

《管理学》

图书基本信息

书名：《管理学》

13位ISBN编号：9787564048648

10位ISBN编号：7564048646

出版时间：2011-8

出版社：唐丽颖、毛文静 北京理工大学出版社 (2011-08出版)

页数：200

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

《管理学》

内容概要

《管理学》是在充分考虑了我国经济管理类专业本科生的特点和教学要求的基础上，结合编者长期从事管理学理论与教学的经验，尽可能地融合近几年来管理学领域发展起来的新理论与中国管理实践推出的一本教材。全书的框架体系和基本内容包括：管理与理论、管理伦理与社会责任、管理环境、决策、计划、组织、领导、激励、沟通、控制以及创新共11章内容。《管理学》内容深入浅出，轻松活跃，语言通俗易懂，注重理论与实践的结合。力求使读者能明晰管理理论，体验管理本质，开展实践应用，掌握管理技能和方法。

《管理学》适合作为高等院校本、专科“管理学”课程以及工商管理硕士“管理学”课程的教学用书。同时也可以作为从事管理学研究与教学工作者的参考书，或供各类组织的管理人员阅读和参考。

书籍目录

第1章 管理与管理理论1.1 组织与管理1.1.1 组织的概念1.1.2 组织的基本特征1.1.3 管理的定义1.1.4 管理的基本职能1.1.5 管理者1.1.6 管理者的技能1.2 管理理论的形成与发展1.2.1 古典管理理论1.2.2 行为科学管理理论1.2.3 现代管理理论1.3 管理理论的新发展1.3.1 企业流程再造理论1.3.2 学习型组织第2章 管理伦理与社会责任2.1 管理伦理2.1.1 管理伦理的概念2.1.2 管理伦理问题2.1.3 影响管理伦理的因素2.1.4 重塑管理伦理2.2 社会责任2.2.1 社会责任的概念2.2.2 两种不同的社会责任观2.2.3 社会责任的内容第3章 管理环境3.1 管理环境概述3.1.1 管理环境的概念和特点3.1.2 管理环境的内容3.2 管理环境分析3.2.1 环境的不确定性分析3.2.2 SWOT分析法3.3 管理环境的新发展3.3.1 全球化3.3.2 e文化第4章 决策4.1 决策的基本理论4.1.1 决策的定义4.1.2 决策理论4.1.3 决策的原则和依据4.1.4 决策的影响因素4.1.5 决策的类型4.2 决策的过程4.3 决策的方法4.3.1 定性决策方法4.3.2 定量决策方法第5章 计划5.1 计划的概念及特点5.1.1 计划的含义5.1.2 计划的特点5.1.3 计划的作用5.1.4 计划的类型5.2 计划编制与方法5.2.1 计划编制过程5.2.2 计划编制方法5.3 计划的实施5.3.1 目标管理5.3.2 时间管理第6章 组织6.1 组织与组织工作6.1.1 组织与组织工作的内涵6.1.2 组织工作的重要性6.1.3 管理幅度与管理层次6.1.4 集权与分权6.1.5 正式组织与非正式组织6.1.6 直线职权与参谋职权6.2 组织设计6.2.1 组织设计的必要性和影响因素6.2.2 组织设计与常见的组织结构类型6.3 组织人员配备6.3.1 组织人员配备的步骤6.3.2 组织人员配备的工作内容6.4 组织变革6.4.1 组织变革概述6.4.2 组织变革过程与内容6.4.3 组织变革的类型第7章 领导7.1 领导职能的概述7.1.1 领导的概念7.1.2 领导者的职责7.1.3 领导的权力7.1.4 领导与管理的区别7.2 领导方式7.2.1 领导方式的定义与内涵7.2.2 领导方式的类型7.3 领导理论7.3.1 领导特质理论7.3.2 领导行为理论7.3.3 领导的权变理论第8章 激励8.1 激励的一般规律8.1.1 激励的概念与对象8.1.2 动机理论8.1.3 激励的本质8.2 激励的内容理论8.2.1 需求层次理论8.2.2 双因素理论8.2.3 X理论和Y理论8.3 激励的过程理论8.3.1 公平理论8.3.2 期望理论8.3.3 强化理论第9章 沟通9.1 沟通及其重要性9.1.1 沟通的概念9.1.2 沟通的过程9.1.3 沟通的类别9.1.4 沟通的重要性9.2 改善组织沟通9.2.1 有效沟通的障碍9.2.2 有效沟通的实现9.2.3 组织冲突及其管理第10章 控制10.1 控制职能概述10.1.1 控制的含义与作用10.1.2 控制的过程与要素10.2 控制类型10.2.1 反馈控制、前馈控制和现场控制10.2.2 任务控制、管理控制和战略控制10.2.3 外在控制与内在控制10.2.4 专业控制10.3 有效控制的原则第11章 创新11.1 创新理论概述11.1.1 熊彼特创新理论11.1.2 创新的概念及特征11.1.3 创新的类别11.1.4 创新职能的基本内容11.2 管理创新11.2.1 管理创新的原则11.2.2 管理创新的方法11.2.3 管理创新的过程11.3 管理发展趋势11.3.1 重视人的管理11.3.2 组织扁平化11.3.3 绿色管理11.3.4 知识管理11.3.5 第五代管理理论参考文献

章节摘录

版权页：插图：(4)组织文化的功能。组织文化具有以下五项基本功能。

导向功能。组织文化的价值观主导着组织的价值判断，而价值判断对组织的经营目标和长期战略的确定具有重要的导向性作用。组织的决策一般基于两方面的考虑：价值因素和事实因素。价值因素回答好或不好的问题；事实因素回答是或不是的问题。组织的战略决策较多地考虑价值因素，组织的战术决策较多地考虑事实因素。除此之外，组织文化对组织成员及其活动具有导向作用。它使组织成员明确组织的宗旨，以及组织的创立及其活动的基本出发点。这一作用是在组织的价值观为组织成员普遍认可的基础上，了解在组织中什么是重要的，什么是必须做的，由此确定自己的工作目标、工作原则和重点，通过意识对行动的支配产生的，从而自觉地按照组织鼓励的方向发展。

约束功能。组织文化对组织成员的约束既不同于经济和物质类约束，也不同于制度和法规性的硬约束，而主要是一种信念、情感和道德的软约束。组织成员在接受组织价值观的同时，明确了组织判断善恶好坏的是非标准，由此会自觉地以这些标准要求自己，把自己的行为主动地约束在组织理念许可的范围内。倘若违反，则会感到内疚、不安或自责，从而自动修正自己的行为。对在观念上尚未完全与组织要求相一致的成员，这种约束可能更明显。领导的指导，同事的评论，客户的反馈，以及体现组织文化的环境布置，随时都能听到和看到，它们相互联系构成无形的网络，约束着组织成员可能发生的有悖于组织宗旨的行为。

凝聚功能。组织文化通过培育组织成员的认同感和归属感，建立其成员与组织之间相互信任和依存关系，使个人的行为、思想、感情、信念、习惯及沟通方式与整个组织有机地结合在一起，形成相对稳定的文化氛围，凝聚成一种无形的合力，以此激发出组织成员的主观能动性，并协调人们的行为和冲突，为组织的共同目标而努力。

激励功能。组织文化的激励作用主要表现为一种团队激励，可以激发和鼓励组织成员自尊、自勉、自信、自强，积极进取，为组织、集体多做贡献。使人们明确任何个人作用的发挥都离不开组织，组织的发展需要大家的共同努力，由此强化了个人的集体责任感和荣誉感。同时，这种激励作用也是一种环境激励。组织文化有助于通过平等的沟通和交流、和谐的人际关系，以及尊重人、关怀人的氛围和环境，满足员工的高层次需要。作用广泛、持久、稳定。

辐射作用。组织文化具有把其倡导的理念向客户和社会扩散和渗透的功能。组织文化不仅会同化内部人员，而且在对外交往中，会把组织倡导的理念向外传播，渗透到社会各个地区和各种人群，使人们赞同组织的追求，响应并支持组织的发展。此外，组织文化还会对其他组织特别是同行产生较大的影响和辐射，引发相关组织在经营观念、形式和手段方面的相互攀比和创新，甚至带动整个社会理念的变革。

(5)组织文化对管理者的影响。组织文化对管理者的行为有重大影响，当组织文化形成并得到加强时，它会通过左右管理者的知觉、思想和感觉影响管理者的决策，它建立了在这个组织中管理者可以做什么和不可以做什么的规范。表3-1列举了组织文化对管理四大职能的影响。

《管理学》

编辑推荐

《管理学》：在内容上突出反映了现代环境下的管理问题和要求，体现管理理论的最新发展状况和管理实践的最新成果，强调对管理学基础知识的系统把握，主要讲解管理学的基本概念、基本理论和基本方法，让读者能够系统学习并掌握管理理论和管理基础知识。《管理学》是高级应用型人才培养方案研究成果。

精彩短评

1、这里买的比其他地方的都要新，而且速度也快，赞~！！

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