

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787811174946

10位ISBN编号：7811174944

出版时间：2008-7

出版时间：中国农业大学出版社

作者：曾旗，何继续 主编

页数：446

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

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学6个二级学科门类和22个专业的庞大学科体系。

2006年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点1518个，管理类专业布点4328个。

其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。

经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。

这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。

要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新。

特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

内容概要

管理学是经济管理类专业的一门核心课程，也是一门应用性很强的学科。

管理学既是一门科学又是一门艺术。

本书结合国内外管理理论与实践的最新发展，以多年来管理学课程教学与体系改革成果为基础，坚持科学性、综合性、针对性、实用性、逻辑性和层次性。

全书共分12章。

具体包括：管理概论、管理理论的形成与发展、管理环境与组织文化、决策、计划、领导、激励、沟通、控制、组织设计与变革、管理道德与社会责任、创新。

同时选编了大量案例，把概念、原理融于实际问题之中，启发学生结合管理实践对管理学的基本原理和方法进行深入思考，以提高其分析和解决问题的能力。

本书既可以作为经济管理专业本科学生的学习用书，也可以作为广大管理者的学习参考书。

书籍目录

第1章 管理概论 1.1 管理概述 1.1.1 管理的概念 1.1.2 管理的二重性 1.1.3 管理的重要性
1.2 管理的职能 1.2.1 计划职能 1.2.2 组织职能 1.2.3 领导职能 1.2.4 控制职能 1.3 管理者
1.3.1 管理者概述 1.3.2 管理者的类型 1.3.3 管理者的作用 1.3.4 管理者的基本技能 1.4
管理与管理学 1.4.1 管理学的定义及研究对象 1.4.2 管理学的特点 1.4.3 管理学的研究方法 1.5
管理的发展趋势 1.5.1 现代管理的发展趋势 1.5.2 管理理论的新发展 本章小结 思考与练习

第2章 管理理论的形成与发展 2.1 早期管理思想实践和管理思想 2.1.1 西方早期管理实践和管理
思想 2.1.2 中国早期管理实践和管理思想 2.2 古典管理理论 2.2.1 泰罗的科学管理理论 2.2.2
法约尔的管理职能及一般管理理论 2.2.3 马克斯·韦伯的理想的行政组织理论 2.3 行为科学理论
2.3.1 梅奥的人际关系学说 2.3.2 行为科学理论 2.4 现代管理理论 2.4.1 社会系统理论 2.4.2
决策理论学派 2.4.3 系统管理学派 2.4.4 经验主义学派 2.4.5 管理科学学派 2.4.6 权变理论学
派 2.5 当代管理理论的发展 2.5.1 当代管理理论中的主要流派 2.5.2 当代管理理论的新思潮
2.5.3 当代管理发展的新趋势 本章小结 思考与练习

第3章 管理环境与组织文化 3.1 管理环境
3.1.1 组织与环境 3.1.2 管理环境的分类第4章 决策第5章 计划第6章 领导第7章 激励
第8章 沟通第9章 控制第10章 组织设计与变革第11章 管理首先与社会责任第12章 创新

章节摘录

2) 导向功能 组织文化的导向功能主要表现在组织价值观念对组织主体行为, 即对组织领导人和广大员工行为的引导下。

由于组织价值观是组织多数人的“共识”, 因此, 这种导向功能对多数人来讲是建立在自觉的基础上的。

他们能够自觉地把自已的一言一行经常对照组织的要求进行检查, 纠正偏差, 发扬优点, 改正缺点, 使自己的行为基本符合组织价值观的要求。

对少数未取得“共识”的人来讲, 这种导向功能就带有某种强制性性质。

组织的目标、规章制度、传统等迫使他们按照组织整体价值取向行事。

3) 激励功能 组织文化的激励功能主要表现在组织文化强调信任、尊重、理解每一个员工, 能够最大限度地激发员工的积极性和首创精神。

积极的组织文化强调尊重每一个人、相信每一个人, 凡事都以员工的共同价值观念为尺度, 而不是单纯以领导者个人的意志为尺度; 员工在组织中受到重视, 参与愿望能够得到充分满足。

因此, 组织文化能够最大限度地激发员工的积极性和首创精神, 使他们以主人翁的姿态, 关心组织的发展, 贡献自己的聪明才智。

4) 自我调控功能 组织文化作为团体共同价值观, 并不对组织成员具有明文规定的具体硬性要求, 而只是一种软性的理智约束, 它通过组织的共同价值观不断地向个人价值观渗透和内化, 使组织自动地生成一套自我调控机制, 以“看不见的手”操纵着组织的管理行为和实务活动。

这种以尊重个人思想、感情为基础的无形的非正式控制, 会使组织目标自动地转化为个体成员的自觉行动, 达到个人目标与组织目标在较高层次上的统一。

组织文化具有的这种软性约束和自我协调的控制机制, 往往比正式的硬性规定有着更强的控制力和持久力, 因为主动的行为比被动的适应有着无法比拟的作用。

5) 自我完善功能 组织在不断的发展过程中所形成的文化积淀, 通过无数次的辐射、反馈和强化, 会不断地随着实战的发展而进行更新和优化, 推动组织文化从一个高度向另一个高度迈进。

也就是说, 组织文化不断的深化和完善一旦形成良性循环, 就会持续地推动组织本身的上升发展, 反过来, 组织的进步和提高又会促进组织文化的丰富、完善和升华。

国内外成功组织和企业的事实表明, 组织的兴旺发达总是与组织文化的自我完善密不可分的。

编辑推荐

- 《21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材：管理学》主要特点为：1.科学实用：面向应用型人才就业，具备大量当前实用案例，注重培养学生实践能力。
- 2.内容新颖：借鉴国内外最新教材，融会当前最新理论，遵循最新发布的各项准则、规范。
- 3.系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整。

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>