

<<管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础>>

13位ISBN编号：9787111260448

10位ISBN编号：7111260449

出版时间：2011-4

出版时间：机械工业出版社

作者：王龙

页数：350

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

任何组织，小至企业，大至国家，都需要管理活动。管理活动的重要性伴随着组织规模的扩大和作业活动的复杂化而日益明显。当今，人们把先进的管理和先进的科学技术比喻成推动现代社会经济发展的“两个轮子”。如果没有先进的科学技术，现代化的作业活动乃至管理活动就无法有效地开展；同样，如果没有有效的管理活动，先进的科学技术也难以充分地利用或发挥作用。所以，管理学研究在当今世界的所有领域和层面都受到重视，推进管理学以及管理教育的发展也因此变得更加迫切。

管理是一门科学性与艺术性有机结合的实用性很强的学问，对这门学问的掌握，将使一个人受益无穷。

在现实生活中，每一个人都既是管理者又是被管理者，因此，学习和研究管理学不管是对企业家、政府官员，还是对一般管理人员和作业人员都具有很重要的现实意义。

管理学基础是高等院校工商管理类和财经类专业的一门核心课程。本课程的教学，旨在通过课堂理论学习、技能训练和社会实践活动，使学员建立管理学的基本概念，树立现代管理的思想观念，掌握管理学基本原理、工具和方法，懂得运用管理学的基本原理、工具、方法和过程进行管理实践，培养基层管理岗位人员的综合管理技能与素质。

本教材共分为四大知识模块，采用“一个原点、三个维度生成管理学场”的知识模块结构：根据社会对管理人才的知识结构和职业素养需要，将管理学内容体系开发为“管理学基本概念与理论”、“管理沿革的时间维度”、“管理职能的空间维度”和“管理的应用维度”四部分。

<<管理学基础>>

内容概要

本书是根据高等职业教育的特点，融合作者多年的教学经验和研究成果推出的一本教材。全书分管理与管理学、管理思想与管理理论的发展、组织环境与组织文化、社会责任和管理道德、决策、计划、组织、领导、激励、沟通、控制、管理创新共12章。本书各章节均采用导入案例，以引起学生的学习兴趣与思考，各章末附有本章小结、复习思考题、案例分析题、讨论题、管理技能训练、管理技能自我测试等。

以本书的框架结构为基础，本书编者开发出了配套《管理学基础》国家级精品课程网站(网址：<http://www.gdcp.cn/jpkc/glxjc/>)，为教师与学员提供了丰富的课程教学资源、自主学习资源和在线学习沟通平台。

本书可作为高职高专管理类各专业、工科类各专业和中等职业学校管理类各专业教材，也可作为企业和政府部门管理知识的培训教材，还可供管理人员学习参考。

<<管理学基础>>

书籍目录

前言

第一章 管理与管理学

第一节 管理概述

第二节 管理者与管理技能

第三节 管理的基本原理与方法

第四节 管理学的研究对象与方法

本章小结

思考与练习

第二章 管理思想与管理理论的发展

第一节 西方早期的管理实践与管理思想

第二节 西方古典管理理论

第三节 西方行为管理理论

第四节 西方现代管理理论

本章小结

思考与练习

第三章 组织环境与组织文化

第一节 组织环境

第二节 组织环境的适应与控制

第三节 组织文化

第四节 组织文化建设

本章小结

思考与练习

第四章 社会责任和管理道德

第一节 社会责任

第二节 管理道德

本章小结

思考与练习

第五章 决策

第一节 决策的概念与类型

第二节 制定决策的基本步骤

第三节 决策的基本方法

第四节 群体决策

本章小结

思考与练习

第六章 计划

第一节 计划和计划工作

第二节 目标和目标管理

第三节 计划工作的常用工具和方法

本章小结

思考与练习

第七章 组织

第一节 组织概述

第二节 组织结构设计

第三节 组织结构的基本类型

第四节 人员配备

<<管理学基础>>

第五节 组织力量的整合

第六节 团队组织

本章小结

思考与练习

第八章 领导

第一节 领导的性质

第二节 领导特质理论

第三节 领导行为理论

第四节 领导权变理论

第五节 领导艺术

本章小结

思考与练习

第九章 激励

第一节 激励概述

第二节 内容型激励理论

第三节 过程型激励理论

第四节 矫正型激励理论

第五节 激励实务

本章小结

思考与练习

第十章 沟通

第一节 沟通概述

第二节 人际沟通

第三节 组织沟通

第四节 沟通的障碍与改善

第五节 组织冲突与谈判

本章小结

思考与练习

第十一章 控制

第一节 控制概述

第二节 控制的过程

第三节 控制的基本类型

第四节 管理控制的基本原则

第五节 控制技术

本章小结

思考与练习

第十二章 管理创新

第一节 管理创新概述

第二节 管理创新的基本内容及实施过程

第三节 管理创新的方法

第四节 管理创新策略与风险防范

本章小结

思考与练习

参考文献

<<管理学基础>>

章节摘录

第一章 管理与管理学 第二节 管理者与管理技能 导入案例1-2：优秀管理者吴敏求 在美国麻省理工学院和斯坦福大学学成之后，吴敏求进入位于加利福尼亚州著名的英特尔（Intel）公司，开始了他的职业生涯之路。

在这家巨型高科技公司工作了几年之后，他萌生了一种进一步发展的愿望，这种愿望就是：怎样才能制造出更好的计算机芯片？

他觉得要想把这种愿望变成现实，就得有一家属于自己的公司。

1989年，他在中国台湾新竹科技园创建了旺宏电子公司，他的愿望也开始付诸实现了。

创业初始，吴敏求就已经知道有效管理的价值所在。

作为公司的创始人，他还知道，公司需要有一批高素质的人才与他共同努力，才能实现自己的愿望。

为了吸引在美国的几位同事返乡加盟自己在中国台湾开设的公司，吴敏求向他们许诺将给予一定的公司股份。

果然，许多人为此放弃了在美国舒适而稳定的工作。

吴敏求意识到，在竞争激烈和变化多端的计算机芯片市场上，没有哪一个企业能够安安稳稳地生存与发展。

他同样知道，公司长期的成功来自对市场机会的准确辨识和对成长计划的合理规划。

为此，吴敏求寻求与其他公司结盟，并且加大了对技术与开发方面的投资力度，公司近16%的销售收入都用在了产品的开发上。

在把握公司的发展方向和有效使用资金等方面，吴敏求从不忽视人的作用。

他不断地寻找方法进行组织再造，以使员工能够更加协调和更为有效地开展工作。

他努力创造一种理想的工作氛围，在这种氛围中，员工能够始终满怀激情地工作。

同时他也意识到，要想使公司内部的员工能在组织中进一步成长，就必须给予他们充分发展的机会，也只有这样，公司才能在变革来临时保持清醒的头脑并适应变革。

吴敏求的努力促成了旺宏电子公司的成功。

1998年，公司的销售额已经超过了3.2亿美元，在亚洲计算机芯片市场的份额几乎翻了一倍，即从2.8%提高到了5.4%。

在接下来的几年，公司销售额更是达到了10亿美元，显赫的经营成果也使旺宏电子公司被评选为中国台湾最有活力的高科技公司之一。

……

<<管理学基础>>

编辑推荐

其它版本请见：《管理学基础》

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>