第一图书网, tushu007.com

<<商学精要>>

图书基本信息

书名：<<商学精要>>

13位ISBN编号：9787300121765

10位ISBN编号：7300121764

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：（美）埃伯特，格里芬　著

页数：313

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

随着我国加入WTO，越来越多的国内企业参与到国际竞争中来，用国际上通用的语言思考、工作、交流的能力也越来越受到重视。
这样一种能力也成为我国各类人才参与竞争的一种有效工具。
国家教育机构、各类院校以及一些主要的教材出版单位一直在思考，如何顺应这一发展潮流，推动各层次人员通过学习来获取这种能力。
双语教学就是这种背景下的一种尝试。
双语教学在我国主要指汉语和国际通用的英语教学。
事实上，双语教学在我国教育界已经不是一个陌生的词汇了，以双语教学为主的科研课题也已列入国家“十五”规划的重点课题。
但从另一方面来看，双语教学从其诞生的那天起就被包围在人们的赞成与反对声中。
如今，依然是有人赞成有人反对，但不论是赞成居多还是反对占上，双语教学的规模和影响都在原有的基础上不断扩大，且呈大发展之势。
一些率先进行双语教学的院校在实践中积累了经验，不断加以改进；一些待进入者也在模仿中学习，并静待时机成熟时加入这一行列。
由于我国长期缺乏讲第二语言（包括英语）的环境，开展双语教学面临特殊的困难，因此，选用合适的教材就成为双语教学成功与否的一个重要问题。
我们认为，双语教学从一开始就应该使用原版的各类学科的教材，而不是由本土教师自编的教材，从而可以避免中国式英语问题，保证语言的原汁原味。
各院校除应执行国家颁布的教学大纲和课程标准外，还应根据双语教学的特点和需要，适当调整教学课时的设置，合理选择优秀的、合适的双语教材。
顺应这样一种大的教育发展趋势，中国人民大学出版社同众多国际知名的大出版公司，如麦格劳一希尔出版公司、培生教育出版公司等合作，面向大学本科生层次，遴选了一批国外最优秀的管理类原版教材，涉及专业基础课，人力资源管理、市场营销及国际化管理等专业方向课，并广泛听取有着丰富的双语一线教学经验的教师的建议和意见，对原版教材进行了适当的改编，删减了一些不适合我国国情和不适合教学的内容；另一方面，根据教育部对双语教学教材篇幅合理、定价低的要求，我们更是努力区别于目前市场上形形色色的各类英文版、英文影印版的大部头，将目标受众锁定在大学本科生层次。
本套教材尤其突出了以下一些特点：保持英文原版教材的特色。
本套双语教材根据国内教学实际需要，对原书进行了一定的改编，主要是删减了一些不适合教学以及不符合我国国情的内容，但在体系结构和内容特色方面都保持了原版教材的风貌。
专家们的认真改编和审定，使本套教材既保持了学术上的完整性，又贴近中国实际；既方便教师教学，又方便学生理解和掌握。
突出管理类专业教材的实用性。
本套教材既强调学术的基础性，又兼顾应用的广泛性；既侧重让学生掌握基本的理论知识、专业术语和专业表达方式，又考虑到教材和管理实践的紧密结合，有助于学生形成专业的思维能力，培养实际的管理技能。
体系经过精心组织。
本套教材在体系架构上充分考虑到当前我国在本科教育阶段推广双语教学的进度安排，首先针对那些课程内容国际化程度较高的学科进行双语教材开发，在其专业模块内精心选择各专业教材。
这种安排既有利于我国教师摸索双语教学的经验，使得双语教学贴近现实教学的需要；也有利于我们收集关于双语教学教材的建议，更好地推出后续的双语教材及教辅材料。

内容概要

《商学精要(英文版·第8版)》全文影印自国外经典教材Business Essentials（Ebert和Griffin著）的最新版第8版，专为入门阶段的商科（经管专业）学生和其他对商科知识感兴趣的人士而写，是国外同类教材的典范。
《商学精要(英文版·第8版)》具有如下特色：聚焦于最基本的企业管理原理和管理活动，理论与实务兼备，简明实用，文字深入浅出：反映了全球经济近年来的发展对企业管理的影响.展示了企业最新的管理实践：新增了“动荡时代的管理”专栏.并更新了案例、资料和词汇表等内容。
《商学精要(英文版·第8版)》适合用作国内“企业概论”、“商学导论”等课程的全英语教学和双语教学教材。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

作者：（美国）罗纳德·J·埃伯特（Ronald J.Ebert）　（美国）里基·W·格里芬（Ricky W.Griffin）
罗纳德·J·埃伯特（Ronald J. Ebert）美国密苏里－哥伦比亚大学荣誉退休教授，决策科学学会前主席。
里基·W·格里芬（Ricky W. Griffin）美国得克萨斯A&M大学Mays商学院管理学杰出教授。

书籍目录

第1篇 当代商务世界　第1章 美国商务环境　第2章 商业伦理和社会责任　第3章 企业家精神、新创企业和企业所有权　第4章 全球商务环境第2篇 企业管理　第5章 企业的管理　第6章 企业的组织　第7章 运营管理和质量第3篇 组织中的人　第8章 员工行为和激励　第9章 领导和决策　第10章 人力资源和劳动关系第4篇 营销原理　第11章 营销过程和消费者行为　第12章 产品定价、分销和促销第5篇 信息管理　第13章 管理信息技术　第14章 会计人员的角色和会计信息第6篇 金融与财务　第15章 货币和银行业　第16章 财务管理附录　附录1 风险管理　附录2 商业法律环境　附录3 个人理财注释和资料来源术语表

章节摘录

插图：All businesses， regardless of their size， Iocation. or mission， operate within a larger external environment. This external environment consists of everything outside anorganization's boundaries that might affect it (Busmesses also have an internal environment。
more commonly called Chaporate culture， which iS discussed in Chapter 5.） Managers must have a complete and accurate understandlng of the external environment andstrive to operate and compete within it or their organizations wilI not sumive.

编辑推荐

《商学精要(英文版·第8版)》是管理经典教材·核心课系列。

第一图书网, tushu007.com

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