

<<管理学原理>>

图书基本信息

书名：<<管理学原理>>

13位ISBN编号：9787811232967

10位ISBN编号：7811232960

出版时间：2008-7

出版时间：清华大学出版社

作者：王慧彦 著

页数：302

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>

<<管理学原理>>

前言

管理学是一门研究管理活动基本规律和方法的科学，它是一门科学性与艺术性有机结合的实用性很强的学科，是经济管理类专业重要的专业基础课程之一。

管理学作为管理学科体系中的基础学科，其主要任务就是研究管理活动的共性，总结和提炼管理工作的一般规律，使读者能正确地运用这些理论和方法。

目前我国正处于市场经济建设的重要时期，要搞好市场经济建设，管理是不可或缺的。管理学是近百年来发展最迅速的学科之一，它的许多特性和规律，特别是社会主义市场经济条件下具有中国特色的管理学，还需要不断地去发掘和探讨。

本书编者参考了国内外最新出版的各种管理学著作和教程，根据我国管理学发展的要求，结合自身教学、科研的实际经验与体会编写了这本教材。

本书旨在阐述管理学的基本理论和实务，力求体系完整、内容精简、深入浅出，适合经济管理类本、专科学生的教学、自学及企业培训的需要。

全书共六章，主要内容有：管理概述、决策与计划、组织、领导、控制、管理思想与管理理论的历史演变等。

本书在博采众长的基础上，力求反映管理学研究和管理实践的发展前沿，结构简明、内容新颖，以期能激发学生的学习兴趣。

本书特色主要体现在以下几方面：围绕管理的四大职能构建框架结构；加入“管理思想与管理理论的历史演变”一章内容，凸显出管理的时代特色；书中所引的案例材料与理论分析紧密结合，方便读者学习管理理论的同时联系实际；每章内容包括教学内容、教学目标和教学要求，以指导读者学习正文中的管理理论，使读者学习起来更加轻松有效。

全书由王慧彦老师任主编、李纪恩和李志伟两位老师任副主编。

王慧彦老师对全书的所有案例进行了选择和确定，并对第1章、第6章的内容进行了编写；李纪恩老师对第3章、第4章的内容进行了编写；李志伟老师对第2章、第5章的内容进行了编写。

本书在编写过程中参考、借鉴了不少国内外的资料，为便于教学，我们对引用的一些资料作了一定的修改，再次对有关作者和出版社深表谢意！

由于我们水平有限，书中不妥之处在所难免，恳请诸位同行及广大读者批评指正。

<<管理学原理>>

内容概要

《管理学原理》运用理论联系实际的方法，汲取了古今中外人类在社会活动中积累的管理思想和管理理论的精华，深入地研究了管理学的基本原理和管理的基本职能，全书主要由管理概述、决策与计划、组织、领导、控制、管理思想与管理理论的历史演变等部分组成。

《管理学原理》适合作为大学本、专科经济与管理专业的教材，也可作为相关人士的参考书。

书籍目录

第1章 管理概述1.1 管理的概念及性质1.1.1 学习管理学的重要性1.1.2 管理的定义1.1.3 管理的性质1.1.4 管理人员的目标1.2 管理与环境1.2.1 研究外部环境的必要性1.2.2 外部环境的构成1.2.3 SWOT环境分析方法1.3 管理的职能1.3.1 管理的基本职能1.3.2 管理职能的发展1.4 管理者及其应具备的技能1.4.1 管理者的类型1.4.2 管理者应具备的技能1.5 信息技术与因特网对管理的影响1.6 道德和社会责任1.6.1 商业道德1.6.2 背离道德的表现1.6.3 社会责任1.6.4 如何创造一个充满道德和社会责任感的工作空间1.7 管理学的特点和学习方法第2章 决策与计划2.1 决策概述2.1.1 决策与决策过程2.1.2 群体决策和个体决策2.1.3 决策的其他类型2.2 决策的方法2.2.1 确定活动方向的分析方法2.2.2 有关活动方案的决策方法2.3 预测2.4 计划与计划工作2.4.1 计划的概念及其性质2.4.2 计划的类型和层次体系2.4.3 计划工作的原理2.4.4 制定计划的主要步骤2.5 战略管理2.5.1 战略管理概述2.5.2 战略选择2.6 计划的方法2.6.1 预测方法2.6.2 作计划的方法2.7 目标管理2.7.1 目标与目标体系2.7.2 目标管理技术2.7.3 目标管理的优缺点第3章 组织3.1 组织的概念与要素3.2 组织设计与组织结构3.2.1 组织设计的任务、程序与原则3.2.2 组织设计的影响因素及分析3.2.3 组织的层级化3.2.4 组织的部门化3.2.5 常见的组织结构类型3.3 组织职权3.3.1 职权概论3.3.2 直线与参谋3.3.3 集权与分权3.3.4 授权3.4 人员配备3.4.1 人员配备的任务、程序和原则3.4.2 管理人员的选聘3.4.3 管理人员的考评3.4.4 管理人员的培训3.5 组织形态3.5.1 正式组织与非正式组织3.5.2 实体组织与虚拟组织3.5.3 委员会3.5.4 学习型组织3.6 组织变革3.6.1 组织变革的环境分析3.6.2 组织变革的力量分析3.6.3 组织变革的类型、目标、内容3.6.4 组织变革的过程3.7 组织文化3.7.1 组织文化的基本概念3.7.2 组织文化的结构、内容与功能3.7.3 组织文化的形成、塑造与维系第4章 领导4.1 领导与领导者4.1.1 领导的概念4.1.2 领导与组织管理4.1.3 领导者的作用和职责4.1.4 领导者的人员构成4.1.5 领导者权力构成4.1.6 领导者素质4.1.7 领导者的培养和激励4.2 领导理论4.2.1 人性假设理论4.2.2 领导特性理论4.2.3 领导方式及其理论4.2.4 领导行为及其理论4.2.5 领导权变理论4.3 激励4.3.1 激励与行为4.3.2 激励理论4.3.3 激励手段和方法4.4 沟通4.4.1 沟通及其过程4.4.2 沟通的分类4.4.3 沟通中的障碍4.4.4 冲突4.4.5 沟通中的技术进步4.5 对团队的领导4.5.1 团队的定义4.5.2 团队在组织中的作用4.5.3 团队的类型4.5.4 高效团队的特征4.5.5 高效团队的领导策略4.6 领导艺术4.6.1 领导艺术的概念及特征4.6.2 领导者的用人艺术4.6.3 领导者的时间管理艺术第5章 控制5.1 控制与控制过程5.1.1 控制5.1.2 控制过程5.1.3 有效控制5.2 控制技术5.2.1 预算控制5.2.2 生产控制5.2.3 其他控制方法第6章 管理思想与管理理论的历史演变6.1 早期的管理思想6.1.1 前工业化时期的管理思想6.1.2 管理学理论的萌芽6.2 管理学的产生与古典管理理论6.2.1 泰罗与“科学管理”理论6.2.2 法约尔及其管理过程理论6.2.3 行政组织理论6.2.4 巴纳德的自觉协作活动系统6.3 人际关系学说和行为科学理论6.3.1 研究人际关系学说的代表人物6.3.2 行为科学理论在管理学中的应用和发展6.4 现代管理理论及其发展6.4.1 现代管理理论丛林6.4.2 管理理论的发展6.4.3 现代管理理论的新突破6.4.4 现代管理理论的特点6.5 当代西方管理理论及其代表人物6.5.1 托马斯·彼得斯的管理学说6.5.2 迈克尔·波特的竞争战略学说6.5.3 约翰·科特的领导学说6.5.4 彼得·圣吉的学习型组织理论6.5.5 企业文化理论6.5.6 企业再造理论的探索与实践6.5.7 理论6.6 中国管理思想的历史演进6.6.1 中国古代的管理思想6.6.2 中国近现代的管理思想6.6.3 中国管理思想与西方管理思想的相互影响6.6.4 中国当代管理理论6.6.5 中西方管理理论结合的实践和探索6.7 世界管理发展的新趋势参考文献

章节摘录

第1章 管理概述 1.2 管理与环境 任何组织都是在一定的环境中从事活动的，环境的特点及其变化必然会影响组织活动的方向、内容及方式的选择。

1.2.1 研究外部环境的必要性 以企业为例，企业经营所需的各种资源都需要从外部环境中的原料市场、能源市场、资金市场、劳动力市场等去获取。

离开外部环境中的这些市场，企业经营就会成为无源之水。

与此同时，企业用上述各种资源生产出来的产品或劳务，也要在外部市场上进行销售。

没有外部市场存在，企业就无法进行交换，无法通过出售产品换回销售收入，以抵补生产经营中的各种消耗。

外部环境为企业的生存和发展提供了条件，但同时，也必然会限制企业的生存和发展。

任何企业，无论生产什么产品或劳务，都只能根据外部环境能够提供的资源种类、数量和质量来决定其生产经营活动的具体内容和方向。

环境本身也经常处于变化之中。

假如环境是静态不变的，那么，其影响力再大，对这种环境的研究也无须反复强调、高度重视。

因为在这种情况下，环境研究可以是一劳永逸的：企业只要对一成不变的环境进行一次深入细致的分析，便可把握它的特点，依此制定相应的对策。

然而实际情况并非如此，外部存在的一切常处在变化之中。

比如，技术在进步，消费者收入在提高，教育不断普及，就连执政者也经常更换。

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>