组织变革

案例 鸿远公司的组织结构

第七章 领导

第一节 领导的涵义

第二节 领导特质理论

第三节 激励理论

第四节 领导方式

案例 张瑞敏的“斜坡球体理论”——压力激励

第八章 控制

第一节 控制的内容和作用

第二节 一般控制和有效控制

<<管理学基础>>

第三节 三种基本的控制类型

第四节 控制的方法

案例 普特南姆公司

第九章 绩效评估

第一节 绩效与绩效评估

第二节 组织绩效测评

第三节 员工绩效考评

案例 某生产主管的绩效考评工作

第十章 管理伦理和社会责任

第一节 管理伦理的涵义

第二节 企业的社会责任

第三节 伦理制度和伦理领导

案例 我们呼吸的空气

后记

章节摘录

版权页：插图：随着时代的前进，以信息技术为代表的新技术革命引发了一场人类社会前所未有的社会、文化、环境等诸方面的深刻变革，这些变革也影响了现代企业管理，使管理理论出现了新的思潮。

一、学习型组织学说“学习型组织”说，是美国麻省理工学院的一群学者和一些企业家合作研究后所提出的一种管理理论。

他们研究成果的结晶，体现在彼得·圣吉写的《第五项修炼——学习型组织的艺术与实务》这部巨著之中。

该书于1992年获得世界商业学会的最高荣誉开拓奖，该书的作者也于同年被美国商业周刊推崇为当代最杰出的新管理大师之一。

其主要内容有：1.最有竞争力的公司是学习型组织。

任何公司都是一个组织。

传统公司是权威控制型组织，但是20世纪90年代以来最成功的公司是学习型组织。

如今世界，纷繁复杂，企业不能再只靠领导者“一夫当关”运筹帷幄来统帅全局，企业唯一持久的竞争优势源于比竞争对手学得更快更好的能力，未来真正出色的企业，将是能够设法使各阶层人员全心投入，并有能力不断学习的组织。

2.塑造学习型组织需要创新。

彼得·圣吉认为：发明与创新是有区别的。

一个新构思，在实践或实验中被证实，这是发明；新构思以适当的规模推广开来，变得实用，带来经济和社会效益，才是创新。

他指出，学习型组织已经被发明出来，但还没有达到创新的地步。

因此，为了能把一个公司变成学习型组织，就必须进行创新，使每个公司提高自己的学习能力，发展自己创造未来的潜能。

媒体关注与评论

书评21世纪是知识经济的时代，信息、网络技术的高速发展，加速了社会经济变化的频率，也加剧了市场经济条件下的竞争。

经济竞争的本质内涵是人才的竞争。

面对变动迅速的社会经济与政治，中国急需一大批拥有广博的基础知识，了解市场经济规律，熟悉其运行规则，掌握管理技能，具有创新意识和开拓精神的经济管理人才。

管理理论诞生以来，人才不仅可以在社会各项实践中成长，也可以通过系统培养、有针对性的培训催生，已成为人们的共识。

因此，设计一套既能反映新世纪社会经济政治变化的特征、又能切合莘莘学子基础的通俗易懂的经济管理类教材，便是高等学校面临的急迫课题。

正是在这一背景下，我们编撰了这套经济管理系列教材。

这套教材的宗旨，是尝试通过基本而清晰的理论线索，反映经济管理类有关学科的变化动态和新的概念与原理，使学生能够较轻松地掌握基础理论和一般操作技能。

本套教材重在清晰、准确、活泼地描述企业管理、市场营销、投资学、金融学和财务管理等方面的基本概念及操作技能，辅之以相关的案例分析，试图从理论和实际运用相结合的层面，注重培养学生的实际分析能力。

这套教材可以供高等学校或成人教育的专科、本科学生使用。

<<管理学基础>>

编辑推荐

书是精神产品，自然应该是精神探索的产物。
人的精神探索，总以内蕴的某些追求作为动力和支撑的。
呈现在读者面前的具象的书，不过是内蕴着追求的外化显现。
不可否认，写作不同的书，内蕴追求的自由度是不一样的。
不必说文学艺术门类，哪怕是建构理论体系和范式的学术著作，作者伸展思绪的空间也有相当的广度。
相对而言，教科书如《管理学基础》，受到的制约因素就大些多些。
教科书也可展开作者的精神遨游，但规约作者的对象客体力量也更强。
基于对客体力量特点的认识，本书因此有了“三适”的努力。
一是适量，即收的章节构架、篇幅容量，要切合高校对本课程教学的课时投放量，并为教师上课留出发挥的空间，为学生课外自习拓展相关知识留下余地；二是适合，即适合管理学的特性和学生的特点。
三是适应，即适应管理学学科的当代发展趋向。
从一本教材看，它的篇幅总有限度。
以有限的篇幅把握近乎无限的内容，编写者肯定有取有舍存弃。
本书处理这一关系的思路，是尽可能兼及系统性和当代性，既力求体现管理理论的系统性，又努力展示学科发展的最新收获。
以上“三适”的意图预设，其实也是说教科书要尽可能符合教学特性和学科特性。

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>