

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787111274599

10位ISBN编号：7111274598

出版时间：2009-7

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）希尔（Hill,C.W.L），（澳）麦克沙恩（McShane,S.L） 著；李维安，周建 译注

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>

前言

管理学教材市场已经拥挤不堪，我们为什么还要再多加一本？

答案显而易见：管理者们实际上的所做所想与教材中宣称的所谓的现代管理实践之间相去甚远。

管理者们经常遇到的一些重要专题（如战略化与公司文化的形成），需要在课程中得到更多的关注，而被大多数管理者摒弃很久的概念及操作则不应该出现在大学的管理课程中。

管理理论不断向前发展，某些情况下在商业界的运用已经较为成熟。

我们对学生一直学习的内容与现实之间的差距着实感到惊讶。

因此，写这本教材的初衷就是缩小这种差距，帮助学生们对管理者实际所从事的与管理理论所真正推崇的有一个更加切实的了解。

我们对相关的管理观点进行阐述时，内容逻辑性强，写作风格简洁明了，案例真实丰富，对管理者角色进行了持续的关注。

关联度：21世纪的教材大约100年前，法国工业家亨利·法约尔提出管理的五大职能，其中四个（计划、组织、指挥和控制）在过去的40年里已经成为管理学教材的基石。

尽管有些管理职能不受时间的限制，但我们坚信，19世纪后期的那些引发法约尔去描述这些职能的管理者，是大大有别于今天卓有成效的那些同行的。

换言之，为21世纪的管理者们编写一本21世纪的管理学教材迫在眉睫。

同时，我们意识到，法约尔的管理职能已经深深植根于管理学课程，因此，本书采用的是改进而非彻底改变的方法。

我们保留了四个管理职能，并冠以和过去相似的名称，但一些细微的差别在具体章节和全书自始至终所强调的重点内容中会体现得更加明显。

让我们看看这样几个例子。

<<管理学>>

内容概要

本书分为五篇，但内容与传统的管理活动职能的分类有所不同，总体上按照管理活动的职能线索展开，并牢牢地将战略管理在管理学中的引入和学习目标紧密联系，强调管理学学习的中心是如何使战略目标的设计和实施更加可行，而不是简单地学习管理学的知识体系。

书中创新被列为管理的职能，决策从计划职能中分离出来等，都反映了管理学知识体系与时俱进的时代特征。

在案例教学上，本书与其他国外管理学教材略有不同：每章开篇是事例，而每章结尾是案例，还有相关的案例讨论题。

这种以事实为基础、由浅入深的论述方式突出了知识学习的逻辑过程。

本书从管理者与环境、战略化、组织架构、领导和变革五个方面进行了深入系统的论述。

本书层次清晰、语言精练、论述透彻、通俗易懂。

同时，配以国际知名企业和中国本土案例，使读者更易于掌握管理的基本策略和方法。

每章后面都有讨论题，以开拓读者思路，巩固所学的知识。

本书适用于管理学类专业本科生、研究生、MBA的管理学课程，也可作为企业各级管理人员的培训和参考用书。

作者简介

李维安，男，管理学博士、经济学博士，南开大学商学院教授、博士生导师。
现任南开大学商学院院长、国家教育部人文社科重点研究基地“南开大学公司治理研究中心”主任、《南开管理评论》主编，兼任国务院学科评议组成员、国家教育部工商管理学教学指导委员会委员、天津市管理

书籍目录

作者简介译者简介导读前言术语表第一篇 管理者与环境 第1章 管理 1.1 管理职能 1.2 管理者类型 1.3 向一名管理者蜕变 1.4 管理角色 1.5 管理能力 小结 本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例乔治·戴维 第2章 内外部环境 2.1 任务环境 2.2 一般环境 2.3 外部环境的动态变化 2.4 内部环境 小结 本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例制药行业 第3章 全球化与管理者 3.1 全球化的进程 3.2 全球化的意义 3.3 全球化的限制因素 3.4 “走向全球”带来的好处 3.5 全球企业的管理挑战 小结本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例星巴克星球 第4章 利益相关者、伦理与公司社会责任 4.1 利益相关者及其管理 4.2 商业伦理 4.3 社会责任 小结 本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例沃尔玛的工作环境第二篇 战略化 第5章 计划与决策 5.1 组织内部的计划 5.2 战略计划 5.3 计划的利与弊 5.4 决策制定 小结 本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例电信行业的波动 第6章 战略 6.1 卓越绩效与竞争优势 6.2 业务层战略 6.3 业务层战略实施 6.4 竞争策略 6.5 公司层战略 小结 本章为什么重要 讨论题 管理实战 章末案例Google探寻竞争优势 第7章 运营管理 7.1 生产率与效率第三篇 组织架构 第8章 组织 第9章 控制系统 第10章 组织文化 第11章 开发高绩效团队第四篇 领导 第12章 人员配备与多元劳动力的开发 第13章 员工绩效的激励与奖励 第14章 管理员工的态度与福利 第15章 通过权力、影响力和谈判进行管理 第16章 有效的领导 第17章 沟通第五篇 变革 第18章 管理创新与变革

章节摘录

插图：The principal general manager at the corporate level is the chief executive officer (CEO), who leads the entire enterprise. In a multidivisional enterprise the CEO formulates strategies that span businesses-deciding, for example, whether to enter new businesses through acquisitions or whether to exit a business area. The CEO decides how the enterprise should be organized into different divisions and signs off on major strategic initiatives proposed by the heads of divisions. The CEO exercises control over divisions, monitoring their performance and deciding what incentives to give divisional heads. Finally, the CEO helps develop the human capital of the enterprise. At General Electric Jeffery Immelt has been the CEO since 2001. Immelt has articulated a grand vision that includes pushing GE into environmentally friendly technologies.¹¹ Immelt is doing this because he thinks it makes good business sense. He believes that tighter environmental standards are inevitable, that environmentally friendly technologies are also cost-efficient, and that customers will increasingly demand them. Thus GE is investing in more fuel-efficient locomotives and jet engines; coal-based power plants that use technologies to strip almost all pollutants out; technologies for sequestering carbon dioxide emissions; water purification systems; and power-generating windmills. Under Immelt GE is also exiting some businesses that do not fit his strategic vision, including GE's insurance business, which he sold to Swiss Reinsurance Co. in 2006 for \$6.8 billion.¹² The CEO of a corporation also manages relationships with the people who own the company-its shareholders.

编辑推荐

《管理学(英文版)》是由机械工业出版社出版。

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>