

<<罗宾斯>>

图书基本信息

书名：<<罗宾斯>>

13位ISBN编号：9787564212254

10位ISBN编号：756421225X

出版时间：2011-12

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：翔高教育管理学教学研究中心

页数：219

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>

## &lt;&lt;罗宾斯&gt;&gt;

## 内容概要

翔高教育管理学教学研究中心编著的《罗宾斯&lt;管理学&gt;&lt;第9版&gt;学习精要习题解析补充训练》每一章可划分为三大部分：

**学习精要：**这部分提炼出本章内容的要点，便于读者快速地了解本章的知识框架以及重点、难点，协助读者提纲挈领、提高复习效率。

**习题解析：**这部分针对教材的书后练习题提供答案和解析，有助于读者自学。本书的答案和解析力求精炼，尽量用简明扼要的语句，让读者清晰地把握问题的关键点所在，以求节省读者宝贵的时间。

**补充训练：**这部分针对课后习题未能覆盖或者覆盖密度不足的重点、难点，提供一些补充练习题，便于读者在使用本书后，能对所有重点、难点进行一轮较为完整的训练。为增加训练强度，本书补充训练题一律取材于各大名校历年考研的经典真题。

<<罗宾斯>>

书籍目录

前言

第I篇 绪论

第1章 管理者与组织导论

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第2章 管理的昨天和今天

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第 II 篇 定义管理者的领地

第3章 组织文化与环境：约束力量

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第4章 全球环境中的管理

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第5章 社会责任与管理道德

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第 III 篇 计划

第6章 制定决策：管理者工作的本质

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第7章 计划的基础

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第8章 战略管理

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第9章 计划工作的工具和技术

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第 IV 篇 组织

第10章 组织结构与设计

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

<<罗宾斯>>

第11章 管理沟通与信息技术

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第12章 人力资源管理

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第13章 变革与创新管理

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第V篇 领导

第14章 行为的基础

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第15章 理解群体与团队

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第16章 激励员工

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第17章 领导

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第 篇 控制

第18章 控制的基础

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

第19章 运营及价值链管理

【学习精要】

【习题解析】

【补充训练】

附录 知识点列表

## 章节摘录

版权页：一个组织仅仅能够创造竞争优势是不够的，它还应该能够保持它，即建立可持续的竞争优势。

但市场的不稳定、新技术和其他重要但无法预料的变化要求管理者努力创建长期的、可持续的竞争优势，而通过运用战略管理，管理者更能使组织获得可持续的竞争优势。

10. 质量管理怎样成为一种竞争优势？

【重要级别】【难度】2【页码】213【考查要点】组织战略 / 业务层战略【参考答案】如果实施得当，质量也可以成为组织建立持久竞争优势的方式。

质量管理聚焦于质量的不断改进和顾客。

一个组织满足顾客对质量的需求的程度可以使之有别于竞争对手，并建立顾客忠诚。

不仅如此，在质量和可靠性方面持续改进还可以建立起持久的竞争优势。

产品创新在建立持久竞争优势方面的机会是较小的，因为创新很容易被竞争对手模仿。

但是，作为质量管理的一种基本要素，不断改进是可以发展出持久的竞争优势的。

11. 阐述五种竞争力量模型。

【重要级别】【难度】3【页码】213【考查要点】组织战略 / 业务层战略【参考答案】迈克尔·波特的主要贡献是详尽地解释了管理者怎样建立和保持竞争优势，这种竞争优势可以使公司获得超过平均水平的盈利。

波特认为某些产业比其他产业具有内在的高盈利性，但即使是在不活跃的产业中，公司仍然可以创造大量的利润，而在“富有魅力，，的产业中，公司也可能亏损，这其中的关键是如何开发竞争优势。

五种竞争力量共同决定了产业的吸引力和盈利性，管理者可以应用以下五个因素来评估产业的吸引力。

(1) 新加入者的威胁。

规模经济性、品牌忠诚度和资本规模等决定了新竞争者进入一个产业的难易程度。

(2) 替代威胁。

转换成本、购买者的忠诚度等决定了顾客是否愿意购买替代产品。

(3) 购买者的议价能力。

顾客的数量、顾客所掌握的信息，以及替代产品的可获得性，决定了购买者在产业中的影响程度。

(4) 供应商的议价能力。

供应商的集中度和替代输入的可获得性等，决定了供应商相对于企业在产业中的影响能力。

(5) 现有的竞争者。

产业的增长率、增长或下降的需求以及产品的差异等，决定了产业中现有企业之间相互竞争的强度。

一旦管理者评估了五种力量并确定了存在的威胁和机会，接下来就是选择适当的竞争战略。

<<罗宾斯>>

编辑推荐

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>