

图书基本信息

书名：<<高等学校工商管理类核心课程教材>>

13位ISBN编号：9787040302479

10位ISBN编号：7040302470

出版时间：2010-8

出版时间：高等教育出版社

作者：周三多，贾良定 主编

页数：334

字数：400000

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

这是专门为《管理学》（第三版）配套的习题与案例集。

《管理学》作为“面向21世纪课程教材”于2000年8月出版以来，受到了全国许多高等学校管理类专业师生以及企业界的广泛好评。

据出版机构统计，全国有300多所高校选择本书作为本科生教学用书，有近100所院校将其指定为管理类专业硕士生入学考试的参考书，许多企业或专业培训机构也在管理培训中选用了本书，本书的发行量已几百万册。

作为一本读者面如此之广、受社会各界关注程度如此之高的教材的作者，我们深感责任重大。

这种责任感不仅仅促使我们全心全意把教材写好，同时也促使我们要写一本方便广大教师备课和读者自学的支持性教材，这正是本书写作的目的和由来。

本书基于《管理学》（第三版）的章节和内容，由三大部分构成：第一部分，习题。

根据每章的教学和学习要点，按章编写了填充、选择、简答、问答四种类型的习题，并配以答案或指导性答案。

我们试图通过填充和选择题帮助广大读者准确地掌握主要概念和主要知识点，它强调的是准确；简答题意在帮助广大读者理解主要概念和知识点的基本内容，它强调的是简明扼要；问答题是多个概念和知识点的综合，意在帮助广大读者培养综合分析能力，它强调的是综合分析、理解概念和知识点之间的内在关系。

第二部分，短小案例。

紧扣主教材每章内容按章编写1-4个中国企业的短小案例，每个短小案例后附2-3个思考题。

读者可以在数分钟内读完案例，针对章节的知识点，就思考题对案例进行分析。

短小案例旨在帮助读者把每章内容与我国企业（或其他组织）的管理实践联系起来，进行拓展性思考

。

内容概要

本书是“面向21世纪课程教材”《管理学》(第三版)配套的习题与案例集。作者在十余年的教学经验基础上,广泛征求同行的教学建议和意见,从方便学生学习和掌握管理学基本理论和方法的角度,精心编写了该本配套教材。每章都编写了填充、选择、简答、问答四种类型的习题,并配以答案或指导性答案。同时紧扣每章内容编写短小案例,帮助读者把每章内容与我国企业(或其他组织)的管理实践联系起来,进行拓展性思考。并且为帮助读者综合理解和运用管理学知识,我们特地编写了“苏宁”和“德隆”两个综合性案例,试图说明企业“做强、做大、做长”的道理,读者可以从案例中理解和领悟管理学的真谛。本书既是教师教学的好帮手,也是学生学习管理学的好朋友。

书籍目录

第一部分 各章习题及其参考答案

- 第一章 管理活动与管理理论
- 第二章 管理道德与企业社会责任
- 第三章 全球化与管理
- 第四章 信息与信息化管理
- 第五章 决策与决策方法
- 第六章 计划与计划工作
- 第七章 战略性计划与计划实施
- 第八章 组织设计
- 第九章 人力资源管理
- 第十章 组织变革与组织文化
- 第十一章 领导概论
- 第十二章 激励
- 第十三章 沟通
- 第十四章 控制与控制过程
- 第十五章 控制方法
- 第十六章 管理的创新职能
- 第十七章 企业技术创新
- 第十八章 企业组织创新

第二部分 各章配套短小案例

- 第一章 管理活动与管理理论
 - 案例一 升任公司总裁后的思考
 - 案例二 陈书友的悔恨
 - 案例三 阿里巴巴精神控制术——马云打造职场乌托邦
- 第二章 管理道德与企业社会责任
 - 案例一 汇源的社会责任
 - 案例二 2004年中国十大企业社会责任案例
- 第三章 全球化与管理
 - 案例一 TCL国际化：从批发式向零售式迈进
 - 案例二 华为国际化突围的两大利器
- 第四章 信息与信息化管理
 - 案例一 丰科城的成长
 - 案例二 东南汽车33家汽车关联企业同上ERP
- 第五章 决策与决策方法
 - 案例 准确决策与盲目投资
- 第六章 计划与计划工作
 - 案例 北京2008年奥运会市场开发计划
- 第七章 战略性计划与计划实施
 - 案例 新东方学校的战略选择
- 第八章 组织设计
 - 案例 万维公司的组织结构变革
- 第九章 人力资源管理
 - 案例一 广东北电——人性化管理
 - 案例二 海尔的赛马
 - 案例三 李欣的调离报告

案例四 许继电气：人力资源的多层次开发

第十章 组织变革与组织文化

案例 顺应发展的组织变革

第十一章 领导概论

案例 张瑞敏：中国管理的创新引领者

第十二章 激励

案例一 美泉公司的员工激励

案例二 晋升停滞的骨干员工，留得住吗？

第十三章 沟通

案例一 摩托罗拉(中国)公司的“Open Door”式沟通网络

案例二 进亦难，退亦难——一个项目经理的日记

第十四章 控制与控制过程

案例一 “模拟市场核算，实行成本否决”的邯钢模式

案例二 十分钟的悲剧

第十五章 控制方法

案例 创立库存管理机制提升内部控制管理水平

第十六章 管理的创新职能

案例 金科申华公司的TEAM工作法

第十七章 企业技术创新

案例 “顶天立地”的方正模式

第十八章 企业组织创新

案例 企业集团的矩阵管理——春兰集团的管理创新

第三部分 综合案例

综合案例一 苏宁现象

综合案例二 风雨德隆

章节摘录

非股权安排阶段。

随着出口活动的推进，对国际市场了解的加深，企业开始尝试新的手段和方法。

此时，特许经营、技术转移、合同制造等非股权安排成为企业国际化经营的新方式。

在这一阶段，企业开始考虑如何通过有关经营方式的选择来达到对海外市场渗透和扩展的目的，以及如何调整和变革管理体制（如人力资源策略、营销体系与策略）、各种内部管理制度与组织结构等以应对企业国际化程度加深所带来的挑战。

直接投资阶段。

在这一阶段，企业的国际化经营活动不再仅仅以一般商业利益为目标，它还希望通过生产的国际化实现全球范围内的资源优化组合，并最终实现生产利益和商业利益等综合利益的最大化。

很显然，这一时期企业所拥有的人、财、物、生产和经营管理的技术等条件亦已达到了一个新的阶段。

企业面临的问题主要是，如何识别和判断目标市场出现的新机遇，如何对可供选择的投资机会进行有效的筛选，如何将新的扩张性行动与原有优势结合起来，以及如何推动企业所拥有的竞争优势向可持续化方向发展等。

3.第一，各国政体和国体差异决定了国际经营活动所面临的政治和法律制度各不相同。

第二，不同经济体制和经济发展水平决定了国际化经营企业面对经济环境有别于国内。

第三，各国拥有的价值观、生活方式、语言文化的差别又决定了国际经营者必须面对多种文化之间的冲突问题。

这就要求国际企业的管理制度、组织结构、决策程序、人员的要求和配备等必须适应国际化的环境。

4.第一，权力差距。

在一个社会组织中，权力分配往往是不均等的，即存在着权力等级。

有的国家或地区对权力距离的接受程度较高，可称之为“高权力差距”的社会；有的国家或地区对权力差距接受程度较低，可称之为“低权力差距”的社会。

编辑推荐

《管理学(第3版)习题与案例》：普通高等教育“十一五”国家级规划教材学习辅导书面向21世纪课程教材学习辅导书

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>