



高等学校管理类专业基础课程教材

管 理 学

□ 王学军 主编

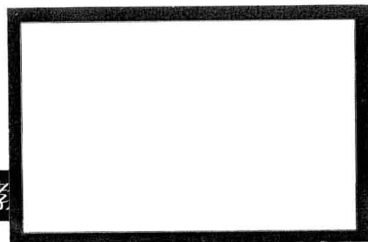
□ 刘治宏 杜 伟 副主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校管理类专业基础课程教



管 理 学

GuanLiXue

□ 王学军 主编

刘治宏 杜 伟 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书为高等学校管理类专业基础课程教材。本书结合时代发展的新变化、新形势和新内容,在反映西方管理理论的基础上加强了中国管理思想的介绍;在管理职能的表述上采用的是“决策职能”而不是“计划职能”;在内容表现形式上采用了表格形式,以便使教师可以课堂延伸发挥;对于西方经典的管理理论,受制于本书篇幅和教学课时的限制,采用了“扩展阅读”的形式,便于学生和教师灵活学习和运用;同时每章增加了“团队练习”和“综合案例”模块,供师生用于实践训练。

本书适合作为大学工商管理专业、各类管理专业,以及非管理类专业的管理学入门教材,同时也适合企业管理人员自学使用。

图书在版编目(CIP)数据

管理学/王学军主编. —北京:高等教育出版社, 2011.8

ISBN 978-7-04-033523-1

I. ①管… II. ①王… III. ①管理学-高等学校-教材 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 155739 号

策划编辑 奚 玮

责任编辑 奚 玮

封面设计 杨立新

责任印制 胡晓旭

版式设计 王艳红

插图绘制 尹 莉

责任校对 杨凤玲

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市西城区德外大街 4 号

邮政编码 100120

印 刷 北京四季青印刷厂

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 24

字 数 540 千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landaco.com>

<http://www.landaco.com.cn>

版 次 2011 年 8 月第 1 版

印 次 2011 年 8 月第 1 次印刷

定 价 45.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 33523-00

前言

管理学的普及教育在全球已经成为无可争议的发展趋势,各类层出不穷的管理学读物不胜枚举,各有特色,极大地冲击着素有严谨、科学、规范之称的高等教育管理学教材体系,这就给当今高等财经类教育的管理学教学工作提出了新的课题。

我们认为,当今时代,处于高等财经类教育管理学教学工作一线的工作者,既应该及时汲取时代发展的新变化、新形势、新内容和新特点,也应该坚守教育规律的底线,针对当代财经类大学生的基本特点和环境发展要求,建立和维护符合时代发展的、科学严谨而规范的管理学教学体系。本书就是建立在这一理念基础之上的产物。

在高等财经类本科教育管理学的常年教学工作中,我们深深体会到了当今财经类大学生管理学教育的几个重要变化:

第一,强烈的求知欲和强大的信息网络工具的结合,使当代大学生得以追求广博知识和大量信息的要求变为现实。这样,传统的管理学教材因其面窄、高深而不能满足其要求。

第二,阅历浅、经验少是当代大学生的普遍特征,这与管理学的实践性和艺术性的特征又会产生较大的冲突,而传统的管理学教学较为单一的授课模式,致使教学效果不理想。

第三,高等教育由精英教育转向大众教育,绝大部分大学生未来将成为面向社会实际的应用型人才,这与传统的管理学教育重理论轻实践的特点相冲突。

第四,财经类大学课程设置的变化趋势,明显地体现出了专业划分越来越细、课程数量增多、单门课程课时减少的特征,这样也对管理学教材的变革提出了新的要求。

根据上述变化,本书是我们在新形势下,针对当今财经类本科学生的具体情况,结合最新的管理理论的发展而进行的一种尝试。本书的具体特点如下:

(1) 在反映西方管理理论的基础上,加强了中国管理思想的介绍,以便使学生对管理理论有一个全面的了解。

(2) 在管理职能的表述上,针对传统的“计划职能”,我们认为采用“决策职能”更加贴切。

(3) 在内容表现形式上,我们尽可能多地采用了表格形式,力求精练,以便使授课教师可以课堂延伸发挥。

(4) 对于西方经典的管理理论,受制于本书篇幅和教学课时的限制,我们没有纳入正文,而是采用了“扩展阅读”的形式,便于学生和授课教师灵活学习和运用。

(5) 根据管理学的实践性要求,每章增加了“团队练习”和“综合案例”模块,供师生用于实践训练。

本书各章节具体编写分工如下:王学军编写第一章、第三章、第四章,刘治宏编写第五章、第六章、第七章、第八章、第九章,杜伟编写第二章、第十一章、第十二章、第十三章,刘筱芬编写第十章、第十四章、第十五章。

■ || 前言

本书是一种尝试,也是一种创新,我们希望这种创新能在实际教学过程中取得好的效果。当然,由于水平所限,不足之处在所难免,我们会进一步吸收各方意见,不断加以改进,使之逐步完善。

编 者
2011 年 7 月

高等学校管理类专业主要课程教材

高等学校非管理专业经济管理类基础课程教材

经济管理基础(第二版)(送教师课件)	席酉民
企业管理概论(第四版)(送教师课件)	尤建新
技术经济学概论(第三版)(送教师课件)	吴添祖
简明市场经济学(第三版)(送教师课件)	彭兆祺

高等学校管理类专业主干课程教材

系统工程简明教程(第三版)(送教师课件)	汪应洛
财政与金融(第五版)(送教师课件)	朱耀明等
企业战略管理(第三版)(送教师课件)	杨锡怀
企业战略管理(送教师课件)	韩伯棠
战略管理	金占明
企业国际化战略	金占明
企业战略管理:工具、方法与案例	韩伯棠
企业管理控制系统(送教师课件)	韩伯棠
生产与运作管理(第三版)(送教师课件)	陈荣秋
运作管理案例集	谢滨
项目评估(第二版)(送教师课件)	张少杰
质量管理学(第三版)(送教师课件)	孙静
管理科学研究方法(送教师课件)	西宝
企业研究方法(送教师课件)	陈洪安
实验管理学(配学科网站,送教师课件)	万迪昉
管理沟通(第二版)(送教师课件)	张莉
企业伦理与道德(送教师课件)	李金轩
企业运作仿真综合实习教程(送教师课件)	刘良惠等
工商管理英语(第二版)	雷涯邻

高等学校管理类专业前沿课程教材

公司治理学(第二版)(送教师课件)	李维安
公司治理	席酉民、赵增耀

中小企业管理(第二版)(送教师课件)	林汉川、刘平青、邱红
研究、发展与技术创新管理(第二版)(送教师课件)	许庆瑞
企业信用管理(送教师课件)	叶陈毅
创业管理(送教师课件)	武春友
创业管理(送教师课件)	张宗益
公共关系学(送教师课件)	李道平
管理哲学	王 霁
企业文化学原理	王超逸
比较企业文化学原理	王超逸
西方管理名著赏析	彭新武
知识产权管理	朱雪忠

目 录

第一篇 总 论

第一章	管理概述	3
第一节	管理	3
第二节	管理者	5
第三节	管理学	7
第二章	中国管理理论的形成与发展	17
第一节	中国传统管理思想	17
第二节	当代中国管理理论的发展	21
第三章	西方管理理论的形成与发展	36
第一节	古典管理理论	36
第二节	行为科学理论	40
第三节	现代西方管理理论	43
第四章	中西方现代管理理论的融合创新	59
第一节	中国“三为”管理哲学观	59
第二节	西方管理理念发展趋势的启示	61
第三节	中西方管理理论的融合发展成果	63

第二篇 决 策

第五章	决策理论	81
第一节	决策的概念及分类	81
第二节	决策理论介绍	84
第三节	决策的程序及方法	86
第六章	计划原理	104
第一节	计划的概念及分类	104
第二节	计划的程序及制定原理	107
第三节	计划的方法	109
第七章	战略管理	119
第一节	战略管理概述	119
第二节	战略管理理论	121

■ || 目录

第三节 战略分析方法	126
------------------	-----

第三篇 组 织

第八章 组织设计与运行	139
第一节 组织结构设计	139
第二节 组织结构类型及部门化	145
第三节 组织中的职权关系	155
第九章 组织变革与组织文化	174
第一节 组织变革	174
第二节 组织文化	183
第十章 人力资源管理	211
第一节 人力资源管理概述	211
第二节 人力资源计划	215
第三节 人员选聘与培训	218
第四节 员工考评	224

第四篇 领 导

第十一章 领导理论及运用	241
第一节 领导概述	241
第二节 领导理论	244
第三节 领导权威与领导艺术	255
第十二章 激励理论及运用	271
第一节 激励概述	271
第二节 激励理论	275
第三节 激励方法	288
第十三章 沟通理论及运用	308
第一节 沟通概述	308
第二节 沟通方式和沟通网络	310
第三节 有效沟通	314

第五篇 控 制

第十四章 控制的基础	329
------------------	-----

第一节 控制概述	329
第二节 控制类型与过程	332
第十五章 控制方法	352
第一节 传统的控制方法	352
第二节 现代的控制方法	356
参考文献	370

总 论

- 第一章 管理概述
- 第二章 中国管理理论的形成与发展
- 第三章 西方管理理论的形成与发展
- 第四章 中西方现代管理理论的融合创新

第一章 管理概述

第一节 管 理

一、管理的概念及特点

(一) 管理的概念

管理是指组织中的管理者通过实施决策、组织、领导和控制等职能来协调他人的活动,以达到组织既定目标的活动过程。其含义为:

- (1) 管理的主体是管理者;管理的客体是被管理者;管理的载体是组织。
- (2) 管理的本质是协调。
- (3) 管理的职能是决策、组织、领导和控制。
- (4) 管理的目的是实现组织既定目标。
- (5) 管理的核心是处理人际关系。

(二) 管理的特点

1. 科学性

人类在长期社会生产实践活动中,对管理活动规律不断进行总结,把管理的规律性提炼出来,形成原则、程序和方法,对管理者管理活动予以普遍性指导,从而使管理成为理论指导下的规范化的理性行为。承认管理的科学性,就是要求在管理活动中不断发现与摸索管理的规律性,按照管理的规律来办事,在科学的管理理论与原则的指导下,搞好管理,提高管理效率。

2. 经济性

不同的资源配置、不同的管理方式及不同的管理方法会产生不同的成本费用。管理者做出不同的选择,其经济效益也不同,这就体现了管理的经济性。

3. 实践性

管理是一种随机的创造性工作,影响管理效果的因素非常复杂、千变万化,它既不能像有些科学那样可以单纯通过数学计算去求得最佳答案,也不可能为管理者提供解决问题的具体模式,

它只能使人们按照客观规律的要求,实施创造性管理,从这个意义上讲,管理具有强烈的实践性。

4. 文化性

管理活动经过几千年的科学概括和提炼,形成了种种管理理论,这本身就是人类文化积累的财富;管理的每一种表现形式都和一定的社会形态相联系,与人类社会进步、思想行为变化密不可分,从而形成不同的文化现象;管理不仅受时代影响,而且受国情的制约,各国、各民族文化背景不同,思维方式、行为方式、人际交往方式也有所不同,因而管理文化自不相同;作为管理主体和客体的都是人,人们的每一项行为中都体现出一定的文化背景。所以,美国著名管理学家彼得·德鲁克认为,管理不只是一门学问,而应是一种文化,它也有自己的价值观、方法论、语言和工具。

5. 动态性

管理是一个过程,管理的效果受到这个过程中的内在因素及外部环境不断变化的影响,这些要素的动态变化,必然要求管理方式、管理方法等的动态应变。

二、管理的性质

(一) 管理的自然属性

管理是保证社会化大生产顺利进行的必要条件,是合理组织生产过程的一般要求。管理的自然属性是生产力和社会化大生产所决定的。这种自然属性反映出:① 管理是人类社会活动的客观要求;② 管理是一种特殊职能,是社会分工的产物;③ 管理就是生产力。管理的自然属性表明,管理是不以人们的意志为转移的,也不以社会制度和意识形态的不同而有所改变,它是一种客观存在。

(二) 管理的社会属性

管理的社会属性指管理与生产关系和社会制度密切联系的特性。任何社会组织的管理都是在一定的社会形态下,受到政治、法律及体制的影响。作为特殊职能的管理活动都要反映出管理的预期目的、实现目的的途径和手段等,其实质就是为谁管理的问题。

(三) 自然属性与社会属性的辩证关系

管理的自然属性和社会属性是管理特性的两个方面,它们是二位一体的,不能截然分开,任何社会关系、任何组织、任何情况下均是如此。但对不同的管理,自然属性和社会属性的反映程度不同,如技术管理、企业管理较政府管理、社会管理更多地反映了其自然属性。在实际管理中,我们一定要很好地把握管理的这两个方面,使实际管理工作遵循管理的规律和性质。

(四) 自然属性与社会属性的表现形式(见表 1-1)

表 1-1 自然属性与社会属性的表现形式

属性	决定因素	功能	表现形式
自然属性	由生产力和生产方式决定	指挥生产	科学性
社会属性	由社会制度和生产关系决定	监督生产	艺术性

(五) 管理的科学性与艺术性的关系(见表 1-2)

表 1-2 管理的科学性与艺术性的关系

管理的科学性	管理活动具有根本内在的规律,这是客观存在;管理知识逐渐系统化,并形成了一套行之有效的管理方法,这反映了管理的科学性
管理的艺术性	管理效果要受到非常复杂的多种因素的影响,这就要求管理者必须根据具体情况及环境发挥自己的主观能动性,做出适合这种情况和环境的反映,这是管理的艺术性,它来自于管理的实践性
二者之间的关系	管理既是一门科学,又是一门艺术,是科学与艺术的有机结合

管理小卡片

管理的主要目的应该是使雇主实现最大限度的富裕,同时也使每个雇员实现最大限度的富裕。

——泰罗

第二节 管 理 者

一、管理者的概念

管理者是指在组织的不同层次中履行各种管理职能,对实现组织目标负有责任的人。管理者通过别人来完成工作。他们做出决策、分配资源、指导别人的活动从而实现工作目标。

管理者的含义包括:

- (1) 管理者必须履行各种管理职能,包括决策、组织、领导和控制等。
- (2) 管理者既包括主管人员,也包括各种专业职能人员。
- (3) 管理者分为高层管理者、中层管理者和基层管理者。

管理小卡片

安东尼结构

安东尼结构是美国斯隆管理学院提出的一种经营管理的层次结构。该结构把经营管理分成三个层次:战略规划层、战术计划层和运行管理层。相当于高层、中层和下层三个主要功能。

二、管理者的角色和技能

(一) 管理者在组织中所扮演的角色

明茨伯格的管理者角色理论很好地说明了管理者在组织中所扮演的角色,如表 1-3 所示。

表 1-3 明茨伯格的管理者角色理论

方面	角色	角色职责	作用
人际关系方面	形象代言人	首脑象征	外部协调
	领导者	指引方向	内部协调
	联络员	外部联络	外部协调
信息传递方面	组织发言人	向外信息发布	外部协调
	信息监督者	收集内外信息	内外协调
	信息传递者	传递内外信息	内外协调
决策活动方面	企业家	进行企业经营	内外协调
	资源分配者	各种资源配置	内部协调
	矛盾排除者	排除各种冲突	内部协调
	谈判者	进行谈判协调	内外协调

(二) 管理者的技能

罗伯特·卡茨的关于管理者的三个基本管理技能如表 1-4 所示。

表 1-4 罗伯特·卡茨的关于管理者的三个基本管理技能

能力分类	能力构成	作用
技术技能	诊断技术、决策技术、计划技术、组织设计技术、评价技术、书写技术	履行决策、计划、组织、控制等管理职能的基础
人际技能	表达能力、倾听技术、协调能力、激励能力、领导能力、公关能力	获取信息、履行领导职能、组织落实和创造良好的组织环境所必需
概念技能	分析能力、综合能力、决断能力	履行决策和管理四大职能所必需

管理小卡片

不同层次的管理者的时间分布(见表 1-5):

表 1-5 不同层次的管理者的时间分布

职能 层次	计划	组织	领导	控制
高层管理者	28%	36%	22%	14%
中层管理者	18%	33%	36%	13%
基层管理者	15%	24%	51%	10%

(资料来源:邢以群.管理学.北京:高等教育出版社,2007.)

三、管理者的社会责任与素质

(一) 管理者的社会责任

管理者的社会责任是指管理者在企业经营过程中,对社会应承担的责任或对社会应尽的义务。通过承担其社会责任,促进企业的可持续发展。

具体表现为:管理者在企业经营过程中,特别是在进行决策时,除了要考虑投资人的利益或企业本身的利益之外,还应适当考虑与企业行为有密切关系的其他利益群体及社会的利益;除了要考虑其行为对自身是否有利外,还应考虑对他人是否有不利的影响,如是否会造成公害、环境污染、浪费资源等。管理者在进行决策时,对这些问题进行考虑并采取适当的措施加以避免,其行为本身就是承担社会责任。

(二) 管理者的素质

管理者的素质及其具体内容如表 1-6 所示。

表 1-6 管理者的素质及其具体内容

管理者的素质	具体内容
心理素质	包括自我意识、性格、气质、情感等心理构成要素
知识素质	熟知党和国家各项方针政策以及有关法律法规 精通科学的管理知识和方法 具备与本行业相关的科学技术知识 具备有关市场方面的知识 具备一些有关历史、地理、文学、艺术、心理学等方面的知识
能力素质	包括创新能力、分析决策能力、预见能力、规划能力、应变能力、用人能力、组织指挥协调能力、激励能力、社交能力等
身体素质	身体健康的标准,不仅包括体魄健壮、体力充沛,还包括精力旺盛、思维敏捷、记忆良好

第三节 管 理 学

一、管理学的概念和特点

(一) 管理学的概念

管理学是一门系统的、研究管理活动的普遍规律、基本原理和一般方法的科学。