

<<管理学>>

图书基本信息

书名：<<管理学>>

13位ISBN编号：9787509207048

10位ISBN编号：7509207045

出版时间：2011-1

出版时间：中国市场出版社

作者：里基·W.格里芬

页数：544

译者：刘伟

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

自从本书在1984年出版第1版以来，已经有将近150万学生使用本书学习了管理学的课程。

今天，本书仍然在数百所大学、研究生项目、社区大学和经理培训项目中获得采用。

本书的上一版在40个国家中得到采用，并已被译成7种语言。

在这一版中，我保留了所有为本书在以往赢得成功的构成要素，同时对于未来——商业的未来、管理的未来和教科书的未来——进行了清晰的展望。

概论性教材的写作是一项挑战。

第一，因为它是概论性的，因此必须面面俱到。

第二，它必须既准确又简明。

第三，由于管理是一种现实的活动，教材必须同真实世界保持关联。

第四，教材的内容必须及时更新。

第五，它还必须有趣并且吸引学生参与。

对这本教材过去数版的回顾表明，在满足上述目标方面，我的工作是有成效的。

我认为这一版将比以往更加有效地满足上述目标。

第9版的改进和重要提示第9版对教材进行了重大的修改。

这种修改是长期思考的结果，绝不是仅仅添加几个热门话题。

对主要章节均进行了重大修改，更加重视服务、伦理、全球化管理和信息技术，对章节的组织采取了整体化的方法。

这些变化反映了我本人的以及得到教材评议人和使用教师确认的意见，我们认为教材中提供了学生们在进入全新的管理世界之前所应当掌握的东西。

此外，新的教学方法上的创新，比如“复习一下”和“自测题”的设计也是很有价值的。

<<管理学>>

内容概要

本书作者是知名的管理学家，本书特别注重对管理基本知识提供全面而又整体性的介绍。对于较为专门的主题，则通过专题等形式展开。

本书文字生动有趣，作者还提供了大量经过研究的真实案例，帮助学生将管理学的理论与现实联系起来。

作者简介

里基·W·格里芬教授是美国著名的管理学家，现任美国得克萨斯A&M大学Mays商学院执行副院长，Jeanne and John R·Blocker讲席教授。

格里芬教授曾任《管理学报》(Journal of Management)主编以及多家学术期刊的评审人，他的学术专长为组织行为学，曾任美国管理学会组织行为

书籍目录

序言致谢 第一部分 管理学导论第1章 管理和管理者的工作 1.1 管理学导论 1.2 管理过程 1.3 管理者的类型 1.4 基本的管理角色与技能 1.5 管理工作的性质 1.6 新的工作环境第2章 传统的和当代的管理问题与挑战 2.1 理论和历史对管理学的重要意义 2.2 古典管理理论 2.3 行为管理理论 2.4 定量分析的管理理论 2.5 理论的整合 2.6 当代管理问题及其挑战 第二部分 管理的环境和背景第3章 组织的环境和文化 3.1 组织的环境 3.2 外部环境 3.3 内部环境 3.4 组织文化 3.5 组织—环境关系 3.6 环境与组织效能第4章 伦理环境与社会环境 4.1 组织内的个人伦理 4.2 组织中的热点伦理问题 4.3 组织与社会责任 4.4 政府与社会责任 4.5 管理社会责任第5章 全球环境 5.1 国际企业的性质 5.2 全球经济的结构 5.3 全球化管理的的环境挑战 5.4 在全球经济中竞争第6章 多元文化环境 6.1 多元化和多元文化主义 6.2 组织中的多元化和多元文化主义 6.3 组织中的多元化和多元文化主义的影响 6.4 管理组织中的多元化和多元文化主义 6.5 多元文化的组织方向 第三部分 规划与决策第7章 规划与决策的基本要素 7.1 决策与规划过程 7.2 组织目标 7.3 组织规划 7.4 战术规划 7.5 作业规划 7.6 目标设定与‘规划过程的管理第8章 战略与战略规划的管理 8.1 战略管理的性质 8.2 运用SWOT分析法构建战略 8.3 构建业务层战略 8.4 实施业务层战略 8.5 构建公司层战略 8.6 实施公司层战略 8.7 国际战略与全球战略第9章 决策与问题解决 9.1 决策的性质 9.2 决策中的理性方面 9.3 决策中的行为方面 9.4 组织中的群体与团队决策第10章 新企业的创建和创业 10.1 创业的概念 10.2 创业对于社会的意义 10.3 创业型组织的战略 10.4 创业型组织的结构 10.5 创业型组织的绩效 第四部分 组织工作的过程第11章 组织工作的基本要素 11.1 组织工作的要素 11.2 工作设计 11.3 工作组合：组织的部门化 11.4 职位间报告关系 11.5 职权的分配 11.6 协调工作 11.7 职位间的差异第12章 组织设计 12.1 组织设计的性质 12.2 组织设计的通用理论 12.3 影响组织设计的情境因素 12.4 组织设计与战略 12.5 组织设计的基本形式 12.6 当前组织设计中出现的新问题第13章 组织变革与创新 13.1 组织变革的性质 13.2 组织中变革的管理 13.3 组织变革的领域 13.4 组织创新第14章 组织中的人力资源管理 14.1 人力资源管理的环境与背景 14.2 吸引人力资源 14.3 开发人力资源 14.4 保持人力资源 14.5 变化的工作环境中的新挑战 第五部分 领导过程第15章 组织中个体行为的基本要素 15.1 理解组织中的个体 15.2 人格与个体行为 15.3 态度与个体行为 15.4 知觉与个体行为 15.5 压力与个体行为 15.6 组织中的创造性 15.7 工作环境中行办的类型第16章 员工激励与绩效的管理 16.1 激励的本质 16.2 激励的内容理论 16.3 激励的过程理论 16.4 激励的强化理论 16.5 常见的激励策略 16.6 运用奖励系统进行绩效激励第17章 领导和影响过程 17.1 领导的性质 17.2 领导的一般方法 17.3 领导的情境方法 17.4 其他领导理论 17.5 新的领导理论 17.6 组织中的政治行为第18章 人际关系与沟通的管理 18.1 组织人际关系的性质 18.2 沟通和管理者工作 18.3 组织中沟通的形式 18.4 组织中的非正式沟通 18.5 组织沟通的管理第19章 工作群体和团队的管理 19.1 组织中的群体和团队 19.2 群体和团队特性 19.3 人际冲突与群体间冲突 19.4 组织内冲突的管理 第六部分 控制过程第20章 控制的基本要素 20.1 控制的本质 20.2 运营控制 20.3 财务控制 20.4 结构控制 20.5 战略控制 20.6 组织中控制的管理第21章 运营、质量与生产率管理 21.1 运营管理的本质 21.2 运营系统的设计 21.3 组织的技术 21.4 通过供应链管理实施运营管理 21.5 全面质量管理 21.6 生产率管理

章节摘录

插图：成本领先战略。

为了支持成本领先战略，企业的营销和销售应当专注于简单的产品属性以及如何用低成本和有效的方式令这些产品属性满足顾客的需要。

这些努力的目的是强调在一定价格水平下组织产品所提供的价值，而不是这些产品或服务的特性。

它们的广告也强调了公司所实行的成本领先战略，例如比克笔（“从第一次书写到每一次书写”）、天美时表（“一次上弦，终身滴答”）和沃尔玛（永远可信赖的低价品牌）。

在成本领先战略下，适当注重会计和财务控制是极为关键的。

组织的成功取决于能否保持成本低于竞争对手，管理层必须尽一切可能降低成本。

正是严格的财务和会计控制帮助那些组织成功地实施成本领先战略，例如沃尔玛、Costco和富国银行

。

在制造方面，这些企业通常从高度标准化产品的大规模制造中获益。

产品设计要同时考虑顾客需求和制造时的便利。

制造部门强调提高产量降低单位制造成本。

像东芝公司和德州仪器这样的企业就采用了这一方法来实施成本领先战略。

实施成本领先战略的组织的文化倾向于专注提高制造、销售和其他业务职能的效率。

在这些组织中的经理会疯狂地执著于控制成本。

沃尔玛公司请求顾客将购物车放在停车场的指定区域内，并以醒目的标志书写“我们请求您帮助我们降低您的成本”。

日本的富士通电子公司在东京的制造工厂中墙面未刷漆，看得见煤渣砖和水泥，目的就是为了尽可能降低成本。

编辑推荐

《管理学(第9版·精要版)》：管理学导论管理和管理者的工作传统和当代的管理问题及其挑战管理的环境和背景组织的环境和文化全球环境伦理环境与社会环境多元文化环境规划与决策规划与决策的基本要素决策与问题解决战略与战略规划的管理新企业的创建和创业组织工作的过程组织工作的基本要素组织变革与创新组织设计组织中的人力资源管理领导过程个体行为的基本要素领导和影响过程工作群体和团队的管理员工激励与绩效的管理人际关系与沟通的管理控制过程控制的基本要素运营、质量与生产率管理信息管理与信息技术人力资源管理组织吸引、开发和保持一支有效的员工队伍的活动。组织文化—组价值观、信仰、行为、习惯和态度，它帮助组织成员理解组织的立场、行为方式和组织所关心的问题，在塑造组织行为方面扮演重要的角色。

决策与决策过程决策是指在一系列方案中作出选择的决定。

决策过程包括认识羊口定义决策情境的性质、确定选择方案、选择最好的方案并予以实施。

学习型组织协助员工终身学习和个人发展，同时持续对变化的需求作出反应的组织。

创新组织开发新产品或服务或为现有产品或服务寻找新用途的有计划的努力。

组织使命将组织与其他同类组织区别开来的，用产品和服务描述企业营运范围的基本的独特的目标。

战略与战略管理战略是实现组织目标的全面规划。

战略管理是企业迎接机会和挑战的方法，是一个全面的持续的过程，旨在制定和实施有效的战略。

有效的战略是在组织和环境与组织战略目标之间实现卓越协调的战略。

承诺升级在特定的情况下，决策者作出一个决定并且过分地执著于这一决定，即使已经证明是错误的也意识不到的行为状态。

管理根据组织的资源(人力、财务、物质和信息资源)所进行的一系列规划与决策、组织、领导和控制的活动，其目的是以有效率和有效能的方式实现组织的目标。

任务环境对组织有具体利害关系的因素的集合，包括竞争对手、顾客、供应商、战略伙伴和管制者。

工作分析组织内对工作的系统分析，包括工作说明和工作规范。

工作说明明确职位的责任、工作的条件和完成工作所用到的工具、材料及设备。

工作规范明确职位所要求的技能、能力和其他条件。

独特竞争力只有少数竞争性企业才拥有的能力。

独特竞争力帮助企业获得竞争优势，实现超过平均水平的绩效。

效能制定正确的决策并成功地予以实施。

组织变革对组织中任何一部分所实行的重大调整，包括工作流程、部门化原则、管理幅度、设备、组织设计和人员本身。

组织中的变革往往具有超出实际变革范围的影响。

创业规划、组织、运营和承担企业风险的过程。

绩效行为组织期望个体表现出来的同工作相关的行为的总和。

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>