

《企业社会学》

图书基本信息

书名：《企业社会学》

13位ISBN编号：9787300159706

10位ISBN编号：7300159702

出版时间：2012-8

出版社：中国人民大学出版社

作者：王积超 编

页数：248

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

《企业社会学》

内容概要

《21世纪社会学系列教材:企业社会学》共分为五大部分十三章。第一部分为企业社会学的研究框架，主要讲述企业社会学的研究对象、内容、源流、研究方法和基本理论，包括1—3章。第二部分为企业与社会的研究，主要讲述企业社会责任、企业伦理、市场秩序与企业的交易费用、消费者保护、企业和社区关系等内容，包括4—8章。第三部分为企业与政府研究，主要讲述企业如何处理与政府的关系，以及政府如何利用公共政策干预企业行为，包括9、10两章。第四部分为企业与自然环境研究，主要讲述企业与生态环境、绿色管理两个方面的内容，包括11、12两章。第五部分为企业与技术创新的研究，主要讲述企业技术创新以及企业技术进步给企业带来的挑战，主要包括13一章。

《企业社会学》

作者简介

王积超，中央财经大学社会发展学院社会学系教授，中央民族大学博士，四川大学博士后，美国加州大学伯克利分校社会学系访问学者。曾任中央财经大学统战部副部长、党委宣传部副部长、新闻中心副主任等职。主要研究方向为企业社会学和经济人类学。已出版专著2部，发表论文30多篇，参加和主持各类课题10多项。曾获省部级学术奖励两项、北京市优秀教学成果一等奖、国家民委“十一五”优秀学术论文二等奖。内容简介本书贯彻社会学中国化的学术取向，强调理论基础，突出用社会学的视角研究企业社会运行管理行为，分别以基础理论、企业内部管理、企业与社会、企业与政府、企业与自然环境等为线索展开，反映了国内外与企业社会学有关的最新实践和研究成果。

《企业社会学》

书籍目录

第一章 绪论第一节 企业社会学的研究对象与研究内容第二节 企业社会学的源流第三节 企业社会学发展的历史第二章 企业社会学的研究方法第一节 社会科学研究方法与组织研究方法第二节 企业社会学研究方法的特点、类型与实施第三节 企业社会学研究的案例第三章 企业社会学的基本理论第一节 企业及其本质第二节 企业组织结构第三节 企业管理第四节 企业社会环境第五节 对企业的批评第四章 企业社会责任第一节 企业社会责任的基本含义第二节 关于企业社会责任的争论第三节 企业社会责任的行为与结构分析第四节 社会变迁与企业社会责任的凸显第五节 企业对员工的社会责任第五章 企业伦理第一节 企业伦理的基本理论第二节 企业伦理困境第三节 企业伦理的分析方法、分析原则和管理措施第六章 企业与市场第一节 市场的基本含义第二节 企业与市场的相互替代——交易费用的视角第三节 企业如何影响和建构市场——作为行动者的企业第四节 市场如何影响企业——作为社会结构的市場及其再生产第五节 企业与市场的关系第七章 企业与政府的关系第一节 不同经济体制下的企业与政府之间的关系第二节 跨国公司与政府第三节 中国企业与政府之间的关系第八章 企业与公共政策第一节 政府和公共政策的作用第二节 公共政策与企业的关系第三节 政府对企业行为的干预第九章 企业与生态环境第一节 企业周边的生态环境第二节 全球公共资源危机与企业应对的行动第三节 全球环境挑战与企业应对的行动第四节 资源与环境的可持续发展与企业绿色责任第五节 国际组织和企业应对全球环境危机的行动第十章 企业科技创新与社会发展第一节 人类科技发展的历程第二节 企业的科技创新和高科技企业的发展第三节 企业科技创新存在的现实问题后记

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