

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787301209318

10位ISBN编号：7301209312

出版时间：2012-9

出版时间：李先江 北京大学出版社 (2012-09出版)

作者：李先江 编

页数：308

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>

内容概要

《21世纪经济与管理应用型本科规划教材·工商管理系列：管理学》特色：注重逻辑推演，使学生在基本概念、基本原理和基本分析方法的学习基础上能够抓住管理学的精要。

涵盖本学科近年最重要、最新的成果，同时还吸纳了现代经济学、社会学、心理学在管理问题上的新观点。

注重本土化，教导学生在了解我国特殊文化、制度、环境等特点下有效运用管理的基本规律、基本原则和基本方法，从而创造自己的管理模式，所选案例也绝大部分都是本土发生的事，有助于读者进行管理本土化的思考。

欢迎任课教师来函索取教学课件。

书籍目录

第一篇 管理的内涵与理论发展 第一章 管理的内涵 第一节 管理与管理者 第二节 管理职能 第三节 管理的基本原理 第四节 组织与环境 第五节 管理学的学科特点与研究方法 第二章 管理理论的发展 第一节 中国古代的管理思想 第二节 西方管理思想的形成和发展 第三节 现代管理思想的新发展 第二篇 领导与计划 第三章 愿景与战略 第一节 愿景与企业愿景 第二节 战略与战略管理 第三节 公司层战略 第四节 事业层战略 第五节 职能层战略 第四章 计划 第一节 计划的内涵、作用与维度 第二节 计划的内容与输出形式 第三节 计划的类型 第四节 计划的编制 第五节 计划的实施 第五章 决策 第一节 决策的内涵与过程 第二节 决策的类型 第三节 决策的原则与影响因素 第四节 现代决策方法 第六章 领导 第一节 领导和领导者 第二节 领导理论 第七章 激励与沟通 第一节 激励 第二节 沟通 第三篇 组织运营与变革 第八章 组织设计 第一节 组织的概念及功能 第二节 组织设计的原则与思想 第三节 组织设计的基本程序 第四节 组织中的权力和责任 第五节 典型的组织结构 第九章 组织的能力构建与运营 第一节 核心能力与动态能力 第二节 从资源到能力 第三节 组织运营概述及常规组织与任务型组织的运营 第四节 组织运营的主要理论 第十章 组织资源与能力的管理 第一节 人力资源管理 第二节 融资与资本运营 第三节 知识管理 第十一章 创业管理 第一节 创业、创业精神与创业者 第二节 创业模型 第三节 创业机会的发现与评估 第十二章 组织文化与组织变革 第一节 组织文化 第二节 组织文化的功能 第三节 组织文化的建设 第四节 组织变革 第四篇 控制与创新 第十三章 控制的基础与方法 第一节 控制的内涵 第二节 控制原理 第三节 控制的类型 第四节 控制方法 第十四章 创新 第一节 创新的内涵和作用 第二节 创新的内容 第三节 创新管理 参考文献

章节摘录

版权页：插图：1.差异化战略适用的外部条件（1）有多种途径创造企业与竞争对手产品之间的差异，并且这种差异被顾客认为是有价值的；（2）顾客对产品的需求和使用要求是多种多样的，即顾客需求是有差异的；（3）采用类似差异化途径的竞争对手很少，即真正能够保证企业是“差异化”的；（4）技术变革很快，市场上的竞争主要集中在不断推出新的产品特色。

2.差异化战略适用的内部条件（1）具有很强的研究与开发能力；（2）企业具有以其产品质量或技术领先的声望；（3）企业在这一行业有悠久的历史或吸取其他企业的技能并自成一统；（4）很强的市场营销能力；（5）研究与开发、产品开发以及市场营销等职能部门之间具有很强的协调性；（6）企业具备吸引高级研究人员、创造性人才和高技能职员物质设施；（7）与各种销售渠道强有力的合作。

三、集中化战略 集中化战略又叫聚焦型战略，是将目标集中在特定的顾客或地理区域上，即在行业内很小的竞争范围内建立独特的竞争优势。

采用集中化战略的逻辑依据是：企业能比竞争对手更有效地为其狭隘的顾客群体服务。

集中化战略的适用条件：（1）具有完全不同的用户群，在相同的目标市场群中，其他竞争对手不打算实行重点集中的战略；（2）企业的资源不允许其追求广泛的细分市场；（3）行业中各细分部分在规模、成长率、获得能力方面存在很大的差异。

第五节 职能层战略 职能层战略是指企业中的各职能部门制定的指导职能活动的战略，一般可分为生产战略、市场营销战略、财务战略、研究与开发战略、人力资源战略等。

职能层战略描述了在执行公司战略和经营战略的过程中，企业中的每一职能部门所采用的方法和手段。

1.生产战略 生产战略就是企业在生产成本、质量流程等方面建立和发展相对竞争优势的基本途径，它规定了企业在生产制造和采购部门的工作方向，为实现企业总体战略服务。

企业生产战略不能仅根据企业内部生产条件来确定，还应考虑市场需求和企业整体战略的要求。

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>