

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787307076044

10位ISBN编号：7307076047

出版时间：1970-1

出版时间：武汉大学

作者：吴勤堂//吴义

页数：412

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

经济全球化、新技术革命及过度竞争不仅改变了21世纪企业的生存基础，而且也给中国高等教育带来了新的发展机遇和挑战。

在我国现行教育状况下，专业范围和专业训练过于狭窄，使得学生在进行综合思考和知识创新方面存在局限。

虽然职能化和专业化在企业业务决策和管理中具有十分重要的作用，然而，面对日益复杂的市场竞争环境以及职业发展的更高需要，通才才是最好的专才。

为此，有必要摒弃业已陈旧的人才培养模式、狭窄的课程设置和落后的教学内容，对工商管理类各专业的培养目标、培养模式、课程设置、教学内容和教学手段等进行一系列重大改革，以宽口径、厚基础、高素质、重能力为原则，把培养面向现代化、面向世界、面向未来、基础扎实、知识面宽、综合素质高、富有创新意识和开拓精神以及良好职业道德的高层次管理人才作为我们办学的重要使命。

教材建设作为本科教学的一项基本任务，体现着教学改革和教学水平的主要方面。

为了将学生培养成应用型、融通性、开放式的通才型专才，我们精心挑选“国际贸易理论与实务”、“商品流通概论”、“电子商务”、“战略管理”、“人力资源管理”、“物流管理概论”、“管理科学概论”、“中国农业与农村经济”、“会计学”及“旅游学”等专业基础课作为管理类各专业通修课程，期望通过这一举措将本科教学改革和教育水平推进到一个新高度。

这套系列教材的鲜明特色主要表现在以下四个方面： 1.系统性。

这些课程选自管理类专业的专业基础课，较为全面地反映了管理类专业的知识体系与课程精华。

企业——作为一个有机整体，决策的基本单元是企业本身，至于企业内部各职能部门——作为企业整体的一个不可分割的组成部分，其决策必须符合企业整体的生存与发展需要。

## &lt;&lt;管理学&gt;&gt;

## 内容概要

《管理学》是一部体例新颖，系统介绍管理基本理论和方法的实用性教材。全书主要内容包括管理学概述、管理原理（管理模式、管理方法）、管理发展简史、管理的文化基础及组织行为、计划管理、战略管理、组织管理（机构设置和职能配置）、领导职能、团队动力、激励理论（管理心理与行为理论）、管理沟通、控制理论、管理信息系统、决策支持系统、管理方法与实务等。

《管理学》体系完整、内容丰富、视野宏阔、立论高远、逻辑严谨、资料新颖、重点突出、简明务实、语言生动、具有前沿的理论性和创新的实用性，努力实现理论与实践的对接，是一部增进管理知识和智慧，拓宽管理研究视阈的前瞻性教材。

《管理学》可作为高等学校经济管理专业本科生和研究生的教材，亦可作为管理干部的培训用书，还可作为管理专业教学、科研人员的参考书。

## 书籍目录

第一章 管理、管理者和管理学第一节 管理第二节 管理者第三节 管理学的研究任务与研究方法第二章 管理理论的探索与发展第一节 管理原理概述第二节 系统原理第三节 整分合原理第四节 反馈原理第五节 封闭原理第六节 能级原理第七节 弹性原理第八节 动力原理第九节 结构-功能原理第十节 人本能动原理第十一节 和谐原理第三章 管理的文化基础第一节 组织文化的内涵与特征第二节 组织文化的形成和作用机制第三节 组织文化的构建第四章 社会责任、管理道德第一节 道德概述第二节 影响管理者道德素质的因素第三节 提高员工道德素质的途径第四节 社会责任概述第五节 社会责任的具体体现第六节 管理的“绿色化”第五章 决策管理第一节 决策概述第二节 决策理论第三节 决策过程第四节 决策方法第六章 计划管理第一节 计划管理工作的任务第二节 计划的类型第三节 计划工作的程序第四节 计划原理第五节 现代计划技术和方法第六节 长期计划第七节 年度计划第八节 计划的执行与控制第七章 战略管理第一节 战略管理概述第二节 组织战略体系第三节 战略制定第四节 战略实施第五节 战略控制第八章 组织管理第一节 组织的性质与任务第二节 组织结构第三节 组织设计第九章 组织变革与团队动力学第一节 组织变革概述第二节 组织变革的阻力及其排除第三节 变革中的新型组织结构第四节 团队动力学理论第十章 人力资源管理第一节 人力资源管理概述第二节 人力资源规划第三节 员工招聘录用与培训第四节 绩效评估第五节 薪酬管理第六节 人力资源开发第十一章 领导职能第一节 领导的内涵(领导的性质和职责、作用)第二节 领导理论第三节 领导集体第四节 领导者的素质第十二章 激励理论第一节 激励概述第二节 激励理论第三节 人性理论第四节 激励机制第十三章 管理沟通第一节 沟通的概述第二节 管理沟通网络建设第三节 冲突管理第十四章 控制理论第一节 控制职能概述第二节 管理控制的类型第三节 管理控制的原理和程序第四节 控制的方法参考文献

## 章节摘录

二、管理的要素 管理的目的决定着管理的要素。  
然而管理的最终目的何在？

可以认为管理的目的是在特定的问题和环境下，通过组织和协调等活动，以较小的资源消耗，最大限度地实现组织的目标。

无论什么行业、职位、岗位，尽管其所做的具体工作各异，但基本目标却是相同的。  
相同的目标决定了管理活动具有相同的要素。

1.管理主体 管理主体是指掌握管理权力，承担管理责任，决定管理方向和进程的有关组织和人员。

管理主体在整个管理活动中处于主导地位，并通过对管理客体的控制来确立和实现自己的主体地位，他们是管理活动的组织者、执行者。

管理主体通过对管理客体的认识，揭示事物的性质和规律，并据此洞悉事物的未来，预测事物发展的趋势，这种能动性贯穿在管理活动的全过程中，集中表现在确定管理目标、制订管理计划和采取管理行动的各个环节中。

其他管理要素对管理行为只有影响的作用，真正决定管理行为的是管理主体。

2.管理客体（问题） 这是一个广义的概念。

它是管理过程中组织所面临的问题、所能预测、协调和控制的对象。

它们既包括物质与非物质要素，又涉及发展的机会，还包含面临的危机，亦涵盖管理主体自身。

任何组织在其运行、发展中总会存在各种各样需要解决的问题，它们都是管理的对象，因此，管理活动的内容是由管理客体决定的。

从这个意义上讲，管理就是一个不断发现问题，分析问题和解决问题的过程。

任何管理活动都是在管理主体与管理客体相互联系、相互作用的过程中进行的。

在管理活动中，管理主体的积极性和能动性必须表现在对管理客体的认识和作用上。

因此，正确地了解管理客体及其特性，是管理主体发挥积极、能动的作用的重要前提。

3.环境 各种管理问题都有其特定的背景和根源，任何管理问题都需要与环境相协调。

根据系统理论，任何组织都是由若干要素所构成的动态、开放的 非平衡系统，并在特定的环境中运行；组织所处的环境同样也不断变化，这种变化必然会对组织内部的活动要素、活动内容、活动形式产生不同程度的影响。

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>