

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787111248323

10位ISBN编号：7111248325

出版时间：2008年

出版时间：机械工业出版社

作者：纪成君,李乃文,路世昌

页数：200

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

绝大多数工程技术类专业本科生毕业参加到企业工作后，从事管理性质的工作，因此必须具备相应的管理学、经济学知识背景。

近年来，一些高校已经认识到这一点，为工程技术类专业学生开设了管理学、经济学课程，以培养既懂技术、又懂管理的复合型人才。

为适应这一需要，我们编写了这本《管理学：企业的视角》。

辽宁工程技术大学自20世纪80年代初期以来，一直为工程技术类专业学生开设企业管理学课程。

在遵循企业管理学传统内容基础上，本书结合多年来企业管理学教学、科研经验、体会与思考，并注意吸收管理学的最新进展，在企业管理学基本理论方面有所创新。

本书的宗旨在于让学生明了自己将来工作的性质，掌握企业管理活动的内在规律与内容，培育学生的管理意识，培养学生具有创造性分析和解决管理问题的能力。

本书的主要特点是：（1）本书总体框架与具体内容根据工程技术类专业学生将来工作性质与目标定位、学习需求以及工程技术类专业学生的思维方式和学习特点而设计，注重逻辑性，培养学生科学的管理思维。

（2）企业作为经济组织，其运行必然受制于经济规律的制约与支配，企业的管理也必然要尊重经济规律与经济学原理。

本教材充分注重这一点，撰写过程中注重管理学与经济学的融合以及经济学方法在企业管理学中的应用。

（3）将一些管理学、经济学最新进展和管理理念引入本书，使学生了解管理学、经济学前沿动态，做到了与时俱进。

（4）在清晰阐述关于企业和企业管理的基本理论、基本原理的前提下，不再过多阐述各职能管理的基础理论，注重培养学生分析问题、解决问题的实践能力。

（5）实用性强。

每章均附有学习目标、复习思考题等，并提供了针对32、40、48等不同学时的教学内容安排建议，方便教师和学生使用。

本书可作为高等院校理工类专业本科生教学使用，也可作为工程技术人员学习企业管理学的入门教材，有关企业和企业管理基本理论、基本原理的内容对管理学专业的学生具有重要的学习参考价值。

本书由纪成君负责教材内容体系总策划、修改和定稿。

具体分工为：第1、2、11章由纪成君编写；第3章由乔利利、路世昌编写（其中3.3节由纪成君、乔利利、刘燕共同编写，3.4节由纪成君编写）；第4章由葛峰编写；第5章由高殿军编写（其中5.7节由王为、纪成君编写）；第6章由王为、刘燕编写；第7、8章由李乃文编写；第9章由王心泉编写；第10章由陈炜、路世昌编写。

本书的编写得到了辽宁工程技术大学的支持与帮助，被列为辽宁工程技术大学“十一五”规划教材出版。

本书的撰写与出版也得到了辽宁工程技术大学工商管理学院院长、博士生导师王志宏教授、副院长叶柏青教授、李玲教授等，以及辽宁工程技术大学教务处的指导、支持与帮助，机械工业出版社及编辑夏伟、吴亚军、刘斌先生对本书出版给予了热情支持并付出了辛勤劳动，在此一并表示衷心的感谢。本书编写过程中参阅了大量资料与文献，有些未能在参考文献中列出，在此谨向有关作者表示衷心感谢。

由于时间、精力和水平所限，书中不足之处在所难免，欢迎同行专家及使用本书的教师、学生和广大读者批评指正。

内容概要

《21世纪高等院校专业课系教材：管理学（企业的视角）》系统讲述了现代企业管理学的内容，包括市场经济下企业类型及其特征、现代企业管理基本原理与现代企业集成管理体系、组织工作等内容，每章后均附有复习思考题。

《21世纪高等院校专业课系教材：管理学（企业的视角）》语言精练、逻辑性强，在有关企业的基本理论以及企业管理原理与体系构建等方面有所创新。适合高等院校工程技术专业本科生教学使用，也可作为现场工程技术人员学习企业管理学的入门教材，有关企业和企业管理基本理论、基本原理的内容对管理学专业的学生具有重要的学习参考价值。

书籍目录

前言教学建议第1章 企业与企业制度1.1 企业及其基本特征 1.2 企业的产生与发展 1.3 企业制度及其分类
第2章 公司的设立与变更2.1 公司设立 2.2 公司合并与分立 2.3 公司破产与清算 2.4 公司的解散与清算
第3章 管理与企业管理学3.1 管理概述 3.2 企业管理概述 3.3 企业管理原理 3.4 企业管理体系 第4章 组织
结构4.1 公司治理结构 4.2 组织结构及其基本类型 4.3 组织结构设计 第5章 生产运作管理5.1 生产运作管
理概述 5.2 企业生产过程组织 5.3 质量管理 5.4 物资管理 5.5 设备综合管理5.6 先进制造技术与先进生产
方式 5.7 技术管理 第6章 市场营销6.1 市场营销概述 6.2 市场细分与目标市场选择 6.3 市场营销组合策略
第7章 人力资源开发与管理7.1 人力资源与人力资源管理 7.2 岗位管理 7.3 员工培训与开发 7.4 绩效管理
7.5 薪酬管理 7.6 员工激励 第8章 企业文化8.1 企业文化概述 8.2 企业文化管理 8.3 企业文化塑造 第9章 决
策理论与方法9.1 决策的基本含义 9.2 确定型决策 9.3 风险型决策 9.4 不确定型决策 第10章 企业战略管
理10.1 企业战略与战略管理 10.2 企业战略分析 10.3 战略制定与选择 10.4 战略实施与控制 第11章 企业理
论11.1 企业理论的研究对象 11.2 企业理论的主要分支理论 参考文献

章节摘录

杨瑞龙认为：企业治理结构应遵循“共同治理”逻辑。

企业不仅要重视股东的权益，而且要重视其他利益相关者对经营者的监控；不仅要强调经营者的权威，还要关注其他利益相关者的实际参与。

具体说来，就是在董事会、监事会中要有股东以外的利益相关者的代表，如职工代表、债权人代表等。

林毅夫等从市场机制在公司治理中的决定性作用角度出发，认为公司治理结构，是指所有者对企业经营管理和绩效进行监督、控制的一整套制度安排。

其中最基本的成分是通过竞争的市场所实现的间接控制或外部治理。

美国公司董事协会(National Association of Corporate Directors)认为：公司治理结构是确保企业长期战略目标和计划得以确立，确保整个管理结构能够按部就班地实现这些目标和计划的一种组织制度安排。

这种概括目前被认为是最权威的。

公司治理结构不仅是经济和管理概念，更重要的是法律概念。

《公司法》对法人治理结构有着规范化的统一要求，是公司作为法人的基本条件。

4.1.2 公司治理结构的职能按照公司的治理过程和对企业内、外部管理的侧重取向来划分，企业治理结构的基本职能可以概括为四个方面。

1. 指导职能 企业治理结构的指导职能主要涉及：制定企业的长期发展目标和战略；制定资源总量的获取和配置原则；制定指导和约束管理者行为的基本政策；制定企业的发展方向及其指导思想。

指导职能的侧重点在于明确企业的使命，使企业的全体员工对企业未来的发展方向达成共识，并朝着这个方向努力。

治理结构要想充分发挥指导作用，一方面要具有长期战略眼光；另一方面也必须认真研究企业生存的商业、经济、社会、技术和政治环境。

制定发展策略既要考虑到企业的外部环境，也要考虑到企业的内部条件。

就外部环境来说，要明确挑战和机遇是什么；就内部条件来说，要明确企业优势和劣势有哪些。

2. 管理职能 公司治理结构管理职能的侧重点主要在企业内部。

它从中、短期角度来考虑企业的财务、生产和市场管理等问题。

密切注视企业日常生产经营活动是否背离企业的经营发展战略，并在必要的条件下采取纠偏或鼓励措施。

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>