

<<管理学基础>>

图书基本信息

书名：<<管理学基础>>

13位ISBN编号：9787040184860

10位ISBN编号：7040184869

出版时间：2006-3

出版时间：高等教育出版社

作者：王凯

页数：367

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>

<<管理学基础>>

内容概要

本书是“十五”国家级规划教材，是在本书2000年版的基础上修订而成的。

本书共二十八章，分为五篇，即管理概述篇、管理职能篇、要素管理篇、营运管理篇和战略管理篇。

全书由浅入深、全面系统、简明扼要地阐述了管理及企业管理的理论与方法。

管理概述篇主要回答“什么是管理”、“为什么要管理”、管理的哲学、管理的模式等基本问题；管理职能篇主要阐述管理是如何通过一系列基本功能活动来进行的；要素管理篇对构成管理客体的人、财、物、技术、信息等要素进行了分门别类地分析和探讨；营运管理篇阐述如何运用管理职能将上述一系列要素有机地组合起来进行实际运作；战略管理篇是实际运作的升华，重点介绍企业长期、稳定、协调的发展以及生存和竞争等战略性问题。

根据上述教材体系的构思，本书中充实了若干新的内容，将管理学原理与现代企业管理这两门经济管理类专业课程有机地结合为一体，使理论分析与实际运作有机结合、一般管理与企业管理有机结合。

教材吸收了国内外新的管理理论和实践成果，以突出管理的创新。

本书既可供非经济管理类学生作必读教材使用，又可供经济管理类学生、有关部门管理人员以及企业经营管理人员使用。

与本书配套的资源有：《管理学基础(第二版)》教学课件，将免费赠送给选择其作为授课教材的教师使用(索取方式请见本书结尾处“教学支持说明页”)。

<<管理学基础>>

书籍目录

- 第一篇 管理概述
 - 第一章 管理与管理学
 - 第一节 管理的定义与特征
 - 第二节 管理的职能
 - 第三节 管理学的研究对象和研究方法
 - 第四节 管理的原理和方法
 - 第二章 管理思想与理论的发展
 - 第一节 早期管理思想
 - 第二节 古典管理理论
 - 第三节 行为科学研究
 - 第四节 现代管理理论
 - 第三章 企业管理概述
 - 第一节 企业与现代企业制度
 - 第二节 企业管理的基础工作
 - 第四章 管理哲学与管理伦理
 - 第一节 管理哲学的基本内容
 - 第二节 管理伦理概述
 - 第三节 管理伦理的原则和功能
 - 第五章 企业管理模式
 - 第一节 管理模式概述
 - 第二节 国外企业管理模式
 - 第三节 我国企业管理模式
 - 第四节 企业管理模式的创新
- 第二篇 管理职能
 - 第六章 决策
 - 第一节 决策的基本原理
 - 第二节 决策的方法
 - 第七章 计划
 - 第一节 计划的基本原理
 - 第二节 计划的方法
 - 第八章 组织
 - 第一节 组织及组织结构
 - 第二节 组织结构的类型
 - 第三节 组织结构的设计
 - 第四节 组织行为
 - 第九章 领导
 - 第一节 领导概述
 - 第二节 领导理论
 - 第三节 领导者的素质
 - 第四节 领导艺术
 - 第十章 激励
 - 第一节 激励的概念与实质
 - 第二节 有关激励的理论
 - 第三节 激励的一般原则及方法
 - 第十一章 沟通

<<管理学基础>>

- 第一节 人际沟通
- 第二节 组织沟通
- 第三节 沟通的障碍
- 第四节 沟通的技巧与原则
- 第十二章 控制
 - 第一节 控制的类型及作用
 - 第二节 控制的基本要求和基本过程
 - 第三节 控制的基本方法
- 第三篇 要素管理
- 第十三章 人员配置
 - 第一节 人员配置计划概述
 - 第二节 人员招聘
 - 第三节 人员绩效评估
 - 第四节 人员薪酬
- 第十四章 公司财务管理
 - 第一节 资金筹集
 - 第二节 资金运用与管理
 - 第三节 成本费用管理
 - 第四节 利润管理
- 第十五章 存货和设备管理
 - 第一节 存货管理
 - 第二节 设备管理
- 第十六章 无形资产管理
 - 第一节 无形资产概述
 - 第二节 无形资产的开发、交易与资本化
- 第十七章 新产品开发与技术开发
 - 第一节 新产品开发的意义和策略
 - 第二节 新产品开发的原则和程序
 - 第三节 技术开发管理
- 第十八章 企业信息管理
 - 第一节 企业管理信息与信息管理系统
 - 第二节 信息系统规划
 - 第三节 信息系统开发
- 第四篇 营运管理
- 第十九章 质量管理
 - 第一节 质量管理概述
 - 第二节 全面质量管理
 - 第三节 质量体系与质量认证
- 第二十章 市场营销管理
 - 第一节 目标市场的选择
 - 第二节 市场调查
 - 第三节 市场营销策略
- 第二十一章 企业文化创新
 - 第一节 企业文化的概念与作用
 - 第二节 企业文化的营造与培育
- 第二十二章 团队管理
 - 第一节 团队形式与团队功能

<<管理学基础>>

第二节 团队规范与团队精神

第三节 团队管理

第二十三章 企业国际化经营

第一节 企业国际化经营概述

第二节 企业国际化经营的方式

第三节 国际公司管理

第四节 企业国际化经营的风险管理

第五篇 战略管理

第二十四章 企业经营战略

第一节 企业经营战略的概念与内涵

第二节 企业经营战略环境分析

第三节 企业使命与战略目标

第四节 企业总体战略

第五节 中小企业经营战略

第二十五章 创新管理

第一节 创新的一般理论

第二节 创新过程与创新活动管理

第三节 企业创新机制

第二十六章 风险管理

第一节 风险管理概述

第二节 风险识别

第三节 风险衡量

第四节 风险控制

第二十七章 企业竞争力管理

第一节 企业竞争力概述

第二节 企业竞争战略

第三节 波特的竞争力理论

第四节 企业竞争力指标体系

第二十八章 企业资本经营

第一节 企业资本经营概述

第二节 企业资本经营的主要内容

第三节 企业兼并和重组

参考文献

<<管理学基础>>

章节摘录

1.纵向一体化战略。

又称垂直一体化战略，它是将生产与原材料供应，或者生产与产品销售联结在一起的战略形式。

它是一种使企业进入多种经营领域，以求得成长的战略。

纵向一体化包括后向一体化和前向一体化两种。

后向一体化战略是指企业利用自己在产品上的优势，把原来外购的原材料或零件改为自行生产的战略。

如钢铁厂所需要的矿石原料由钢铁厂自己建矿采掘。

在生产过程中，物流从反方向移动，称为后向一体化。

后向一体化的目的是为了保证物资供应来源，以发展自己的产品。

前向一体化战略是指企业根据市场需求和生产技术可能的条件，利用自己的优势，把成品进行深加工的战略。

生产过程中，物流从顺方向移动，称为前向一体化。

采用这种战略，是为获得原有成品深加工后的高附加值，一般是把相关的前向企业合并起来，组成统一的经济联合体。

如纺织印染厂与服装加工厂联合。

2.横向一体化战略。

又称水平一体化战略。

是指把性质相同或生产同类型产品的同行业竞争企业进行联合，发展成为专业化公司的战略。

目的是为了扩大生产规模，降低产品成本，巩固企业的市场地位，提高企业竞争优势，增加企业实力。

横向一体化的战略可以通过契约式联合、合并同行业企业两种方式实现。

（四）多角化战略 多角化战略又称多角化经营战略，是指企业同时生产和提供两种以上基本经济用途不同的产品或劳务的一种经营战略。

目前，多角化经营战略已成为企业适应新形势、开拓市场的必然选择。

它是由新产品领域和新市场领域配合而产生的，即同时增加新产品种类和新市场的一种战略。

（五）企业并购战略 企业并购是企业兼并与企业收购的统称。

.....

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>