



普通高等教育“十一五”省级规划教材

GUANLIXUE  
LILUN FANGFA YU SHIJIAN

# 管 理 学

## 理论、方法与实践

丁家云 谭艳华 主编

中国科学技术大学出版社

☆普通高等教育“十一五”省级规划教材

# 管 理 学

◆ 理论、方法与实践 ◆

丁家云 谭艳华 主编

中国科学技术大学出版社

· 合 肥 ·

## 内 容 简 介

本书是普通高等教育“十一五”省级规划教材,系统地介绍了管理的基础、管理理论的形成和发展、管理的职能等。本书创新之处主要有二:一是体例创新。各章在介绍理论知识的同时均设有管理聚集、知识链接和小案例等栏目。同时,各章末尾均附有案例分析,有助于读者全面掌握管理理论,提高解决实际问题的能力;二是内容创新。系统地介绍了中国管理思想的发展脉络,将企业社会责任投资、善因营销,管理绩效等纳入管理学知识体系,详细介绍了管理学前沿理论。

本书可作为高等学校各相关专业的本、专科生教材,或作为企业事业单位管理者的岗位培训教材,也适合对管理感兴趣的读者阅读。

## 图书在版编目(CIP)数据

管理学:理论、方法与实践/丁家云,谭艳华主编. —合肥:中国科学技术大学出版社,2010.9

(普通高等教育“十一五”省级规划教材)

ISBN 978-7-312-02723-9

I. 管… II. ①丁… ②谭… III. 管理学—高等学校—教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 135496 号

责任编辑:张善金

出版者:中国科学技术大学出版社

地址:合肥市金寨路 96 号 邮编:230026

网址:<http://www.press.ustc.edu.cn>

电话:发行部 0551-3602905 邮购部 0551-3602906

印刷者:合肥学苑印务有限公司

发行者:中国科学技术大学出版社

经销者:全国新华书店

开本:710mm×960mm 1/16

印张:23.25

字数:528 千

版次:2010 年 9 月第 1 版

印次:2010 年 9 月第 1 次印刷

印数:1—5000 册

定价:35.00 元

序<sup>①</sup>

收到丁家云教授、谭艳华教授主编的安徽省“十一五”规划教材《管理学》的书稿、编写大纲及邀请作序的信函等材料之后,我认真通读了所有资料,总体感觉这是一部内容丰富、体系完整、通俗易懂、可读性强的好教材。

一般来说,一本优秀的教材应该具备视野开阔、资料丰富、信息量大、语言简洁、通俗易懂、论述精辟等特点。本教材在形式上开创多种专栏,如:小案例、知识链接、管理大师、管理前沿等;在内容上,增加了中国管理思想和管理绩效等章节;同时,引入大量的实践性经典案例,这就使得该教材较之其他同类教材更具有生动性、启发性和实用性。因此,本教材基本具备了一本优秀教材的特点。具体体现在以下几个方面:

(1) 本教材是由教学团队按精品课程的要求精心编写而成。这部《管理学》是省级《管理学》精品课程建设的重要成果,它是以中青年管理学教师为主的教学团队集体智慧的结晶。其整个编写过程严谨,质量控制严格,既是编者们长期教学与科研经验的汇集与总结,又是他们的敬业精神与精益求精态度的良好体现。俗话说,“态度决定一切”,编者们认真的编写态度和负责的精神极为可贵,值得称赞。综观整个整理成册的编写材料和编写过程,不难发现,编者们为之付出了大量的心

① 本序言是南京师范大学博士生导师许崇正教授 2008 年 8 月为本书初版所作。

血。从规划教材的申报材料、讲义、教材编写大纲的准备,到教材编写规范要求的制定和编写任务安排,再到数易其稿,多次与出版社联系沟通,直到教材完全定稿,确实做到了充分的前期准备、严格的编写过程控制和圆满的后期出版。这种严谨的研究态度和作风,是教材高质量的根本保证。因此,可以说,正是由于有较高素质的教学团队,加上认真细致的工作以及严格的编写过程控制,才编写成了这本质量较高的优秀教材。

(2) 教材结构合理、逻辑性强、有一定的创新。全书以管理过程为线索来安排章节体例,既符合当今管理学教材体系的主流,又不拘泥于传统教材的结构,创新了管理学编写的结构安排,具体可以分为四大部分:即管理基础、管理过程、管理效果评价和管理理论新发展。这样编排,既适合老师讲授和易于引导学生进入管理学这门科学的殿堂,又适应大学生们深入系统学习管理学知识的需要。创新之处主要体现在:增加了对管理效果评价的内容,即管理绩效,这就是说管理活动本身也要进行管理;把中国管理思想单独成章,较为系统地梳理了中国古代、近代、现代管理思想的发展脉络,这些在同类教材中都是不多见的。

(3) 内容新颖、信息量大、时代性强。改革开放已经三十多年,但我国的管理学研究的教学与世界管理学的发展仍存在较大的差距,为了缩短这种差距,急需一些优秀的管理学教材。加之在知识经济和信息技术时代,世界信息瞬息万变,唯一不变的就是变化,为了使我们培养的学生具有广阔的视野,能够适应时代发展的要求,掌握必备的管理知识十分重要。因此,在本教材中,有比较多的背景知识的介绍,如管理大师、知识链接、管理前沿所反映的内容,力求让学生了解管理的来龙去脉及其重要性;且有专门章节介绍中国管理思想,这与管理本土



化、实践化的思想是一致的,也适应了 21 世纪国际管理学界推崇中国式管理的新形势,符合我国的基本国情;此外,本教材对当今在国内外广为流传的管理理论进行了较多的介绍,如业务流程再造、学习型组织、虚拟企业等。

(4) 体例新颖、通俗易懂、可读性强。要想切实做到让学生喜欢,让教师满意,在教材体例上的不断创新是非常重要的。该教材每章内容主要由学习目标、课程内容、思考与练习、课后案例等部分构成。这种创新设计可以增强学生学习的兴趣,加深学生对课程内容的理解和认识。同时,该书既注重理论知识的阐述,也注意在体例上增加一些精心设计的小栏目,如管理方面的一些小故事、一些公司成功和失败的小案例、一些管理学者的人生经历等,在很大程度上避免了纯粹的理论说教而给学生能力培养造成的障碍,引人入胜,可读性强。

作为安徽省省级规划教材,该书的出版,为广大本专科生学习管理学这门课程又多了一种选择,也可作为党政事业单位干部和企业管理人员培训用书,对广大管理者及从事管理学研究的同志有较高的参考价值。

2008 年 8 月





# 前 言

由丁家云、谭艳华教授合作主编的《管理学》一书,于2008年8月由中国科学技术大学出版社出版已经两年了。其间编者与使用该书作为教材的教师、学生及其他读者进行了多种形式的沟通,就教材在框架结构、体例、栏目设计、内容等方面的想法和问题做了一些交流,商讨修订的设想和方案。同时,编者也在教材出版后的两年里,不断探索和研究,并认为,在管理领域,新的理论和方法层出不穷,必须及时跟上发展的脚步,否则,教材内容落后于实际情况的发展,会在一定程度上影响人才培养的质量。基于以上两点考虑,我们决定对教材作出修订,并将书名更名为《管理学——理论、方法与实践》,以期更好地满足广大高校学生、教师和其他读者学习管理知识的需要。

本次修订主要是从两个方面着手:

## 1. 章节调整

修订后全书共分为十二章。原来的第二章西方管理理论的形成和发展,第三章中国管理思想的形成与发展和第十五章管理前沿,三章合为一章,即现在的第二章管理理论的形成与发展,分为五节,分别是:第一节古典管理理论;第二节行为科学理论;第三节现代管理理论;第四节中国管理思想;第五节管理前沿。原来的第十四章管理绩效从全书内容中删除。其他十一章的章节标题没有变化。

## 2. 内容的更新

在修订的过程中,我们对教材使用中出现了的问题进行了修改和完善。同时,另外一项重要工作,就是对教材的内容进行了一定的更新,特别是更换和充实了大量新的案例和知识链接。



新版书仍由丁家云和谭艳华教授担任主编,修订工作分工如下:丁家云执笔第一章,谭艳华、王亮和孙晓波共同执笔第二章,王彦长执笔第六章和第十章,王亮执笔第五章,叶六奇执笔第十一章,雷勋平执笔第三章和第四章,孙晓波执笔第十二章,蒋文生执笔第八章和第九章,张静执笔第七章。

限于水平,新版书中仍会存在不足和疏漏之处,敬请同行专家和广大读者批评指正。

编 者

2010年6月



## 2008 版前言

管理的实践活动可以追溯到遥远的古代人类文明,管理活动的历史和人类历史一样悠久,但是,管理作为一门学科却只有百年的历史,相对于其他学科来讲,还是一门比较年轻的学科,所以,为数众多的管理研究者和实践者一直在进行着不懈的努力,为管理学科体系的建立作出了卓越的贡献。同时,随着时代的不断变化,人类有组织的集体活动越来越复杂,迫使我们的管理学者和实际工作者不断地探寻和运用新的管理理论,使得管理理论能够和我们的现实世界紧密地结合在一起,中外的管理研究者在这方面做得很好。但是,我们还要知道,一门学科的知识必须经过有效的传播才能为人们所掌握,并且很好地为人们所运用,管理学科也是一样,那么,这一责任理所当然地落在管理的教育者身上。管理的教育者通过什么样的方式向人们传授管理的基本知识和操作技能呢?教材、教学方法、硬件设施等都是影响管理教育效果的因素,而教材是第一重要的因素,有了体系完整、能够反映时代特点的教材,管理教育成功的可能性就增加了很多。谁来提供这样的教材呢?同样也是管理的教育者,因为他们最了解受教育者需要什么。基于此,我们这个从事管理教育的团队,很早就产生了编写一本“管理学”教材想法。

是什么让我们的这个愿望变成了现实呢?“高等学校教学质量和教学改革工程”是教育部制定的《2003~2007 年教育振兴行动计划》的重要组成部分,其中有一项任务是建设 1500 门精品课程;《教育部关于启动高等学校教学质量与教学改革工程精品课程建设工作的通知》(教



高[2003]1号文)中也明确提出:精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。各高等学校都严格按照教育部的要求,在已有课程建设的基础上,进行着不同级别的精品课程建设,我院的管理学课程在课程组全体教师的长期共同努力下,有幸地成为我院第一门省级精品课程(见教密高[2005]66号),课程主持人为丁家云教授。在管理学课程建设中,我们始终如一地按照“一流”的要求从教学内容、教学方法、教材和教学管理等方面进行操作,推出了管理学网络课程,在院内外进行推广,取得了良好的资源共享效益;积极申报和精品课程建设相关的教研课题,如谭艳华教授申报的《省级精品课程建设质量保障体系研究》获教育厅立项(项目编号2007jyxm445),其研究成果丰富了课程建设领域的理论研究;培养了一支高素质的管理学教学团队,整个团队的教师刻苦钻研、重视教学经验的交流沟通,有着高水平的教学质量,每个成员都多次获得优秀教学质量奖,并有多篇教研论文发表。有了这样一支精诚合作的团队,有了这么多年的从事管理学课程建设的经验,大家组织在一起编写一本管理学教材,在时间上和经验上也就有了非常可靠的保障。

在本书的编写过程中,我们对内容体系和知识结构进行了认真的思考,决定按照管理的过程来安排全书的逻辑体系,并要求参加编写的人员把握三点要求:一是扩大信息量,同时要给授课教师留有充足的发挥空间。为此,特设了许多小栏目,来解释管理理论是如何运用的,或者提供一些加深学习以及引发学生思考的内容;二是理论知识和实践知识要保持合适的比例,方便读者对所学知识的理解和运用,在每一章内容后面,我们都设有案例分析;三是以成熟的理论为基础,吸收管理学发展的最新成果,如和谐管理理论、中国管理思想的研究。在结构安排上,可以分为四大块:第一大块为管理的基础,包括第一章管理学导论、第二章西方管理理论的形成与发展、第三章中国管理思想的形成与发展、第四章管理伦理与社会责任;第二大块为管理的过程,包括第五



章决策、第六章计划、第七章组织、第八章人力资源管理、第九章领导、第十章激励、第十一章沟通、第十二章控制和第十三章创新;第三大块为对管理结果的评价,包括第十四章管理绩效;第四大块为管理理论的新发展,包括第十五章管理前沿。

我们希望在上述要求指导下编写出来的教材能够适用于大学本专科各专业管理学教学的需要,同时可以作为各类人员学习管理学知识的自学教材和参考书。

本书是集体智慧和力量的结晶,在所有参编人员的共同努力下,实现了编写的初衷,达到了预期的目标。由于本书内容先进,质量上乘,因而被确定为安徽省普通高等学校“十一五”规划教材。本书也是团结合作的成果,撰稿分工如下:

- 丁家云 教授 :第一章  
谭艳华 教授 :第二章  
王彦长 副教授 :第七章、第十一章  
王亮 讲师 :第三章、第六章  
叶六奇 讲师 :第十二章、第十四章  
雷勋平 硕士 :第四章、第五章  
孙晓波 硕士 :第十三章、第十五章  
蒋文生 讲师 :第九章、第十章  
张静 硕士 :第八章

在编写过程中,我们得到了许多同行专家和同事们的大力支持和帮助,南京师范大学副校长、博士生导师许崇正教授在百忙中审阅了本书的全部内容,并欣然为本书作序,对本书的出版给予了高度的评价;铜陵学院工商管理系主任吴杨教授为本书的出版做了大量的工作;铜陵学院工商管理系的老师们对本书的出版也以不同的方式给予了鼎力相助与支持,在此一并表示深切的感谢!此外,我们还参阅了大量的相关著作、教材和案例资料,在此谨向这些作品的作者、译者表示由衷的



感谢。

尽管我们做了许多努力,希望这本书的出版能得到广大学生和其他读者的喜爱,但是限于水平,书中的不足之处在所难免,恳请各界人士批评指正。

编 者

2008年4月



# 目 录

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| 序 .....                 | ( i )   |
| 前言 .....                | ( V )   |
| 2008 版前言 .....          | ( vii ) |
| <br>                    |         |
| 第一章 管理和管理学 .....        | ( 1 )   |
| 第一节 管理的概念和性质 .....      | ( 1 )   |
| 第二节 管理的职能与管理者 .....     | ( 8 )   |
| 第三节 管理学的研究对象和研究方法 ..... | ( 18 )  |
| 思考与练习 .....             | ( 23 )  |
| 案例 百年老院的现代管理启蒙 .....    | ( 23 )  |
| <br>                    |         |
| 第二章 管理理论的形成与发展 .....    | ( 25 )  |
| 第一节 古典管理理论 .....        | ( 26 )  |
| 第二节 行为科学理论 .....        | ( 35 )  |
| 第三节 现代管理理论 .....        | ( 38 )  |
| 第四节 中国管理思想 .....        | ( 45 )  |
| 第五节 管理前沿 .....          | ( 51 )  |
| 思考与练习 .....             | ( 55 )  |
| 案例一 UPS 公司最快捷的运送 .....  | ( 55 )  |
| 案例二 中西方管理思想的差异 .....    | ( 56 )  |
| <br>                    |         |
| 第三章 管理伦理与企业社会责任 .....   | ( 58 )  |
| 第一节 管理伦理 .....          | ( 59 )  |
| 第二节 企业社会责任 .....        | ( 66 )  |
| 第三节 领导和伦理 .....         | ( 76 )  |
| 思考与练习 .....             | ( 82 )  |



|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| 案例  好产品是责任理念无声的宣传 .....    | ( 82 )        |
| <b>第四章  决策 .....</b>       | <b>( 85 )</b> |
| 第一节  决策与决策理论 .....         | ( 86 )        |
| 第二节  决策过程 .....            | ( 95 )        |
| 第三节  决策方法 .....            | ( 99 )        |
| 思考与练习 .....                | (112)         |
| 案例  从“巨人集团”倒塌到三“金”崛起 ..... | (112)         |
| <b>第五章  计划 .....</b>       | <b>(115)</b>  |
| 第一节  计划概述 .....            | (115)         |
| 第二节  计划工作的过程 .....         | (120)         |
| 第三节  目标管理 .....            | (123)         |
| 第四节  战略性计划 .....           | (127)         |
| 第五节  计划方法 .....            | (139)         |
| 思考与练习 .....                | (141)         |
| 案例一  东方电力公司 .....          | (142)         |
| 案例二  “洽洽”瓜子的差异化战略 .....    | (142)         |
| <b>第六章  组织 .....</b>       | <b>(146)</b>  |
| 第一节  组织概述 .....            | (146)         |
| 第二节  组织结构设计 .....          | (149)         |
| 第三节  组织的职权关系与部门划分 .....    | (159)         |
| 第四节  组织文化 .....            | (164)         |
| 第五节  组织变革与发展 .....         | (168)         |
| 思考与练习 .....                | (173)         |
| 案例  组织重要还是人重要? .....       | (173)         |
| <b>第七章  人力资源管理 .....</b>   | <b>(175)</b>  |
| 第一节  人力资源管理概述 .....        | (175)         |
| 第二节  人力资源规划 .....          | (183)         |
| 第三节  员工招聘 .....            | (188)         |
| 第四节  员工培训与开发 .....         | (196)         |



|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| 思考与练习 .....                 | (204)        |
| 案例一 百事招聘——过五关,斩六将 .....     | (204)        |
| 案例二 松下公司的自我开发训练 .....       | (205)        |
| <b>第八章 领导 .....</b>         | <b>(206)</b> |
| 第一节 领导概述 .....              | (206)        |
| 第二节 领导理论 .....              | (212)        |
| 第三节 领导方法与艺术 .....           | (224)        |
| 思考与练习 .....                 | (234)        |
| 案例一 杰克·韦尔奇:做个领导者而非管理者 ..... | (235)        |
| 案例二 贾厂长的无奈 .....            | (236)        |
| <b>第九章 激励 .....</b>         | <b>(238)</b> |
| 第一节 激励概述 .....              | (239)        |
| 第二节 激励理论 .....              | (242)        |
| 第三节 激励原则与方法 .....           | (256)        |
| 思考与练习 .....                 | (265)        |
| 案例一 花旗的激励机制 .....           | (266)        |
| 案例二 通用电气公司的情感管理 .....       | (268)        |
| <b>第十章 沟通 .....</b>         | <b>(270)</b> |
| 第一节 沟通的基本原理 .....           | (270)        |
| 第二节 沟通的方式与技巧 .....          | (275)        |
| 第三节 冲突管理与谈判 .....           | (289)        |
| 思考与练习 .....                 | (295)        |
| 案例 迪特尼公司的企业员工意见沟通制 .....    | (296)        |
| <b>第十一章 控制 .....</b>        | <b>(299)</b> |
| 第一节 控制概述 .....              | (299)        |
| 第二节 控制过程 .....              | (308)        |
| 第三节 控制方法 .....              | (314)        |
| 思考与练习 .....                 | (325)        |
| 案例一 通用汽车公司的做法 .....         | (325)        |



|                                         |       |
|-----------------------------------------|-------|
| 案例二 生存与发展 .....                         | (325) |
| 案例三 计算机化的控制系统 .....                     | (326) |
| <br>                                    |       |
| 第十二章 创新 .....                           | (327) |
| 第一节 创新概述 .....                          | (327) |
| 第二节 企业创新 .....                          | (334) |
| 第三节 企业组织结构创新 .....                      | (338) |
| 第四节 企业技术创新 .....                        | (344) |
| 思考与练习 .....                             | (350) |
| 案例 美国道化学(Dow Chemical)公司有效的无形资产管理 ..... | (350) |
| <br>                                    |       |
| 参考文献 .....                              | (352) |