

<<社会中介组织管理概论>>

图书基本信息

书名：<<社会中介组织管理概论>>

13位ISBN编号：9787811028065

10位ISBN编号：7811028069

出版时间：2010-3

出版时间：东北大学出版社有限公司

作者：陈德权 编

页数：291

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>

<<社会中介组织管理概论>>

前言

社会中介组织的兴起与发展已经成为我国各界共同关注的热点话题。尽管其在国外发展已经有上百年历史，但在我国，主要还是伴随着社会主义市场经济和政府机构改革而发展起来的。

社会中介组织管理则是在尊重社会中介组织发展内在规律基础上，通过政府、社会和组织自身的协调，规范其发展，促进其职能发挥，使其更好地服务于经济社会的发展需要。

基于公共管理的视角。

社会中介组织管理涉及多个层面，这主要源于人们对社会中介组织认识的两种观点。

一种是保守主义的观点，强调社会中介组织的传统管理模式和基本职能，严格限定其空间和作用域；另一种是先锋派的观点。

强调社会中介组织必须进行积极的变革，在组织结构和运行模式上大胆创新，充分展示其内在活力和外张力。

这些观点反映出人们在变革的时代，对社会中介组织的矛盾心态，对社会中介组织具体管理的莫衷一是。

各学校在公共管理专业课体系中，都设置有类似于社会中介组织的内容，只是称谓不统一，如叫非营利组织、第三部门、民间组织，等等。

这种称谓不同，必然使各学校在课程教授和研究上也出现差异，其实不利于这门学科的有序发展，也不利于社会实践的展开。

东北大学一直将社会中介组织管理列为公共管理类专业课程，主张理论研究和创新实践并重，建设有特色的专业课程。

本书是编者在多年教学累积和调研采访基础上，借鉴一些专家学者的研究精华，获得东北大学教材立项支持才得以出版。

该书不仅填补了东北大学社会中介组织管理教学规范用书的空白，对全国公共管理专业课程体系和内容建设起到积极的推进作用，更会促进社会加强社会中介组织管理，推动社会中介组织健康有序发展。

<<社会中介组织管理概论>>

内容概要

本书首先感谢东北大学教务处。

能够在诸多申报立项教材中，选择《社会中介组织管理概论》作为立项教材之一。

体现了教务处领导和老师们对年轻教师的厚爱。

在《社会中介组织管理概论》的撰写和出版过程中，教务处领导给予了大力支持和帮助、指导，更使编者诚惶诚恐，怕辜负学校的重托，同时也鞭策着我们尽最大努力，好好出书，出好书。

<<社会中介组织管理概论>>

书籍目录

第一章 社会中介组织概述 第一节 中介概述 第二节 中介组织 第三节 社会中介组织 【阅读资料】
【第二章 社会中介组织理论 第一节 市民社会理论 第二节 政府理论 第三节 新公共管理理论 第
四节 非营利组织理论 【阅读资料】第三章 社会中介组织的模式与机制 第一节 社会中介组织的模
式 第二节 社会中介组织的运行机制 第三节 社会中介组织的发展环境 【阅读资料】第四章 社会
中介组织的战略管理 第一节 社会中介组织的战略管理 第二节 社会中介组织战略管理的程序和内
容 第三节 社会中介组织的常用战略 【阅读资料】第五章 社会中介组织管理体系 第一节 社会
中介组织的法律管理 第二节 社会中介组织的政府管理 第三节 社会中介组织的社会监督管理 第四
节 社会中介组织的自律管理 【阅读资料】第六章 社会中介组织的人力资源管理 第一节 社会
中介组织人力资源的构成及管理特征 第二节 社会中介组织的人事制度 第三节 社会中介组织人力资
源的战略规划与管理 第四节 社会中介组织志愿者管理 【阅读资料】第七章 社会中介组织资产与财
税管理 第一节 社会中介组织资产管理 第二节 社会中介组织财务管理 第三节 社会中介组织税收
政策 【阅读资料】第八章 社会中介组织营销管理 第一节 社会中介组织市场营销概况 第二节 社
会中介组织营销管理 第三节 社会中介组织营销活动创新 【阅读资料】第九章 社会中介组织绩效
管理 第一节 社会中介组织绩效与绩效管理 第二节 社会中介组织的绩效评估 【阅读资料】第十
章 社会中介组织部门管理 第一节 行业协会管理 第二节 科技中介组织管理 第三节 教育社会中介
组织管理 【阅读资料】第十一章 社会中介组织发展趋势 第一节 社会中介组织环境变化与面临的
挑战 第二节 社会中介组织发展趋势 【阅读资料】后记

<<社会中介组织管理概论>>

章节摘录

马克思主义哲学认为，中介是客观事物转化和发展的中间环节，并指出：“一切差异都在中间阶段融合，一些对立都经过中间环节而互相过渡。

”列宁也指出：“一切都是互为中介，连成一体，通过转化而联系的。

”马克思主义哲学则认为中介是客观事物转化和发展的中间环节，中介的本质是：它是事物相互作用的连接纽带和传递者。

二、中介的特征中介的特征可以从多个方面体现出来。

(1) 居中性。

这是从中介的存在特点，尤其是所处的发生作用事务间或系统间特定位置属性角度来说的，它具有“中间”的特点，是宏观体系间的居中位置关系，这是对中介活动的基本存在关系的“定位”。

(2) 使动性。

这是中介具有的核心特性，也是其存在的基本价值。

中介就是要通过自身的活动和优势，促成彼此事务间的联系和相互获取对方资源，实现非“中介”状态下的更大价值或利益。

如果要能够加快相互隔离事务间的互动，需要中介积极开展使动性活动，变静为动，变陌生为熟悉，实现各自的组织目标。

(3) 服务性。

这是由中介的活动内容决定的，中介一般不直接从事生产制造或研发创新活动，而仅是依靠自身掌握的大量信息资源、专业的评判技术、独特的社会关系、良好的社会声誉等无形资源，为具体从事“有形工作”的各方或者管理活动等提供决策咨询、评鉴、协调、促进等服务支持。

(4) 信息性。

这是中介具有的最大优势，也是市场经济社会中，中介组织及其活动的核心资源。

从市场交易成本理论角度来看，中介就是一个信息的集大成者，能够为市场活动中各自信息的封闭者打开交流的信息之窗，类似于生物学中的信使RNA，能够加快信息融通，使信息成为生产力和经济效益。

(5) 互益性。

中介活动是为了促进各方参与者的商业利益或社会效益最大化，增进各个参与者获益质量。

中介组织或活动本身肯定也会收取部分费用作为中介成本补偿，但这不是中介存在的根本目的，互益性才是中介存在的利益根据。

<<社会中介组织管理概论>>

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>