第一图书网, tushu007.com

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787309072921

10位ISBN编号：7309072928

出版时间：2010-7

出版时间：复旦大学

作者：林建煌

页数：392

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

自从泰勒（Frederick Laylor）在1911年出版了《科学管理的原理》（Principles of Scientific Management）一书之后，管理学随即独立成为一门蓬勃发展的学科。
而缘于管理学的蓬勃与兴盛，不仅许多学者纷纷投入此一研究领域，不少实务工作者亦朝向此一领域寻求帮助或启发，继而导引了管理学的风潮，使其成为20世纪的一门显学。
衡诸未来社会经济和其他层面的发展，管理学于其中所扮演的角色则将愈益重要。
然而，在这样管理热潮之下，全世界每天都有各式各样新颖的管理理论被提出，不断召开的学术研讨会也源源不绝地将新的观点或见解注入此一领域，爰此，如果称管理学正处于一种“知识泛滥”的状态，应该也不为过。
从好的角度来看，我们看到管理学科中所展现的活力与兴盛，但从坏的层面来看，五花八门的管理理论与知识充塞其中，良窳参半，科学与神话杂陈，则让人无法取舍。
这样的百花齐放，对于一位新入门的管理新生，以及有心摆脱人云亦云的管理迷思而学习科学性管理知识的企业实务人士来说，无疑是一个艰难的挑战。
因此，本书希望通过系统的方式，将管理学科过去所发展出来的理论择要筛选，用以作为有心踏入管理知识领域的读者们之入门砖。
基于这样的理念，这本“管理学”具有以下几个特色：　　1.理论深度够：一本教科书的基本标准是应该涵盖该学科的重要理论，本书在理论深度上能够达到此一标准。
除了包含重要的观点与理论外，并纳入一些已经逐渐稳定与日渐被接纳的最新理论，以减少理论发展与教科书内容之落差。
如此一方面能让读者对过去的理论发展脉络有所了解，另一方面也能接触到最新发展的理论。
但对于一些仍有待考验的新近管理观点，则等进一步实证，以免落入“泡沫化”之虞。

内容概要

管理学是所有学习管理的人的一门最重要的专业基础课教程，一部优秀的管理学教材，至少要具备精、整、用这三项特点。

精，是指作为教科书，应该精准地介绍涵盖该学科的重要理论，以期读者能了解本学科在过去的发展脉络和今后的发展趋势。

整，是指在内容的安排上要有简有繁，以期达到“见树观林”的系统性效果，使同学在学成之后能：运用系统性的思想架构来处理日常的实务性问题。

用，是指管理学教程必须要提供的案例，在书中有限的篇幅内做到选编适当，并配有可帮助同学建立正确观念的练习题和分析讨论题。

本书的作者确实做到了以上三点，使本书成为可向管理类师生热忱推荐的优秀教科书之一。

作者简介

林建煌
现职
台湾中央大学企管系特聘教授
学历
台湾政治大学企业管理博士
美国加州柏克莱大学
美国维吉尼亚大学访
问学者
经历
台湾中央大学企管系主任兼企研所所长
复旦大学管理学院客座教授
西南交通大学经管学院顾问教授
全友电脑股份有限公司OAM部分高级企划专员
兰懋化妆品股份有限公司企划部企划经理
优美钢制家具股份有限公司企划部企划课长
台湾英文杂志社行销企划
曾获学术荣誉
连续二年荣获台湾中央大学“研究杰出奖”
名列MarquiS世界名人堂
二度荣获美国Fulbright Scholar
专长领域
营销管理、消费者行为、策划分析、战略管理
相关著作
发表中、英文学术论文共九十余篇，内含21篇SSCI文章。

书籍目录

第一章 组织、管理与管理者 第一节 组织与组织的目标 第二节 管理者的定义与分类 第三节 管理与管理者工作的内涵 第四节 组织的未来变迁与挑战第二章 管理思想的发展与演进 第一节 古典管理理论的观点 第二节 新古典管理理论的观点 第三节 行为管理理论的观点 第四节 决策管理理论的观点 第五节 整合管理理论的观点第三章 管理环境 第一节 环境分析的架构 第二节 微观环境 第三节 宏观环境第四章 组织文化、企业道德与社会责任 第一节 组织文化的定义 第二节 组织文化的内涵 第三节 组织文化的类型 第四节 组织文化的建立 第五节 组织文化的变迁与调适第五章 决策 第一节 决策的状态 第二节 理性决策模式 第三节 有限理性决策模式 第四节 政治决策模式与结构化程度 第五节 群体决策第六章 规划 第一节 规划的定义与对组织的意义 第二节 计划的类型 第三节 目标管理第七章 战略管理 第一节 战略管理的基本概念 第二节 使命、目标与内外部分析 第三节 组织战略的类型 第四节 战略的执行、评估与控制第八章 组织设计 第一节 组织的意义与结构要素 第二节 授权、集权、分权与赋权 第三节 组织的部门化方式 第四节 影响组织结构的权变因素第九章 组织变革、创新与学习 第一节 组织变革的内涵 第二节 组织变革的过程 第三节 组织变革的抗拒 第四节 组织发展 第五节 组织创新 第六节 学习型组织第十章 激励理论 第一节 内容观点的激励理论 第二节 程序观点的激励理论 第三节 整合观点的激励理论第十一章 领导 第一节 领导者与管理者的异同 第二节 领导应具备的特质 第三节 领导的行为 第四节 领导的权变 第五节 领导的新观点第十二章 沟通与冲突管理 第一节 沟通与沟通的过程 第二节 沟通的类型 第三节 沟通的障碍 第四节 组织的冲突第十三章 控制 第一节 控制与控制程序 第二节 控制的类型 第三节 控制系统的有效性第十四章 控制工具与技术 第一节 信息控制 第二节 人员控制与作业控制 第三节 财务控制参考文献

章节摘录

一、组织　　要了解管理与管理者，我们要先了解组织。
组织（Organization）是指一群人为了追求某种共同目的而形成的集合体。
例如，企业便是一种以追求最大利润为主要目的之组织。
当然，组织并不仅局限于企业而已。
学校是一种组织，政府是一种组织，甚至家庭也是一种组织。
组织具有某些共通的特征。
（1）组织是由一群人所构成，单一的个人不是组织。
通过人的结合，组织才能运作，以发挥单一个人所无法达成的功能或目标。
（2）每一个组织都有其独特的目标，这些目标往往反映出组织组成的目的，以及组织成员所共同追求的标的。
缺乏共同的目标，便是一群“乌合之众”，而不是一个组织。
（3）组织必须将其成员结合在一起，以发挥群体的力量。
因此组织会发展出一套系统化的结构，来界定和规范成员的角色和行为，其包括工作规则、规范、职权、职责，以及组织成员间的从属关系。
总的来说，组织是指一个具有特定目标，而由一群人透过系统化的结构所组成的群体。
依据组织所追求的目标，我们可以简单地将组织区分为营利性组织与非营利性组织。
企业便是一种最为典型的营利性组织，而非营利性组织则是指不以营利为主要目标，而基于追求其他非利润性目标的组织。
例如，医院、公益群体、学校、政府机构等。
不过，我们不可以拘泥于组织的外在形态来区分营利性组织与非营利性组织。
有些组织虽然表面上是以典型的非营利性组织形态出现（例如，财团法人、医院、学会），但却是“挂羊头卖狗肉”，实质上却是以追求最大利润为主要目的，则其和一般的企业并没有什么不同。
这类组织在名目上是非营利组织的形态，但实质上却是营利性组织的性质。

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