

T003R16-1 《企業管理概要(大意)》修訂表

適用於【十二版】

頁數	勘誤處	原文(原答案)	修正	說明
37	第 9 行	(三)開始在意人性的正面 如麥克葛瑞格(Mc·Gregor)提出之 X 理論、Y 理論。	(三)開始在意人性的正面 如麥克葛瑞格(McGregor)提出之 X 理論、Y 理論。	誤植
37	倒數 第 5 行	(二)霍桑效應(Hawthorne Effects)	(二)霍桑效應(Hawthorne Effect s)	誤植
92	表格	<p>長期計劃(Long-range Planning) 計劃涵蓋時間長於五年者，稱為長期計劃。對於組織未來影響越大者，所計劃的時間幅度就該越長，計劃的涵蓋範圍就要更加廣泛，但對細節則較少著墨。</p> <p>中期計劃(Medium-range Planning) 時間幅度介於五年到一年間者，稱為中期計劃。中期計劃從長期計劃衍生而來。中期計劃有較詳盡的內容，且著重各計劃間的協調，使得長期計劃得以更加完善。</p> <p>短期計劃(Short-range Planning) 短期計劃通常以一個預算年度為時間限制。對於時間、預算、程序都有詳細的規劃，因此短期計劃也屬於作業性規劃。</p>	<p>長期計劃(Long-range Plan) 計劃涵蓋時間長於五年者，稱為長期計劃。對於組織未來影響越大者，所計劃的時間幅度就該越長，計劃的涵蓋範圍就要更加廣泛，但對細節則較少著墨。</p> <p>中期計劃(Medium-range Plan) 時間幅度介於五年到一年間者，稱為中期計劃。中期計劃從長期計劃衍生而來。中期計劃有較詳盡的內容，且著重各計劃間的協調，使得長期計劃得以更加完善。</p> <p>短期計劃(Short-range Plan) 短期計劃通常以一個預算年度為時間限制。對於時間、預算、程序都有詳細的規劃，因此短期計劃也屬於作業性規劃。</p>	誤植
116	倒數 第 16 行	1.腦力激盪法(brand storming)：	1.腦力激盪法(Brain storming)：	勘誤
160	編號	(5)告知式： ∴ (6)推銷式： ∴ (7)參與式： ∴ (8)授權式： ∴	(1)告知式： ∴ (2)推銷式： ∴ (3)參與式： ∴ (4)授權式： ∴	
188	第 13 行	正式溝通主要的目的在於利用非正式組織的功能彌補正式溝通之不足。	非 正式溝通主要的目的在於利用非正式組織的功能彌補正式溝通之不足。	漏字
244	下方圖表	(三)圖形表示如下：		變更

		<table border="1"> <tr> <td>支</td> <td colspan="5">企業基礎建設(Firm Infrastructure)</td> <td rowspan="4">利潤 Margin</td> <td rowspan="4">貼近 原作</td> </tr> <tr> <td>援</td> <td colspan="5">人力資源管理(Human Resources Management)</td> </tr> <tr> <td>活</td> <td colspan="5">技術發展/研發(Technology Development)</td> </tr> <tr> <td>動</td> <td colspan="5">採購(Procurement)</td> </tr> <tr> <td>主 要 活 動</td> <td>進貨物流 (Inbound Logistics)</td> <td>製造營運 (Operations)</td> <td>出貨物流 (Outbound Logistics)</td> <td>市場行銷 (Marketing and Sales)</td> <td>售後服務 (Service)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	支	企業基礎建設(Firm Infrastructure)					利潤 Margin	貼近 原作	援	人力資源管理(Human Resources Management)					活	技術發展/研發(Technology Development)					動	採購(Procurement)					主 要 活 動	進貨物流 (Inbound Logistics)	製造營運 (Operations)	出貨物流 (Outbound Logistics)	市場行銷 (Marketing and Sales)	售後服務 (Service)			
支	企業基礎建設(Firm Infrastructure)					利潤 Margin	貼近 原作																														
援	人力資源管理(Human Resources Management)																																				
活	技術發展/研發(Technology Development)																																				
動	採購(Procurement)																																				
主 要 活 動	進貨物流 (Inbound Logistics)	製造營運 (Operations)	出貨物流 (Outbound Logistics)	市場行銷 (Marketing and Sales)	售後服務 (Service)																																
252	倒數 第 11 行	1.腦力激盪法(brand storming)	1.腦力激盪法(Brain storming)	勘誤																																	
256	倒數 第 9 行	(1)腦力激盪法(brand storming)：	(1)腦力激盪法(Brain storming)：	勘誤																																	
360	嚴選試題 第 1 題	C	B	答案 更正																																	
397	下方圖				紅框 部份 勘誤																																
437	倒數 第 2 行	以 台灣 郵政公司為例，如果我們的目標是	以 中華 郵政公司為例，如果我們的目標是	名稱 勘誤																																	
438	上方圖				酌作 修正																																
445	第 5 行	《資料來源：行政院經濟建設委員會網站》	《資料來源：國家發展委員會網站》	配合 組改																																	

				更正
455	嚴選試題 第 1 題	<u>C</u>	<u>B</u>	誤植

(更新日期：2017-07-19)



3people

三民補習班

更新紀錄

- 2016/01/08 新增第 116、188、244、252、256、397、437、438、445 頁勘誤
- 2016/04/25 新增第 160、455 頁勘誤
- 2017/01/17 新增第 37 頁勘誤
- 2017/03/07 新增第 92 頁勘誤
- 2017/07/19 新增第 360 頁勘誤



3people

三民補習班