

<<管理学原理>>

图书基本信息

书名：<<管理学原理>>

13位ISBN编号：9787300115245

10位ISBN编号：7300115241

出版时间：2000-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：王利平

页数：329

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>

<<管理学原理>>

内容概要

本书是《管理学原理》的第三版。

第一版名为《现代企业管理基础》，于1994年出版，第二版更名为《管理学原理》。

15年来本书多次印刷，销量达数十万册，在本科教学、在职学习、管理培训等方面，都有使用。

本书是作者主持的国家级精品课程“管理学原理”的配套教材，曾荣获教育部2002年全国普通高等学校优秀教材一等奖，2005年还得到了北京市教委“精品教材建设工程重点项目”的立项支持。

本书定位为基础性的管理学教材，较多地吸收和参考了国内外已有的成果。

本书以近代组织管理的奠基人巴纳德的组织管理理论为基本理论基础，内容安排以当代市场经济条件下工商企业管理基本知识为重点，注重实用性。

与同类教材相比，本书的特点是：1. 体系新颖。

以组织生存和发展的条件为基点，从企业与环境的平衡、企业内部的平衡、企业发展过程的动态平衡方面把握管理过程，展开相关知识体系。

既注重原理性，又兼顾可读性。

2. 适用面宽。

全书内容以工商企业一般性经营管理活动为主，不涉及行业的具体业务管理和专业管理。

全面介绍了一般管理原理的系统知识，避免了与其他后续学科、课程和专业管理科目的重复。

3. 时代性强。

本书较多地反映了当代企业经营管理面临的新问题，吸收了比较成熟的管理前沿研究成果。

4. 实用性强。

以介绍和说明基本知识为主，不做理论展开。

在说明和讲解过程中尽可能采用一般化的、贴近现实生活的语言和现实的例证。

本书由4篇18章构成。

第1篇先系统介绍管理思想演进的历史，然后概要说明组织管理的基本原理，是管理学的历史和理论基础。

第2篇为企业环境管理。

主要围绕企业输出——企业战略，企业输入——企业制度选择，企业利益相关群体关系管理三方面知识展开。

第3篇是组织内部管理。

由两部分内容构成：一部分是管理基本框架的设立；另一部分是管理体系框架的运用。

第4篇是发展过程管理。

从变化、动态角度，结合企业发展展开管理知识。

<<管理学原理>>

书籍目录

第1篇 绪论 第1章 管理的历史发展 第1节 古典管理理论 第2节 近代管理的发展 第3节 当代管理理论 第4节 管理历史演进的规律和线索 案例分析 晋商——源远流长的山西商业资本 第2章 组织管理基本原理 第1节 个体层次的基础知识 第2节 正式组织和非正式组织 第3节 组织平衡 第4节 管理的概念与职能 案例分析 一个成功企业家的难题第2篇 企业环境管理 第3章 企业环境管理概述 第1节 企业与环境的关系 第2节 企业环境管理的基本目的 第4章 企业目标与竞争战略 第1节 企业目标与企业战略 第2节 企业基本竞争战略 第3节 差异化战略 第4节 经营资源 案例分析 海底捞：“上帝的感觉” 第5章 多元化经营战略 第1节 环境变化与经营范围 第2节 多元化经营战略 第3节 企业经营方向和经营结构选择 第4节 资源配置 案例分析 三菱集团 第6章 国际化经营战略 第1节 国际化经营的动机和过程 第2节 国际化经营环境分析 第3节 企业跨国经营战略 案例分析 星巴克：打造全球品牌 第7章 企业制度与公司治理 第1节 企业及企业制度 第2节 企业形态 第3节 公司治理 案例分析 罗罗公司的治理模式 第8章 企业外部关系协调 第1节 企业的外部关系与社会责任 第2节 利益相关群体关系协调 案例分析 强生公司的“泰诺事件” 第3篇 企业组织管理 第9章 企业组织管理概述 第1节 组织管理的基本问题 第2节 正式化的机制 第3节 组织管理的职能 第10章 组织结构与制度规范 第1节 组织结构设计 第2节 组织结构形式选择 第3节 制度规范 案例分析 远大集团的制度化第11章 计划与控制 第1节 计划与控制 第2节 计划系统 第3节 控制系统 第4节 计划与控制的工具 案例分析 某机床厂的目标管理实施过程 第12章 激励 第1节 激励的作用机制 第2节 激励理论模式 第3节 激励系统设计 案例分析 怎样搞好突击加班 第13章 领导 第1节 领导的基础 第2节 领导的有效性和领导方式 第3节 沟通 案例分析 卓越领袖——通用电气公司总裁：杰克·韦尔奇 第14章 企业文化 第1节 企业文化的构成和功能 第2节 企业文化的形成 案例分析 联想——文化制胜第4篇 变革与发展过程管理 第15章 变革与发展过程管理概述 第1节 企业发展中的矛盾和变化 第2节 企业发展与惯性 第3节 权变管理 第16章 模式转换与革新 第1节 模式转换 第2节 成熟与革新 案例分析 杜邦公司组织机构的改革 第17章 发展过程管理 第1节 发展过程的特点 第2节 发展过程管理 案例分析 IBM公司的发展变革 第18章 风险管理 第1节 风险管理概述 第2节 风险识别与预警 第3节 预防体系和预防策略 第4节 风险管理组织 第5节 危机管理 案例分析 埃克森公司原油泄漏事件

章节摘录

插图：（一）政府关系对企业的影响 1.政府运用宏观调控手段对企业的微观经济行为实行间接调节和控制。

在市场经济条件下，政府不再直接干预企业的生产经营活动，而主要通过政策法规、税收、信贷、价格、工资等宏观调节手段对企业实行间接调控，依靠工商、税务等职能机构监督企业的经济活动。

企业作为国民经济系统的基本细胞，必须遵守国家的经济政策、法规和条例，按照宏观调控信号的指示方向调整自身的经济行为，自觉接受政府部门的监督和检查，力求将企业的微观经济活动纳入宏观经济系统的轨道，实现国民经济的总体协调发展。

2.政府对企业经济利益的实现程度和分配具有影响和制约作用。

企业是物质财富的直接创造者。

在市场经济条件下，企业创造的物质财富不仅要以货币收入形式在企业内部分配，而且要作为国民收入在物质生产产业和非物质生产产业以及其他非营利性社会组织之间进行再分配。

政府作为社会管理者，为保证国家权力机构、军队、学校等非营利组织有效发挥功能，以税收形式向企业征收一定比例的收入，从而直接参与企业物质利益的分配。

企业有责任遵守国家的税收法规，按照规定的税种、税率依法纳税。

3.政府对企业的生产经营活动具有信息导向功能。

在瞬息万变的市场环境中，获取必要的信息是企业制定决策和从事生产经营活动的基本条件，从一定意义上说，掌握信息的充足、准确程度决定着企业经营的成败。

企业囿于自身地位、能力的局限，难以广泛、全面地收集各种社会经济信息，而政府利用其特殊地位，可以全面、系统地收集、整理各类信息，及时向企业发布。

此外，政府和各部门编发的各种文件、简报、通报、内部刊物、参考资料等，也构成重要的信息来源。

政府提供的信息以其全局性、权威性和可靠性而对企业具有重要参考价值，成为企业制定经营决策的主要依据。

4.政府是企业重要的资金来源和客户。

采用财政拨款、低息贷款、提供基金等方式支援重点建设，扶持弱小行业和产业，是各国政府行使管理职能的惯常做法。

出于政治、军事或经济目的的需要，政府还经常向企业进行订货或组织承包，因而政府成为企业获取资金和订货的一个重要来源。

能够争取到政府提供的资金支持和大笔订单，对企业获得优越的资金使用条件和稳定的产品销路，无疑是十分有利的。

<<管理学原理>>

编辑推荐

《管理学原理(第3版)》：北京市高等教育精品教材立项项目。

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>