

# 《管理学》

## 图书基本信息

书名：《管理学》

13位ISBN编号：9787509614396

10位ISBN编号：7509614392

出版时间：2011-7

出版社：经济管理出版社

作者：大卫·鲍迪

页数：531

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 内容概要

《管理学(第2版)》内容简介：这是一本十分综合的管理学的教科书，它将管理视为广义的人类行为。是人们在各种类型的组织的各个层面的实践。《管理学(第2版)》结构严谨，语言通俗易懂，融合了管理学基础知识和专业技能。向读者呈现了一个清晰的学科体系。第二版在前一版的基础上进行了适当的调整。添加了最新的研究成果。具体来说，相对于第一版有以下重要特点：扩展和补充了全球化、环境问题、网络技术和以互联网为依托的公司（dotcoms）和呼叫中心等为代表的“新经济”的最新发展方面的内容。照顾到了更广泛的读者需求，添加了公共部门的管理和非营利组织（比如慈善机构和志愿者团体）的管理的内容。在第一章的“内容—过程—控制”（content-process-contr01）的单一框架的基础上。添加了管理学基础知识和专业技能。就管理和组织行为的理论提请读者更多地用批判的态度，鼓励学生在实践中批判分析地对待理论。添加了许多最新案例，而且对书中原有的案例进行了更新。这些案例分别选自欧洲、美国和日本，它们有助于培养读者对今天的工作环境存在文化多样性的认识。良好的教学对学生的帮助，其中包括学习目标、章节介绍。根据教学需要灵活地选择案例进行研究，以及管理实践、重要的思想理念、问题回顾、案例提问、课外活动和进一步阅读的建议等学习插图和小栏目。讲稿的下载网址、讲师手册、幻灯片、多项选择题和作为注解的网络链接。

## 书籍目录

前言

怎样使用这本书和导读

鸣谢

第一部分 管理学导论

1.组织中的管理

2.管理模式

第二部分 管理环境

3.企业环境

4.管理国际化

5.公司的社会责任

第三部分 计划

6.计划和战略

7.市场营销管理

第四部分 组织行为

8.组织结构与文化

9.人力资源管理

10.组织发展

11.管理变革

第五部分 领导

12.影响力和权力

13.动机

14.沟通

15.团队

第六部分 管理控制

16.财务和预算控制

17.管理操作和质量

18.管理信息系统

参考文献

词汇表

## 章节摘录

Virgin在整个欧洲家喻户晓，在公众看来，该公司既有趣又有胆识，同时还相当成功--1971年第一家唱片店开始营业，1973年推出唱片商标；1984年Virgin在亚特兰大航空公司开始营业，Virgin假日紧随其后；1995年公司开始进行合资，以提供财务服务；到1997年，它已经成为一家拥有航空、零售及旅游业务的全球性公司。在英国撤销对零售价格的限制不久后，最初的唱片业务也步入正轨，早先政府的限制是为了减少竞争并保持较高的价格。Richard Branson看到了这一机会，开始进行邮购，提供低于其他商店15%的流行唱片。该业务一直欣欣向荣，直到一次邮局大罢工。Branson及时打开零售销路，获得了暂时的成功，同时Virgin的零售业正式开始。这些零售经验后来在同一家主要零售商合资时组成了Megastore概念。在一些历史悠久的大城市内，Megastore开始大规模销售家庭娱乐产品--音乐、录像与书。他们取缔了小型二级零售商。Megastore概念的成功之处迅速扩展到全球其他几个大城市，很快就在整个合资项目中实现。1973年，Virgin出售了最成功的唱片公司Tubular Bells。资金流的保障使得唱片业务不断扩展，但是1990年这种每年增长的情况结束了。这使Virgin受到影响，当时它还是一个相当小的公司，因此唱片业务在1992年出售给EMI。20世纪80年代初，Randolph Fields开始考虑Branson，前者试图为削减航行价格而寻找额外的业务。该航空业务很快受到严格规范，线路、着陆权、价格及服务水平都要经过政府间的同意，另外还有一些规定用来保护那些低效率的各个州的航空公司。这使得很多航空费用相当的高。经过三个月的紧张行动，Branson和Fields获得了飞行许可，并安排了飞行任务和飞行人员。第一次飞行是在1984年6月。为了成长，公司需要更多的着陆权，必须游说政府官员（在每一条航线的终端）。这些官员还要接受已建立的航线的游说，劝说他们不要同意Branson提出的低费用。他们选择了削减费用，或者用其他航线的利润填补损失。Virgin大西洋部发展一直很成功，到1990年尽管仍然是一个小型组织，但它在许多主要的伦敦航线上可以同大型航空公司竞争，同时赢得了创新与服务奖，还受到主要商业旅客的赞扬。该航线已成为Branson利益的重点，同时成为许多现有航线的威胁，还与英国航空公司建立了密切的关系（英国国家航空公司）。20世纪90年代对Virgin商标名称的研究表明了其神奇广告与公共宣传的惊人影响作用。英国96%的顾客能够识别出这一商标，而Richard Branson作为创始者则被95%的顾客所认识。Virgin这一名称与有趣、创新、成功及信任等词汇密切相连。同时，由一定业务范围确定，Branson认为：原则上并不存在限制商标的产品与服务界限，因为这与所提供物质的品质有关。受研究的鼓励，Virgin开始进入其核心旅行及零售业务的外部行业。Virgin的多元化业务除了涉及无线广播、图书出版及计算机游戏等，还有旅店、铁路、个人电脑、可乐类饮料、电影及财务服务。Virgin早期的不拘一格以及开放化形式被保留了下来，一点儿都没有一种传统总公司的感觉：很少打领带，棉布牛仔到处可见，大家都直呼其名。有中心并不意味着经营就集中化，到目前为止Branson一直坚持这一点。每个经营单位都独立运作，同总部及其他单位之间基本不会相互影响。.....

## 精彩短评

1、非常不错管理学方面的书

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)