

<<管理学基础核心概念与应用>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础核心概念与应用>>

13位ISBN编号：9787301106150

10位ISBN编号：7301106157

出版时间：2006-4

出版单位：北京大学出版社

作者：罗宾斯

页数：471

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>

<<管理学基础核心概念与应用>>

前言

自2001年12月加入世界贸易组织以来,中国进一步加强了与世界各国的政治、经济、文化各方面的交流与合作,这一切都注定中国将在未来世界经济发展中书写重要的一笔。

然而,中国经济的发展正面临着前所未有的人才考验,在许多领域都面临着人才匮乏的问题,特别是了解国际贸易规则、能够适应国际竞争需要的国际管理人才,更是中国在未来国际竞争中取胜的决定性因素。

因此,制定和实施人才战略,培养大批优秀人才,是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。

工商管理硕士(MBA)1910年首创于美国哈佛大学,随后MBA教育历经百年风雨不断完善,取得了令世人瞩目的成绩。

如今,美国MBA教育已经为世界企业界所熟知,得到社会的广泛承认和高度评价。

MBA教育在我国虽起步较晚,但在过去十余年里,我国的MBA教育事业发展非常迅速,也取得了相当显著的成绩。

目前,国内的MBA教育市场呈现一片繁荣景象,但繁荣的背后却隐藏着种种亟待解决的问题。

其中一个就是教材的问题。

目前,国内市场上国外引进版教材在一定程度上还存在新旧好坏参差不齐的现象,这就需要读者在使用引进版教材时进行仔细的甄别。

北京大学出版社推出的《MBA核心课程精选教材·英文影印版》弥补了国内MBA教材市场的缺憾,给国内MBA教材市场注入了一股新鲜的血液。

全套丛书基本覆盖了北京大学MBA的主修课程。

包括:管理学、营销学、战略管理、管理信息系统、运作管理、人力资源管理、商务沟通、国际金融、金融管理、决策分析、货币银行学、会计学等。

另外,在十几门主课的基础上又增加了几门高级选修课程。

包括:国际会计学、组织行为学、投资学、商务学、财务报表解析、管理会计、管理沟通、商业伦理学、企业家精神等。

本套丛书的筛选大体上本着以下几点原则:(1)出“新”。

克服以往教材知识陈旧、落后的弊端。

大部分教材都与国外原版书同步出版。

(2)出“好”。

本套丛书收入了美国哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工学院等著名院校所采用的教材。

如《管理学》、《营销管理架构》、《管理信息系统》、《人力资源管理》、《财务会计》、《管理会计》、《面向管理的数量分析》等;本套丛书还收入了著名学术界宗师包括斯蒂芬·罗宾斯(《管理学基础》)、菲利普·科特勒(《营销管理架构》)、查尔斯·亨格瑞(《财务会计》)等人的学术巨著。

(3)出“精”。

大多数教材都是再版多次。

经过不断的修改和完善而成的。

本套《MBA核心课程精选教材·英文影印版》集合了美国经济学界和管理学界各个学科领域专家的权威巨著,该丛书经过北京大学光华管理学院及其他著名高校知名学者的精心选编,包括了大量精深的理论指导和丰富的教学案例,真正称得上是一套优中选精的MBA教材。

致谢 本套教材是我社与国外一流专业出版公司合作出版的,是从大量外版教材中选出的最优秀的一部分。

在选书的过程中我们得到了很多专家学者的支持和帮助,可以说每一本书都经过处于教学一线的专家、学者们的精心审定,北京大学出版社英文影印版教材的顺利出版离不开他们的无私帮助,在此,我们对审读并对本套图书提出过宝贵意见的老师们表示衷心的感谢,他们是:北京大学光华管理学院:符国群、李东、梁钧平、陆正飞、王建国、王其文、杨岳全、于鸿君、张国有、张圣平、张志学、朱善利 中央财经大学会计系:孟焰 本套丛书的顺利出版还得到了培生教育集团(Pearson Education)北京办事处的大力支持,对他们的付出我们也致以深深的谢意。

<<管理学基础核心概念与应用>>

教辅材料说明 教材，顾名思义教学之材料，它和普通的书籍有一个很大的区别，就是必须“方便教师教学”。

所以，好的教材更需有完备的教学辅助材料相匹配，且每一本教材都要有教辅材料，只有配备了齐全的辅助材料才能称其为完整的教材。

< 出版声明 本套丛书是对国外原版教材的直接影印，由于各个国家政治、经济、文化背景的不同，原书中出版者和作者所持观点及结论尚需商榷。

需要特别重申的是，某些书中涉及的关于台湾、香港和澳门的表述和图表与我国政府的表述和立场不尽一致，请广大读者在阅读过程中加以认真分析和鉴别。

我们希望本套丛书的出版能够促进中外文化学术交流，推进国内经济与管理专业的教学，为中国经济走向世界作出一份贡献。

我们欢迎所有关心中国MBA教育的专家学者对我们的工作进行指导，欢迎每一位读者给我们提出宝贵的意见和建议。

北京大学出版社 经济与管理图书事业部 2006年1月

<<管理学基础核心概念与应用>>

内容概要

本书是《MBA核心课程精选教材·英文影印版》系列之一，《MBA核心课程精选教材·英文影印版》集合了美国经济学界和管理学界各个学科领域专家的权威巨著，经过北京大学光华管理学院及其他著名高校知名学者的精心选编，包括了大量精深的理论指导和丰富的教学案例，真正称得上是一套优中选精的MBA教材。

全套丛书基本覆盖了北京大学MBA的主修课程。

包括：管理学、营销学、战略管理、管理信息系统、运作管理、人力资源管理、商务沟通、国际金融、金融管理、决策分析、货币银行学、会计学等。

另外，在十几门主课的基础上又增加了几门高级选修课程。

管理学入门性教材，涵盖了管理的基本原理；阐释了管理学概念和研究的实践性方法，与现实管理工作联系紧密；反映了管理与组织理论的当前趋势，介绍了本领域内的最新研究成果。

畅销性：本书作者Stephen P. Robbins的著作被美国斯坦福等上千所大学和商学院用作管理教科书，同时还被中国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡、荷兰和斯堪地那维亚等国家和地区的上千所大学采用为教材。

适用性：本书适合MBA、高年级本科生的管理原理、行政管理，管理与组织行为课程，也可用作各企业、公司管理人员的培训教材和参考书。

<<管理学基础核心概念与应用>>

作者简介

作者：(美国)罗宾斯 (Stephen P.Robbirls) Stephen P . Robbirls , 美国圣达戈州立大学管理学教授，在亚利桑那大学获得博士学位。

他的研究兴趣集中在组织中的冲突、权利、政治以及有效的人际关系技能开发方面。

他的有关论文发表在《商务视野》、《国际管理》、《管理评论》、《管理教育》等刊物上。

近年来，S . P.Robbins博士把大量的时间用在撰写经典管理教科书上。

他的书籍被美国斯坦福等上千所大学和商学院用作管理教科书，同时还被中国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡、荷兰和斯堪地那维亚等国家和地区的上千所大学采用为教材。

<<管理学基础核心概念与应用>>

书籍目录

第一部分 介绍第一章 管理者与管理历史模块当前管理实践的历史根源第二章 当前经济形势下的管理
第二部分 计划第三章 计划的基础第四章 决策制定的基础定量模块决策制定的定量分析帮助第三部分
组织第五章 组织设计基础第六章 员工及人力资源管理第七章 变化、压力及革新的管理第四部分 领导
第八章 个体行为和集体行为的基础第九章 了解工作团队第十章 激励和奖励员工第十一章 领导管理与
信任第十二章 沟通及人际能力第五部分 控制第十三章 控制的基础第十四章 操作及价值链管理注释图
表来源名称 / 组织索引项目索引 / 词汇表

章节摘录

书摘Every author who sits down to write a book has a set of assumptions—either explicit or implicit—that guides what is included and what is excluded. We want to state ours up front. Management is an exciting field. The subject matter encompassed in an introductory management text is inherently exciting. We're talking about the real world. We're talking about why StrawberryFrog is revolutionizing the international advertising industry; how an entrepreneurial venture, Zane's Cycles, competes so effectively against large retail chains; why companies like Cincinnati Milacron and British Airways have achieved ISO 9000 certification to demonstrate their commitment to quality; how Trttfresh LLC operates a virtual organization; how the leadership of Rudy Giuliani comforted a nation; and how a lack of control mechanisms and ethics led to the fall of corporate giants like Enron, Adelphia, and WorldCom. A good management text should capture this excitement. How? Through a crisp and conversational writing style, elimination of nonessential details, a focus on issues that are relevant to the reader, and inclusion of examples and visual stimuli to make concepts come alive. It's our belief that management shouldn't be studied solely from the perspective of "top management," "billion-dollar companies," or "U.S. corporations." The subject matter in management encompasses everyone from the lowest supervisor to the chief executive officer. The content should give as much attention to the challenges and opportunities in supervising a team of five, some of whom may be telecommuting, as those in directing a staff of MBA-educated vice presidents. Similarly, not every-one wants to work for a Fortune 500 company. Readers who are interested in working in small businesses, entrepreneurial ventures, or not-for-profit organizations should find the descriptions of management concepts applicable to their needs. Finally, organizations operate today in a global village. Readers must understand how to adjust their practices to reflect differing cultures. Our book addresses each of these concerns. Before we committed anything to paper and included it in this book, we made sure it met our "so what?" test. Why would someone need to know this fact? If the relevance isn't overtly clear, either the item should be omitted or its relevance should be directly explained. In addition, content must be timely. We live in dynamic times. Changes are taking place at an unprecedented pace. A textbook in a dynamic field such as management must reflect this fact by including the latest concepts and practices. Ours does! This book is organized around the four traditional functions of management—planning, organizing, leading, and controlling. It is supplemented with material that addresses current issues affecting managers. For example, we take the reader through "Managing in Today's World" (Chapter 2), "Understanding Work Teams" (Chapter 9), "Leadership and Trust" (Chapter 11), and "Value Chain Management" (Chapter 14). We also integrate throughout the text such contemporary topics as technology, entrepreneurship, empowerment, diversity, and continuous improvements. There are a total of 14 chapters, plus 3 modules that describe the evolution of management thought, focus on popular quantitative techniques used in business today, and provide some special information to students regarding how to build their management careers. Fundamentals of Management, Fourth Edition, is lean and focused. Since the last edition, there have been a number of topics that needed to be included. But we didn't want to simply add pages to cover the new material. Rather, to keep the book at 14 chapters, we had to make some difficult decisions regarding the cutting and reshaping of material. We were greatly assisted in this process by feedback from previous users. The result, we believe, is a text that identifies the essential elements students' need in an introductory management course. It's not enough, however, to simply know about management. Today's students need the skills and competencies to succeed in management. So we enhanced our "Management Workshop" section at the end of each chapter. The "Management Workshop" is designed to help students build analytical, diagnostic, team-building, investigative, and writing skills. We address these skill areas in several ways. For example, we include experiential exercises to develop team-building skills; cases to build diagnostic, analytical, and decision-making skills; and suggested topical writing assignments to enhance writing skills.

<<管理学基础核心概念与应用>>

编辑推荐

管理学入门性教材，涵盖了管理的基本原理；阐释了管理学概念和研究的实践性方法，与现实管理工作联系紧密；反映了管理与组织理论的当前趋势，介绍了本领域内的最新研究成果。

畅销性：《管理学基础核心概念与应用》(第4版)作者Stephen P. Robbins的著作被美国斯坦福等上千所大学和商学院用作管理教科书，同时还被中国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡、荷兰和斯堪地那维亚等国家和地区的上千所大学采用为教材。

适用性：《管理学基础核心概念与应用》(第4版)适合MBA、高年级本科生的管理原理、行政管理，管理与组织行为课程，也可用作各企业、公司管理人员的培训教材和参考书。

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>