

<<管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础>>

13位ISBN编号：9787040147407

10位ISBN编号：7040147408

出版时间：2004-7

出版时间：高等教育出版社

作者：单凤儒

页数：241

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>>

前言

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育），是高职高专国家级精品课管理学基础的配套教材，是教育部高职高专规划教材《管理学基础》的修订本。

本书适于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校开设管理课程的专业使用，特别适于作为工商管理、市场营销、旅游与饭店管理等管理专业的专业骨干课教材，也可供五年制高职、中等职业学校学生及社会人士参考使用。

·教材目标定位教材的编写必须服务于人才培养目标。

在总结教学改革经验和实际调研的基础上，针对高职高专培养“银领”（即高级技能型应用人才）的目标和管理学课程实践性强的特点，本书的目标定位为：服务于培养基层管理岗位的综合管理技能与素质。

这既区别于本科管理学教材服务于培养中高级管理者的目标，又区别于高职管理专业其他职能管理课程（如生产管理、营销管理、技术管理、财务管理、人力资源管理）教材的培养目标，并与这些职能管理课程相衔接。

·教材内容体系本书以培养基层管理岗位的综合管理技能为主线，建立“124”教材内容体系。

即“一条主线”：以培养基层管理岗位综合管理技能为主线；“两大基础”：使学生掌握两大基础，一是管理系统的基础知识，二是管理思想与理念；“四大关键能力”：按照基层管理者进行综合管理的需要，重点培养学生的四大关键能力，即计划与决策的能力、组织与人事的能力、领导与沟通的能力和控制在信息处理的能力。

按照这一体系，本书设计“6+1”章结构：第一章为管理系统；第二章为管理思想；第三至第六章为管理职能——计划、组织、领导、控制。

第七章为补充部分，为适应企业管理类专业需要，加进企业管理与改革的内容；为适应非企业管理专业需要，加进生产经营等职能管理内容（企业管理专业可不讲这部分）。

·教材编写特点（1）以培养社会需要的高技能型人才为导向。

教材是为课程服务的，课程是为人才培养目标服务的。

本教材建立在高职高专培养“银领”（即高级技能型应用人才）的办学理念基础上，从编写指导思想，到内容选择、体系设计、编写模式，都以服务于培养基层管理岗位的综合管理技能与素质为出发点和归属，努力打造充分体现高职特色的实用教材。

<<管理学基础>>

内容概要

《管理学基础（高职高专教育）》是普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育），是高职高专国家级精品课管理学基础的配套教材，是教育部高职高专规划教材《管理学基础》的修订本。

《管理学基础（高职高专教育）》以培养基层管理岗位的综合管理技能为主线，建立“124”教材内容体系。

《管理学基础（高职高专教育）》设计“6+1”章结构：第一章为管理系统；第二章为管理思想；第三至第六章为管理职能——计划、组织、领导、控制。

第七章为补充部分，为适应企业管理类专业需要，加进企业管理与改革的内容；为适应非企业管理专业需要，加进生产经营等职能管理内容（企业管理专业可不讲这部分）。

《管理学基础（高职高专教育）》的编写具有以下特点：1以培养社会需要的高技能型人才为导向。2注重内容的实用与更新。

一方面，从基层管理岗位的实际需要出发，最大限度地减少基层岗位不直接应用的理论知识，而尽可能地增加应用知识与技能的内容；另一方面，加大更新的力度，将管理的最新理论与知识引入书中。

3编写形式的创新与完善。

《管理学基础（高职高专教育）》建立了“栏目式”教材编写模式，安排了[学习目标]、[走进管理]、[重点内容网络图]、[复习思考题]、[案例分析]、[实践与训练]等栏目，力求探索一种集讲、读、研、练于一体的新型教材模式，以尽可能适应教师精讲、学生多练、“能力本位”的新型教学方式的需要。

《管理学基础（高职高专教育）》可供高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院和民办高校开设管理课程的专业使用，特别适于作为工商管理、市场营销、旅游与饭店管理等管理专业的专业骨干课教材，同时也可供五年制高职、中等职业学校学生和社会人士使用。

<<管理学基础>>

书籍目录

第一章 管理系统第一节 管理与管理系统第二节 管理主体——管理者第三节 管理客体——管理对象与管理环境第四节 管理媒介——管理机制与管理方法第二章 管理思想第一节 近代管理理论第二节 现代管理理论第三节 中国管理思想的演进第四节 组织文化第三章 计划第一节 环境分析与问题界定第二节 创新与运筹第三节 决策第四节 计划职能实务第四章 组织第一节 组织结构设计第二节 职权配置与规范设计第三节 人力资源管理第四节 人员组合与团队建设第五章 领导第一节 领导理论与领导方式第二节 权力与指挥第三节 激励第四节 沟通第六章 控制第一节 控制机制与控制要领第二节 控制的过程第三节 控制方法与技术第四节 控制的现代化方法第五节 管理信息系统第七章 企业管理与改革第一节 企业概述第二节 企业制度与改革第三节 企业市场营销第四节 企业生产管理第五节 企业财务管理与绩效评价参考文献作者简介

<<管理学基础>>

章节摘录

插图：· 授权赋能是社群控制的必要条件。

实行社群控制，就必须充分信任员工，对员工进行授权赋能，给予员工必要的决策权，相信他们会从组织的利益出发处理问题。

在价值指导的框架中，激励员工培养和运用判断能力，自主地、负责地、灵活地开展工作。

诺德斯特姆是一家服装零售企业。

公司给每个员工的不是厚厚的写满公司政策的手册，而是一本5×8英寸长的卡片，上面写道：“无论在什么情况下，都需要良好的判断力，除此之外没有其他规则。

”授权组织的焦点是满足客户的需要而不是取悦于老板。

错误被看成是处理变化的、不确定事件时不可避免的副产品，是学习机会，是可以容忍的。

· 建立自我指导型团队。

在社群控制的体系下，不再倚重传统的控制手段，如监督、检查、干预，取而代之的则是自我指导型的团队。

即在组织内，重建激励机制，强化责任感和团队精神，实行建立在相互尊蘑、高度自觉基础上的自我控制。

· 实行实时控制。

由于社群控制是一种充分授权与高度自觉的控制，每个成员都能独立自主地、随时处理各类问题，因此，完全可以实行真正的实时控制，保证在任何时候、任何情况下都处于有效控制之中。

社群控制对于解决紧急而复杂的经营管理问题，具有得天独厚的优势。

目标管理目标管理（MBO），是美国管理学者彼得·德鲁克于1954年首先提出来的，现已被世界各国广泛应用。

目标管理既是一种计划方法，更是一种控制手段。

目标管理的概念· 目标管理的含义。

所谓目标管理，是以制定和实现目标为中心的，被管理者自主控制达标过程，管理者实行最终成果控制的一种现代管理思想与管理方法。

<<管理学基础>>

编辑推荐

《管理学基础(高职高专教育)》是普通高等教育十五国家级规划教材之一。

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>