

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787300125398

10位ISBN编号：7300125395

出版时间：2010-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：陈劲

页数：415

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

自科学管理之父——弗雷德里克·泰勒出版《科学管理原理》以来，管理学思想和管理学体系不断发展完善，成为最重要的社会学科之一。

彼得·德鲁克在1954年出版的《管理的实践》一书，标志着现代管理学的开始。

之后，哈罗德·孔茨、斯蒂芬·罗宾斯等著名学者所构建的体系为管理知识体系的完善作出了杰出的贡献，为全世界各类组织的管理提供了重要的指导作用。

管理成为人类历史上最伟大的一项发明。

随着全球化、信息化和伦理化的不断深入，有必要在前人的基础上对管理学体系进行变革与发展。

尤其是随着知识经济的迅速发展，知识与创新成为持续竞争优势的主要来源，组织成员更需要关爱与支持。

源于工业经济时代、以运营效率为导向、忽视人性的管理学思想和体系，在指导今天和未来的组织发展过程中，显得难以适应。

本书试图以创新为导向、以系统辩证的思维来构建管理学的新范式，既保留了管理学经典的有益理论知识，又积极吸收了管理学的新概念、新思想以及各类组织的管理新实践总结，包括中国本土企业先进的管理理念与方法。

本书在编写过程中，参考了大量国内外管理学的专著、教材和论文，并得到了国内相关企业的大力支持和帮助。

本书的编写得到了浙江大学最佳创新团队全体师生的大力支持。

浙江大学管理学院的王鹏飞、刘振对本书的合作策划与资料编写作出了极大的贡献。

浙江大学管理学院邬溪羽等同学对本书提出了极好的建议。

此外，中国人民大学出版社的编辑对本书付出了辛勤的劳动。

在此，对学者、企业和编辑表示最衷心的感谢。

内容概要

本书力图以创新为导向，以系统辩证的思维来构建一种适合知识经济时代的管理学新范式，从而将管理学的四个职能概括为：领导与计划、运营与创新、资源与能力以及治理与控制。既保持管理学经典的有益理论知识，又积极吸收管理学的新概念、新思想以及各类组织的新管理实践总结，涵盖了中国本土企业先进的管理理念与方法。

作者简介

陈劲，管理学博士，浙江大学公共管理学院和管理学院教授，博士生导师，浙江大学本科生院副院长，浙江大学竺可桢学院常务副院长。

美国麻省理工学院斯隆管理学院访问学者，教育部科技委管理学部委员、中国工程院教育委员会委员，中国科学学与科技政策研究会副理事长，Journal of Knowledgebased Innovation in China杂志主编。

研究领域涉及技术与创新管理、变革管理，并积极探索知识与科技创新对当代组织管理的深刻影响。

在国际顶级杂志发表论文多篇。

撰写了《创新管理》、《研发项目管理》、《技术管理》、《研究与开发管理》等教材。

所负责的“技术创新管理”课程被评为2010年国家精品课程。

主持国家自然科学基金项目（含重大国际合作）、国家社会科学基金项目、教育部科技委重大专项、教育部高等教育改革重大专项，相关主要成果获得教育部人文社会科学优秀成果二等奖、浙江省哲学社会科学成果一等奖、首届中国管理科学奖。

荣获国家杰出青年基金、国务院政府特殊津贴、教育部第八届霍英东教师奖、教育部第三届高校青年教师奖。

入选国家百千万人才工程。

先后为美国杜邦、海尔集团、中国电信、美的集团、大庆油田、中集集团等国内外知名企业进行管理咨询或培训。

书籍目录

第一篇管理的环境与范式第一章 管理的环境第二章 管理学的新范式第二篇领导与计划第三章 愿景第四章 战略第五章 计划第六章 决策第七章 领导第三篇组织运营与创新第八章 组织的概述第九章 创业第十章 组织运营第十一章 组织创新与变革第四篇资源与能力第十二章 资源的整合第十三章 能力的构建第五篇治理与能力第十四章 资源与能力的管理组织的治理与控制

章节摘录

插图：在全球市场的扩张过程中，企业需要考虑的问题包括以下几个方面：（1）如何选择适合的国际市场。

不同国家的市场环境不同，企业需要根据自己的产品特点、成本、价格等进行国际市场的选择，例如美国、日本市场比较活跃，消费意识比较超前，适合创新型产品的销售。

（2）如何进行产品的国际定位。

由于不同国家、地区的市场需求不同，全球化过程中，企业需要考虑产品的国际定位。

例如，销往欧美的车型往往比销往亚洲的更大一些，以适应欧美人更为高大的身材。

（3）如何在不熟悉的市场环境下进行营销推广。

不同国家或地区拥有不同的文化背景和行为习惯的顾客。

2. 制造全球化制造全球化就是企业将生产制造的整个过程渗透到全球各地，从各个国家和地区采购原材料、雇用员工，以完成部分或全部生产过程。

由于不同国家和地区的生产要素的质量和成本有比较大的差异，因此根据自己的实际要求，企业可以利用这些差异来降低生产成本或者提升产品质量，以获得更强的竞争优势。

在制造全球化的趋势下，形成了越来越多的跨国合作的全球生产制造网络，产品的生产制造不再集中于一个国家或地区。

全球制造网络承担着越来越重要的角色。

从原材料到加工为成品，需要经过很多制造流程。

过去这些流程往往都集中在一个国家和地区完成，而现在可能是由分布在不同国家或地区的厂家来共同完成。

可以说，全球制造网络的形成使整个地球变成一个联动的大工厂。

不同国家或地区的企业根据自己的优势，负责生产流程的某些环节，从而共同完成某一种最终产品的制造，最为典型的的就是波音飞机的制造。

3. 金融全球化服务业也随着制造业的发展而向全球延伸，其中最为典型的就是金融行业。

20世纪80年代以来，发达国家开始逐渐放松对金融活动的管制，着力推动资本的自由化。

国际资本的运作目的已经转向获得最大的收益或者规避风险，而不是基本的商品贸易。

现在国际资金流通中，90%以上与商品贸易无关。

对组织的发展而言，融资渠道不再仅限于本国，只要企业的经营业绩突出，并受到市场的肯定，就可以在全球各地进行融资活动。

如在发展初期，阿里巴巴就得到了来自日本软银的投资而不断发展壮大。

资本在国家间活跃地流动，虽然为发展中国家注入了活力，促进了其经济的发展，但是也引发了一些前所未有的问题，如1997年的亚洲金融危机。

编辑推荐

《管理学》：教育部经济管理类核心课程教材

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>