

<<管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础>>

13位ISBN编号：9787503842191

10位ISBN编号：7503842199

出版时间：2006-2

出版时间：中国林业

作者：宋维明

页数：365

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>>

内容概要

作为一门涉及经济学、心理学、社会学、人类学、哲学等多门学科知识，但又独树一帜的边缘性应用科学，管理学不仅广泛应用于各类经济活动，而且也是社会各类非经济组织，如学校、医院、军队和政府等管理的理论及方法基础。

因此，为了提高工作效率和生活质量，在各个领域工作的人，都有必要学习和掌握一些管理学的理论和方法。

对于将来成为社会各行业中坚力量的高等院校的学生来说，更应当将管理学知识作为自己成才的重要素质来认识。

《管理学基础》以充分体现管理学的应用性、实用性作为编写的指导思想。

在内容上区别于一般管理学教材主要介绍理论的特点，如将生产管理、市场营销管理和财务管理等在人们的生产和生活实践中常用的理论和方法纳入体系，形成从一般管理理论与特定管理活动相关理论及方法相结合的新体系；并大量结合管理活动的具体案例，使学习者能够更加容易理解和掌握有关管理方法；对初学管理学的读者和需要直接应用的读者更为适用。

书籍目录

第一章 管理概述 第一节 管理的涵义 第二节 管理者 第三节 管理学研究对象和管理的性质第二章 组织环境和企业组织 第一节 组织环境及其构成因素 第二节 企业组织及其特点第三章 计划与战略管理 第一节 计划工作的过程与方法 第二节 目标的制定与目标管理 第三节 战略管理第四章 决策过程与方法 第一节 决策过程 第二节 决策的类型与方法第五章 组织设计与组织结构 第一节 组织与组织工作 第二节 组织设计的任务与内容 第三节 组织结构的类型第六章 人力资源管理 第一节 人力资源管理概述 第二节 人员的招聘、筛选与录用 第三节 绩效考评 第四节 员工培训与职业生涯规划第七章 人的行为与激励 第一节 行为理论 第二节 激励理论 第三节 激励的原则和方式第八章 领导方式与沟通 第一节 领导理论 第二节 信息沟通第九章 管理控制系统与控制过程 第一节 管理控制系统 第二节 管理控制过程 第三节 控制的基本原则和要求第十章 管理控制的类型和方法 第一节 管理控制的类型 第二节 预算控制 第三节 非预算控制方法第十一章 生产管理 第一节 生产管理概述 第二节 生产计划 第三节 库存管理 第四节 设备管理第十二章 网络计划技术与准时生产方式 第一节 网络计划技术 第二节 准时生产方式(JIT)第十三章 质量管理 第一节 质量管理概述 第二节 质量管理常用的统计方法 第三节 ISO9000简介第十四章 市场营销观念与市场分析 第一节 营销观念 第二节 市场分析第十五章 市场细分和营销组织策略 第一节 市场细分和目标市场销售 第二节 市场营销组合第十六章 筹资与投资管理 第一节 财务管理概述 第二节 筹资方式 第三节 资本成本、杠杆原理和资本结构 第四节 投资决策分析第十七章 财务计划与控制 第一节 财务计划 第二节 财务控制 第三节 利润管理第十八章 财务报表分析 第一节 财务报表概述 第二节 财务分析参考文献

<<管理学基础>>

编辑推荐

作为一门涉及经济学、心理学、社会学、人类学、哲学等多门学科知识，但又独树一帜的边缘性应用科学，管理学不仅广泛应用于各类经济活动，而且也是社会各类非经济组织，如学校、医院、军队和政府等管理的理论及方法基础。

因此，为了提高工作效率和生活质量，在各个领域工作的人，都有必要学习和掌握一些管理学的理论和方法。

对于将来成为社会各行业中坚力量的高等院校的学生来说，更应当将管理学知识作为自己成才的重要素质来认识。

本书以充分体现管理学的应用性、实用性作为编写的指导思想。

在内容上区别于一般管理学教材主要介绍理论的特点，如将生产管理、市场营销管理和财务管理等在人们的生产和生活实践中常用的理论和方法纳入体系，形成从一般管理理论与特定管理活动相关理论及方法相结合的新体系；并大量结合管理活动的具体案例，使学习者能够更加容易理解和掌握有关管理方法；对初学管理学的读者和需要直接应用的读者更为适用。

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>