

<<管理学新编>>

图书基本信息

书名：<<管理学新编>>

13位ISBN编号：9787564123086

10位ISBN编号：7564123087

出版时间：2010-9

出版时间：东南大学出版社

作者：赵倩 编

页数：287

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>

<<管理学新编>>

前言

国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）中明确指出，教育应“坚持能力为重”、“强化能力培养”。

而学生职业能力的培养和训练更是高职教育的办学基本理念与核心要求。

目前，许多高职院校都以“能力本位”为指导理念进行教学组织和创新，注重学生职业实践能力、开拓创新能力和社会适应能力的培养和提高，取得了良好的教学效果。

《管理学原理》是高职院校管理专业的一门基础课程，同时在部分院校也将其设置为通用基础课程。

当前，加强高职院校学生管理能力的培养和训练已经成为许多高职院校人才培养方案的重要组成部分和急迫任务。

“管理学既是科学，也是艺术。

”这说明管理学是一门具有深厚的学科背景、理论与实践紧密结合且应用性很强的平台课程。

怎样通过管理学课程建设实现学生管理能力的提升？

从课程的指导思想和理念来分析，我们必须尝试两个层面的课程探索：首先是“教”与“学”的问题。

与普通本科教育偏重于知识的传授不同，高职教育更注重实践能力的培养。

因此，高职院校的管理学课程应体现出以能力为本位的特点。

我们教学的起点不是要考虑“教什么”，而是要考虑“学什么”。

作为成熟学科，管理学具有较完备的学科内容体系和知识框架结构。

教育者必须根据高职学生的心理特点以及职业发展需要重新组织课程内容：什么是管理能力，管理能力包括哪些内容，如何培养我们的管理能力等，这些都是值得研究和探讨的。

在强调管理知识的系统性、完整性、连贯性的同时，课程建设的视角必须突出学习者的能力培养。

其次是“学”与“做”的问题。

单纯的知识教学并不能提升学习者的管理技能，而院校的教学场所又难以模拟实际管理环境，如何实现“学”与“做”结合是教育者进行课程设计的重点。

当前的教学模式改革给我们教学工作提供了许多有益的经验，例如案例教学，通过“问题导向型”的学习提高学生的思维能力，增强学生应用管理学知识综合分析问题的能力。

类似教案问题的还有ERP模拟软件、素质拓展训练等等。

<<管理学新编>>

内容概要

本书是针对高职学生的心理特性和学习特点，坚持“必需、够用”的原则，突出“能力本位”，强调理论与实践相结合，重视学生的可持续发展。

本书包括两部分内容：管理意识和管理能力。

管理意识部分主要包括“认识管理”和“认识管理者”两章，主要从增强管理意识角度出发，介绍管理学的部分基础知识及管理者的职业意识要求，让学生对管理这项工作有个初步的认识。

管理能力部分则是按照自我管理、团队管理以及组织管理的逻辑顺序，将基层管理者所需的管理能力划分为时间管理能力、沟通能力、激励能力、团队建设能力、决策能力以及目标管理能力六个章节。

本书每章除正文外，还设有重点知识要求和重点能力要求、导入案例、复习思考题、管理定律、自我测试、延伸阅读、案例分析和实训等内容。

书籍目录

第一章 认识管理 第一节 管理概述 一、管理的概念 二、管理的特性 三、管理的系统 四、管理的方法 第二节 管理职能 一、计划 二、组织 三、领导 四、控制 第三节 管理理论及其发展 一、古典管理理论 二、行为科学管理理论 三、诸多管理理论学派共生阶段 第二章 认识管理者 第一节 管理者概述 一、管理者与作业者 二、管理者的分类 三、管理者角色 四、管理者的技能 五、管理者的职业化 第二节 管理者的道德责任 一、管理者道德责任的主要表现 二、管理者履行道德责任的基本条件 第三节 管理者的职业能力 一、时间管理能力 二、沟通能力 三、激励能力 四、团队建设能力 五、决策能力 六、目标管理能力 第三章 时间管理能力 第一节 时间管理概述 一、时间的意义 二、时间的特性 三、时间管理的含义 第二节 时间管理的误区 一、工作缺乏计划 二、不会拒绝他人托付 三、拖延时间 四、不会应付不速之客 五、不会应付电话干扰 六、会议过多或过长 七、办公桌混乱 八、“事必躬亲” 第三节 时间管理能力的培养 一、有效利用时间的技巧 二、有效管理时间的方法 第四章 沟通能力 第一节 沟通概述 一、沟通的概念 二、沟通的意义 三、沟通的过程 四、沟通的类型 第二节 影响沟通的障碍 一、信息沟通过程中的障碍 二、信息沟通环境方面的障碍 第三节 沟通能力的培养 一、遵循有效沟通的原则 二、掌握口头语言沟通的技巧 三、掌握书面语言沟通的技巧 四、掌握非语言沟通的技巧 第五章 激励能力 第一节 激励概述 一、激励的概念 二、激励的意义 三、激励的过程 第二节 激励理论 一、内容型激励理论 二、过程型激励理论 三、行为改造型激励理论 第三节 激励能力的培养 一、掌握有效激励的原则 二、了解激励的方式 三、运用激励的技巧 第六章 团队建设能力 第一节 团队概述 一、团队的概念 二、群体和团队的区别 三、团队建设的意义 四、团队的类型 五、团队中的角色 第二节 影响团队建设的障碍 一、来自组织的障碍 二、来自管理层的障碍 三、来自员工的障碍 第三节 团队建设能力的培养 一、高绩效团队的特征 二、团队建设的阶段 三、建设高绩效团队的领导管理策略 四、团队冲突的处理 第七章 决策能力 第一节 决策概述 一、决策的概念 二、决策的意义 三、决策的类型 第二节 影响决策的因素 一、环境因素 二、组织自身因素 三、决策主体的因素 第三节 决策的方法 一、熟悉决策的过程 二、掌握决策的方法 第八章 目标管理能力 第一节 目标管理概述 一、目标管理的概念 二、目标管理的意义 三、目标管理的过程 四、目标管理的类型 第二节 目标的制定和分解 一、目标的设置 二、目标制定的原则——SMART原则 三、目标制定的方法——SWOT分析法 四、目标分解 第三节 目标管理能力的培养 一、让下属正确执行目标 二、上级主动协助下属执行目标 三、正确运用反馈控制 四、合理运用绩效考核参考文献

章节摘录

管理是社会组织中，为了实现预期的目标，以人为中心进行的协调活动。

由以上对管理概念的界定，可以分析出管理的如下要义： 1.管理是共同劳动的产物。没有共同劳动，人们就不会结成配合与协作关系，管理工作就成为多余。

有了共同劳动，就必然存在着从事共同劳动的人员之间的分工、协作问题，管理人员及其管理活动就有存在的必要。

2.管理的目的是有效地实现目标。

所有的管理行为都是为实现目标服务的。

没有共同的目标，就没有共同劳动，也就不需要管理。

目标不明朗，管理就会无的放矢。

3.管理实现目标的手段是计划、组织、领导和控制。

任何管理者，要实现管理目标就必须实施计划、组织、领导、控制等管理行为与过程，这些是一切管理者在任何管理实践中都要履行的管理职能。

4.管理的本质是协调。

要实现目标，就必须使资源与职能活动协调，所有的管理行为在本质上都是协调问题。

5.管理的对象是以人为中心的组织资源与职能活动。

它强调了人是管理的核心要素，所有的资源与活动都是以人为中心的。

管理，最主要的是对人的管理。

二、管理的特性 (一)管理的两重性 1.管理的自然属性 (1)管理的出现是由人类活

动的特点决定的 人类的任何社会活动都必定具有各种管理职能。

如果没有管理，一切生产、交换、分配活动都不可能正常进行，社会劳动过程就要发生混乱和中断，社会文明就不能继续。

这一点马克思在一百多年前就作了有力的论述：“一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动，并执行生产总体的运动。

一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。

”可见管理是人类社会活动的客观需要。

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>