

Volume I

西方工商管理硕士(MBA)精品教材译库 第一辑

1

(第二版)

管理学

[英] 大卫·鲍迪 著

David Boddy

韩 婷 刘新颖 沈秀琼

李 灏 林卫凌 刘彦博

译

(Second Edition)

An Introduction

MANAGEMENT

one



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Volume I

西方工商管理硕士(MBA)精品教材译库 第一辑

1

(第二版)

管理学

[英] 大卫·鲍迪 著

David Boddy

韩 婷 刘新颖 沈秀琼

李 灏 林卫凌 刘彦博

译

(Second Edition)

An Introduction

MANAGEMENT

one

经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学 (第二版) / (英) 鲍迪著; 韩婷等译. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN7-80162-781-4

I. 管... II. ①鲍... ②韩... III. 管理学
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 114896 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 杨世伟 谭 伟

技术编辑: 晓 成

责任校对: 剑 兰 静 心

880mm×1230mm/16

34.75 印张 880 千字

2004 年 6 月第 1 版

2004 年 6 月第 1 次印刷

定价: 68.00 元

书号: ISBN7-80162-781-4/F·700

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

著作权合同登记：图字 01—2003—6739 号

Management: An Introduction by David Boddy © Prentice Hall Europe 1998, © Pearson Education Limited 2002.

This translation of Management: An Introduction Second Edition is Published by arrangement with Pearson Education Limited.

Chinese translation copyright © 2004 by Economic Management Publishing House.

All right sreserved.

第一版前言

本书是为第一次系统接触管理学的读者所写。读者中的大部分应为新入学的管理学专业的一年级新生。还有一些读者是需要学习一些管理学方面的介绍性课程，以作为其取得学位的一门学分课程（例如工程专业、会计专业、法律专业、信息技术专业、科学专业、护理专业或者社会工作方面的专业等）。还有一些是因为考试的需要而学习的学生。本书同样适用于已经取得了一个学位或同等学历证书的学生，以及正在进修或者想要取得 MBA 资格的学生。

本书有以下三个主要目标：

- 为管理学初学者正式学习管理学提供一个介绍；
- 展示管理学的一些观点可以应用在人类活动的大多数领域，而不仅仅只能用于工商管理；
- 使得管理学对来自不同背景和具有不同职业规划的学生产生吸引力。

大多数管理学方面的研究成果和观点都着重于商业组织的管理。然而，有许多在公共管理部门或者非营利组织（如慈善机构、压力集团、自愿者组织等等）工作的人们已经开始在他们自己的工作领域中运用管理学的一些思想。本书也反映各方面人员对管理学的广泛关注。因此，本书同样适用于计划进入公共管理部门或者是非营利组织工作的人们。

欧洲人的角度

本书是站在欧洲人的角度阐述管理学的一些观点的。而许多管理学的内容是从美国发展起来的，本书鼓励读者去思考他们的特殊内容是如何影响管理学在实践中的应用。许多重大的文化差异影响了这些管理学实践内容，所以本书提醒各位读者，在看待管理学的问题时，不仅要站在一个日益统一的欧洲的成员角度来看待这些问题，而且要站在一个广泛的国际性的管理团体的角度来看问题。本书的案例教学和其他的材料清楚地体现了工作在具有不同背景和管理模式的不同组织中，所体现出来的文化差异以及由此带来的其他问题。

整体的角度

为了帮助读者把管理学当做一个整体来学习，本书的材料是在一个整体的管理学模型中展开的，并且同时也描绘了不同的管理学学术观点之间的关系。目的是帮助读者把整个管理活动看做是与组织联结在一起的一个组成部分，而不是把其当做一个规律性或程序性的东西来看待。

虽然本书的目的是要介绍传统的管理学主流思想，正是这些思想形成了本书中每一章的基础。但本书也同时认识到了随着时代的发展，也会有一些新的观点出现。如：随着国界的逐渐模糊和信息技术的不断发展，必然会产生新的管理学思想。正是因为这些新的思想会影响读者未来在其职业生涯的组织运作，因此，我们要在适当的地方介绍这些新的观点。本书同时认可了一些作者们对管理学和组织工作的一些批评性的观点。人们把他们在组织中的活动和角色反映在思想上，是管理学思想形成和应用于实践的一个重要领域。本书也会在一些地方介绍几个这样的观点。

和个人的经验相关联

本书假定许多读者几乎没有在传统意义上的组织中进行管理的经验，也几乎不知道管理学的一些相关理论。然而，所有的人都有被管理的经验，并且所有的人都有在家庭和社会中进行管理的经验。本书鼓励读者——如果可能的话，要在日常生活中应用这些观点并分享这些经验，以进一步理解这些观点。通过这种方式，本书试图说明管理并不是只由某些人进行的活动，而是所有人在某种程度上都要参与和应用的一个过程。

大多数读者的职业生涯可能并不如案例中的完整和清晰，许多读者可能将会在中型企业或小微企业中工作，他们的工作更可能是直接面对顾客或者是在融合了不同的文化观、价值观和兴趣特点的组织中进行。因此，本书提供给读者许多学习收集数据的方法，然后进行数据比较、思考 and 进行自我意识提升。本书的目的不仅仅是要传播知识，还要通过个人的自学和相关的课程学习获得可以应用的技术。许多案例学习和数据收集工作可以用来锻炼读者在获得相关知识的同时，提高自己的交流、团队工作、解决问题和进行组织的能力。

第二版前言

第二版充分考虑了来自使用了本书第一版的老师和学生的有价值的建议以及五个匿名批评家的意见。现在本书有一个更加清晰和逻辑的结构。本书共有六个部分，第一部分是导论，第二部分最为明显的变化就是引入了管理环境的内容，把以前分散在三章的内容合在了一起。其余的四个部分现在清楚地反映了管理的一般过程，即计划、组织行为、领导和管理控制。

这六部分中有三部分的案例是全新的。它们是阿莫科 (BP Amoco) 的案例、维京集团 (The Virgin group) 的案例和皇家苏格兰银行 (The Royal Bank of Scotland) 的案例。除此以外，还有八个新的完整的章节案例，它们是 Chem-Tec 公司、Nokia 公司、Marks & Spencer 公司、The Millennium Dome 公司、ABB 公司、The Environment Agency 公司、Quintiles 公司和 Boeing 公司的案例。在每一章中都有更多的关于现代管理实践的专门例子，这些专门的例子中大概有 100 多个是新的。

如何使用这本书

本书鼓励读者们积极地去学习，介绍了许多展示现实生活中的人们怎样通过讨论解决实际难题的案例。这些案例具有广泛的代表性——可以在英国、欧洲甚至世界上应用；可以用在私人公司，也可以用在公共部门以及非营利组织；可以用在制造业也可以用于服务业。同时，本版增加了一些适合自学的读者使用的案例，当然这些案例也同样适用于通过授课方式学习的读者。所有这种形式的案例都是新创的（尽管其中有一些是来自其他出版物上的缩写），并且描述了实际中发生的情况。有一些案例在本书编写时还尚未解决。由于各种原因，有些案例我们必须采取匿名的形式。但是，大多数案例都是实名的，读者可以通过这些公司关注案例的后续发展。

本书有一个清晰的结构，一共分为六个部分。每一部分有一个贯穿始终的案例，我们姑且称其为“部分案例”，这个案例出现在每一部分的开始，体现出本部分将要涉及到的管理学的各个方面。和本案例相关的因素是贯穿于该部分的始终。每一章的总结部分有一些案例问题。这些问题涉及到的本章中和这个案例相关联的一个或多个观点。

每一章开始部分是一个两页的关于本章目的和本章学习目标的要点提示和一页的案例研究。这些学习目标会反映到章节最后部分的“复习题”中，这些复习题是要帮助读者检验他们对这些内容的理解程度如何。在章节中贯穿始终的“案例问题”是要鼓励读者们在实践中应用这些内容和观点，同时和案例中的观点进行比较。

每章会对本章中涉及到的材料在本书总体架构中的作用有一个简短的总结。同时，为了给想在本主题上有进一步学习的读者提供一些指导，每章的结尾部分都会有一个参考阅读(Further Reading)。

本书包括了简短的“管理实践”的内容，这些内容通常来自现在的一些商业事件。每一章还有两块内容是鼓励读者进行积极的学习。“主要观点”包含了主要理论、贡献或者是一些管理应用经验的总结。“练习”(activity)部分的内容提出问题，鼓励读者们进行数据收集，促使他们进行思考，把章节主题和读者的兴趣和经验进行比较。老师可以把这部分内容应用到团队活动和教学指导活动中。

本书中的章节都是自成一体的，不需要按顺序进行阅读。章节之间有很明显的连接，教师可以按照自己的教学计划安排这些材料的学习顺序、用案例和“练习”中的材料来辅佐自己的讲授。

本书中涉及到的重要术语都会被重点指出，在 521 页的词汇表中，有关于这些重点术语的注释。

导 读

本书有一个完整的“导读”(Instructor Manual)，该目录提供了支持书中案例和练习内容的一些额外的材料。

第五部分 领导

这个部分的案例是关于 WILICore 和他的同事的。一个以使用团队而闻名的组织。

学习目标 在每一章的开始部分,是对学生学习了每一章之后应该了解的核心内容的总结。同时,也帮助学生们对他们的学习情况做出评价。

案例问题

联系以下问题，考虑 Dicken 的两种定义：

- 从你了解的有关航空部门的运作来分析全球化机构和国际化机构有何不同？
- 同国际化管理相比，全球化管理的内涵有哪些？

两个过程共同的影响是在其中相关的国际交易重要性增加了。国境线的意义在商品交易和服务中变得不那么重要了。在电子传输信息产品中尤为明显。全球化在商业活动中创立了一个新词语。正如 Dant (1997) 提到的有以下特征：

- 外国直接投资的增加；
- 公司内部贸易的增加。在一国购买或制造零件，然后把它出口到另一家公司使用；
- 作为合并的结果，跨国公司直接分配。共同投资和制造公司供应的关系的复杂性增加。

管理实践 建立全球顾问机构

在 1996 年，Price Waterhouse (现在是 Price Waterhouse Coopers 集团的一部分) 是世界上领先的会计和顾问机构。在 100 个国家有 5 万多的员工。作为国家和地区性事务。公司根据职责的分配。实施着传统的管理。同事之间的工作是相对隔离的。更不用说其他国家的同事了。在 1990 年，当客户特别是大型跨国公司要求他们处理更复杂的项目时，公司意识到这一点。员工应该具备更广泛的可迁移技能。而不是无条件的顾问技能。1996 年，一位资深管理顾问加入。在这个顾问团队中，我们很多年都是具有一种管理结构——一家独立的欧洲机构。因此能够把资源运送到他们需要的地方。一年后，当我们整合了。英国、欧洲、日本的公司。我们发展成为全球化集团。所以，现在我们的管理是在全球化的基础上。

在此基础上的发展是明显的。5 年前我们还只是在英国境内开展业务。我们既可以重资产运营。5 年前我们是一家英国公司。从那时起我们变成了全球化机构。那是因为我们业务的重点空了一一我们的服务目标是全球最大的 500 家机构。那是我们的战略。你不可能同一家受地域限制的公司合作。

资料来源：信息由公司提供。

没什么奇怪，但不容易的是，它是完全可能的。

如果说全球化可能带来的是一个乌托邦的世界，但是还没有发生什么事情来证实这个梦。发达国家是这样解释的。它要打破国境线以便使一个国家可以进入其他国家。

贫穷的国家可以自由地进入富国的市场。反过来，或者更确切地说，富国也可以进入穷国的市场。这种解释是公平的。这个解释是公平的。每个人都有平等的权利。它是一个无条件的世界。但是如果我们只从一个地球村的角度来看，每个人将会是平等的地球公民。但是他们的平等吗？

Kabatir 博士说 30 年来的独立之后，西方列强的继续地发展他们获得的独立是困难的。他们发现他们的政治、经济、社会和行政系统都直接地受西方列强的控制之下。他们发现发达国家用他们的知识把一些条件附加在发展中国家中。这一点是明显的。这将会使发展中国家人民、或劳动系统、或环境地更多保护。而最后他们的资源，接下来会使人地地。如果发展中国家用任何方式与西方竞争，然后他们的资源将被掠夺。直接地或间接地。这个同等的解释是解释这些最新工业化经济体的发展。

Kabatir 博士说，全球化会破坏这些国家而且不能保护他们自己。又补充说真正的全球化可能会增加外国在这些国家的投资。这个效果将会是发展中国家的小公司的破产。“依赖于发达国家的大公司国际公司将会接管一切事情。”

他说全球化将会导致所有的社会在富国文化中，因为信息技术的发达这会更加普遍。不幸的是 IT 行业和所有由它延伸出来的行业。将会被发达国家公司——发达国家的大公司控制。

资料来源：《新南报时代》1996 年 7 月。

练习 4.2 了解一位全球化的批评家

马来西亚已经吸引了许多国外的直接投资，特别是从 IT 公司。在东南亚，它以其失业率处于领先地位。然而，它经济成功的基础对全球化经济的出现产生了不小的贡献。他主要关注的是什么？

你能找到这样的例子，全球化公司使用自己经济交易权力来利用他们所在国家的弱小？所有的这些发展暗示了在不同国家的管理需要更多的联系方式。立法的改变和政策的调整了一些贸易的壁垒。但他们没有有效地解决造成那些经济活动管理上的问题。他们使许多管理困难管理不同文化的需要而面对解决。

4.5 国家文化的对比

人们在生物感觉上有很多的共同点。很特别的国家或地区却有其众多的独特的地方。其中之一是他们的文化。所以，当商业在自身的操作中变得更加全球化，管理的中心问题是：

练习部分提出问题，鼓励学生们进行数据收集，促使其思考，把案例内容与学生的兴趣和经验作比较，其中的内容可以独立使用，也可以用于团体活动。

管理实践 是来自一些商业中的实际案例，用来帮助读者们通过实际生活中的案例来理解书中的管理学的原理和观点。

主要观点 包括主要原理、贡献或实证研究的总结。鼓励学生们用科研的眼光来评价和理解这些重要的管理学观点。

案例问题

苏格兰皇家银行关于人力资源管理的主要问题中，哪些可能是最重要的？根据你对本章中的材料理解，苏格兰皇家银行应该把努力集中在人力资源管理哪些方面？

MacNess 公司的购买对此有什么影响？

9.11 复习题

1. 在人力资源管理中内部协调和外部协调是什么意思？
2. 支持组织采取合理的人力资源管理战略的理由是什么？
3. 总结一下基于组织一致观点（见第 2 章）的对人力资源管理批评。
4. 没有什么证据显示人力资源管理达到了它所声称的公司目标。你会寻找什么样的证据？你如何表现效果之间的关系？
5. 组织分析的概念是如何支持招聘过程的？
6. 对人格测试的主要批评是什么？
7. 为什么绩效评估的批评存在争议？同时思考技术上的和根本上的解释。
8. 你能从宝马来集团采用薪酬系统来支持人力资源管理政策其他方面的方法中再找到什么启示？更一般地说，总结你能从宝来的案例中再找出的经验。

进一步阅读

Boardwell, L. and Holden, L. (2001), 'Human Resource Management: A contemporary approach', 3rd edn, Prentice Hall, Harlow. A comprehensive collection of readings covering strategic issues, key practice areas and an international perspective.

Bateman, T. and Wilmot, A. (2001), 'Contemporary Human Resource Management: Texts and cases', Prentice Hall, Harlow. An up-to-date collection of texts and case studies in human resource management covering key practice areas.

Legge, K. (1995), 'Human Resource Management: Rhetoric and reality', Macmillan, London. A highly critical examination of many of the leading, established theories in HRM, emphasises the gap between the theory and practice of HRM.

Spencer, P. and Hibson, J. (1994), 'European Human Resource Management in Transition', Prentice Hall International, Harlow. An explicitly European perspective on the topic.

Annotated links, questions and resources can be found on www.bookcase.net/body

7.8 营销决策

现在营销管理已经掌握营销环境、机会与威胁、顾客购买行为的信息。下一个阶段是决定满足哪种需要，以及如何满足。第一个决策是市场细分与目标定位。第二个是选择恰当的产品组合，进行产品定位，以使这些产品对顾客更具吸引力（见图 7.11）。

市场细分

目标市场选择

开展营销组合，产品定位

案例问题

出现在每一章的结尾，作用是本章中提到的一个或多个观点与相关部分的案例联系起来。

复习题

出现在每一章的结尾，帮助学生复习他们的理解或者分析他们所学的内容。适用于个人和群体学习。

进一步阅读

鼓励学生们围绕这个主题进行更广泛的阅读，以提高他们的理解深度。

相关网站

本书还有一个相关的网站

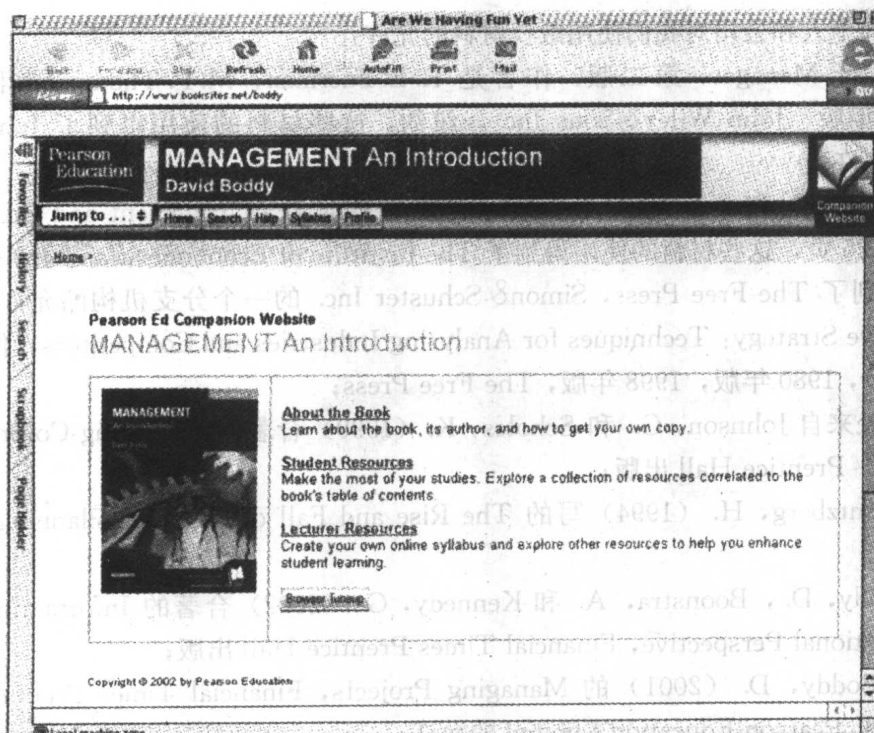
打开网站 [www. booksites. net/boddy](http://www.booksites.net/boddy), 访问网页——Management: An Introduction, 在此您可获得有用的教学和学习方面的资料, 包括:

针对学生的:

- 为了提高学习效果而提供的专门设计的学习资料
- 用来测试学习效果的多项选择题
- 相关网站的连接
- 相关问题的一些论文

针对教师的:

- 一个安全的、提供密码保护的教学主页
- 一个完整的可下载的指导目录
- 可以在课堂上应用的 ppt 文件
- 一个课程提纲管理, 可以帮助建立和维护您的个人课程主页



Screenshot reproduced by permission from Microsoft Corporation

鸣 谢

本书从同事和前一版的审校者的意见、建议和批评中受益良多。本书同时反映了曾经使用过书中部分材料和前一版本案例的学生的反馈和意见,这些反馈和意见为本书提供了巨大的帮助。

本书中绝大部分章节的撰写和全文的统编工作是由作者本人完成的。在此我非常感谢那些对部分章节做出贡献的同事,他们是:Alison More,第三章和第六章;Eleanor Shaw 博士,第七章;Iain Fraser 和 Alison Price 博士,第五章;Phil Beaumont 教授和 Carol Boyd 博士,第九章;Douglas Briggs,第十六章;Douglas Macbeth 教授,第十七章;Albert Boonstra 博士,第十八章。同时还要感谢 Linda Dempster 为 The Benefits Agency 案例,Janie Ferguson 为 The Business School Librarian 案例,自愿和高效地收集了合适的而且不常见的数据。当然,书中出现的错误和遗漏由我本人承担。

同时,感谢我的妻子 Cynthia,在我写作本书的整个过程中,她为我提供了很大的支持和帮助。

David Boddy
Glasgow 大学
2001 年 8 月

出版社的致谢

我们衷心感谢下列个人和公司对我们使用版权材料的允许:

图 2.2 来自 Master Manager,第二版,作者是 R. E. Faerman, M. P. Thompson 和 M. R. McGrath, 1996 年版, John Wiley & Sons Inc., 纽约,这些材料的使用得到了 John Wiley & Sons Inc. 的允许;

图 2.6 来自 Parker, D. 和 Stacey, R. (1994) 合著的 Chaos, Management and Economics, Hobart, 第 125 页,这些材料的使用得到了 The Institute of Economic affairs 允许;

图 3.3 的使用得到了 The Free Press, Simon & Schuster Inc. 的一个分支机构的允许,数据来自于 Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 作者是 Michael E. Porter, 1980 年版, 1998 年版, The Free Press;

图 3.5 和图 6.3 处来自 Johnson, G. 和 Scholes, K. (1999) 合著的 Exploring Corporate Strategy, 第五版, Prentice Hall 出版;

图 6.6 来自于 Mintzberg, H. (1994) 写的 The Rise and Fall of Strategic Planning, Prentice Hall 出版;

图 10.9 来自 Boddy, D., Boonstra, A. 和 Kennedy, G. (2002) 合著的 Information Systems: An Organizational Perspective, Financial Times Prentice Hall 出版;

表 11.4 来自于 Boddy, D. (2001) 的 Managing Projects, Financial Times Prentice Hall 出版,使用得到了 Pearson Education Limited 的允许;

表 4.1 来自于 The Management of a Multicultural Workforce, 作者是 M. H. Tayeb,

(1996), 使用得到了 John Wiley & Sons Limited 的允许;

图 6.2、图 6.4 和图 18.6 使用和修改得到了 The Free Press 的允许, 其是 Simon & Schuster Inc. 的一个分支机构, 该数据来源于 Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, 作者是 Michael E. Porter (1985, 1998);

图 8.8 来自 Organizational Behaviour: Managerial Strategies for Performance, 第一版作者是 Middlemist 和 Hitt, (1998)。使用得到了 South-Western College Publishing 的允许, 其是 Thomson Learning 公司的一个分支机构。传真: 800 730 2215;

表 9.1 来自于 Guest, D. (1998) 的 The Occupational Psychologist, 1998 年 2 月再版得到了 The British Psychological Society 的允许;

图 10.4 来自 Woodward, Management and Technology, 再版得到了 Her Majesty's Stationery Office, Crown 的允许版权 (1958);

图 12.5 来自 Leadership and Decision Making, 作者是 Victor H. Vroom 和 Philip W. Yetton, 得到了 The University of Pittsburgh Press 的允许;

表 13.3 来自 European Management Journal, 1995, 13 卷, 第 3 号, 作者是 J. M. Hiltrop, The Changing Psychological Contract: The Human Resource Challenge of The 1990's, 第 288~294 页 (1995)。得到了 Elsevier Science 的允许;

图 13.8 来自 "The Empowerment of Service Workers: What, Why, How, and When?" 作者是 D. E. Bowen 和 E. E. Lawler, Sloan Management Review, 1992 年春季, 第 33 卷, 第 3 号, 得到了 Los Angeles Times Syndicate International 的允许;

表 15.1 得到了 Harvard Business School Press 的允许, 数据来自于 The Wisdom of Teams, 作者是 J. R. Katzenbach 和 D. K. Smith, Boston, Ma. (1993), The Harvard Business School Publishing Corporation, 保留所有的权力;

表 15.2、表 15.3 和表 15.4 来自于 Groups That Work (And Those That Don't), 作者是 J. R. Hackman. (1990), Jossey-Bass, San Francisco. 这些材料的使用得到了 John Wiley & Sons Inc. 的允许。The Association of MBAs 的节选来自于 'Negotiating With Other Europeans', 作者是 Balle 和 Gottschalk 发表在 Management Extra;

The Body Shop International Plc. 的节选材料 The Body Shop: A Case Study;

The Economist Newspaper Limited 提供了来自 1993 年 2 月 27 日的 The Economist 的节选材料。

我们感谢 The Financial Times Limited 允许我们再版使用下列材料:

Coping With Economic Pressure at Compaq, Financial Times, 2001 年 6 月 26 日;

Is Brazil A Worthwhile Place for Another Car Plant? Financial Times, 2001 年 3 月 4 日;

The Legal Side of Business in Russia, Financial Times, 2001 年 7 月 12 日;

Psion, Financial Times, 2001 年 7 月 12 日;

ABB The Case Continues-The Company Changes to A Divisional Structure, Financial Times, 2001 年 1 月 12 日;

Changing Structure As Internet Firms Mature, Financial Times, 2001 年 2 月 25 日;

Two Leaders' Styles, Financial Times, 2000 年 10 月 8 日;

Two Leaders' Styles, Financial Times, 2000 年 2 月 15 日;

Two Leaders' Styles, Financial Times, 2000 年 2 月 24 日;

Dell Computing, Financial Times, 2001 年 6 月 20 日;

图 16.1 来自 Pre-Tax Profits Compared; Halifax/Bank of Scotland, Financial Times, 2001 年 5 月 5~6 日;

表 3.1 来自 Forecast of Online Grocery Sales (2005), Financial Times, 2001 年 7 月;

表 12.4 来自 Traits of Those Leading Some of The World's Most Respected Companies (2000), Financial Times, 2000 年 10 月 15 日。

在有些例子中, 我们无法和资料的版权所有者取得联系, 我们将对任何提供给我们此类信息者致以谢意。

目 录

第一版前言	(1)
第二版前言	(3)
怎样使用这本书	(4)
导读	(5)
相关网站	(7)
鸣谢	(8)

第一部分 管理学导论

案例研究: The Body Shop 国际公司	(2)
第1章 组织中的管理	(5)
案例研究: Chem-Tec	(6)
1.1 引言	(6)
1.2 管理和组织	(8)
1.3 管理的含义	(9)
1.4 管理专业化	(11)
1.5 管理内容	(14)
1.6 管理过程	(17)
1.7 管理工作	(22)
1.8 组织中的性别	(24)
1.9 管理挑战	(25)
1.10 传统与批判观点	(26)
1.11 学习管理	(26)
1.12 总结	(28)
1.13 复习题	(29)
进一步阅读	(29)
第2章 管理模式	(31)
案例研究: Robert Owen ——早期管理创新者	(32)
2.1 引言	(32)
2.2 为什么要研究管理模式?	(33)
2.3 竞争价值架构	(36)
2.4 理性目标模式	(37)
2.5 内部过程模式	(42)
2.6 人际关系模式	(46)
2.7 开放系统模式	(50)
2.8 非确定条件下的管理理论	(54)
2.9 总结	(56)
2.10 复习题	(57)

进一步阅读	(58)
-------------	------

第二部分 管理环境

案例研究:BP Amoco(英美联合石油)公司	(60)
-------------------------------	------

第3章 企业环境	(63)
----------------	------

案例研究:诺基亚	(64)
----------------	------

3.1 引言	(64)
--------------	------

3.2 分析“PEST”模式的一般环境	(67)
---------------------------	------

3.3 竞争环境——波特的五种因素	(71)
-------------------------	------

3.4 外部环境的性质	(74)
-------------------	------

3.5 组织环境的分析	(76)
-------------------	------

3.6 利益相关者分析	(78)
-------------------	------

3.7 总结	(81)
--------------	------

3.8 复习题	(82)
---------------	------

进一步阅读	(82)
-------------	------

第4章 管理国际化	(84)
-----------------	------

案例研究:汉莎航空公司与全球化	(85)
-----------------------	------

4.1 引言	(85)
--------------	------

4.2 国际商务的发展	(87)
-------------------	------

4.3 经济关系	(92)
----------------	------

4.4 政治/制度关系	(93)
-------------------	------

4.5 国家文化的对比	(97)
-------------------	------

4.6 Hofstede 在关于民族文化问题上的比较	(100)
----------------------------------	-------

4.7 对比不同的管理体系	(102)
---------------------	-------

4.8 在国际化的环境中管理	(105)
----------------------	-------

4.9 总结	(106)
--------------	-------

4.10 复习题	(108)
----------------	-------

进一步阅读	(108)
-------------	-------

第5章 公司的社会责任	(110)
-------------------	-------

案例研究:福特汽车 Pinto 的事件	(111)
---------------------------	-------

5.1 引言	(112)
--------------	-------

5.2 商业道德的历史	(113)
-------------------	-------

5.3 商业在社会中的作用	(115)
---------------------	-------

5.4 什么是商业道德标准?	(118)
----------------------	-------

5.5 公司社会责任	(122)
------------------	-------

5.6 为什么是社会责任?	(125)
---------------------	-------

5.7 总结	(130)
--------------	-------

5.8 复习题	(132)
---------------	-------

进一步阅读	(132)
-------------	-------

第三部分 计划

案例研究: The Virgin Group	(136)
第6章 计划和战略	(139)
案例研究: Marks & Spencer	(140)
6.1 引言	(140)
6.2 计划和战略的类型	(141)
6.3 战略元素与目标	(143)
6.4 确定组织目标	(146)
6.5 环境分析	(148)
6.6 战略选择	(154)
6.7 实施: 行动、监督与控制	(162)
6.8 有关战略的其他观点	(164)
6.9 总结	(169)
6.10 复习题	(171)
进一步阅读	(171)
第7章 市场营销管理	(173)
案例研究: 千禧年圆顶展览馆	(174)
7.1 引言	(174)
7.2 什么是市场营销?	(176)
7.3 何种类型的组织适于运用营销?	(179)
7.4 建立营销导向	(181)
7.5 营销职能管理	(183)
7.6 信息密集型市场营销活动	(185)
7.7 了解顾客购买行为	(186)
7.8 营销决策	(189)
7.9 营销组合的使用	(191)
7.10 有关营销批判的观点	(196)
7.11 总结	(197)
7.12 复习题	(198)
进一步阅读	(198)

第四部分 组织行为

案例研究: 苏格兰皇家银行的全球业务	(202)
第8章 组织结构与文化	(205)
案例研究: ABB 的全球业务	(206)
8.1 引言	(207)
8.2 分工——建立垂直结构	(208)
8.3 分工——建立水平结构	(214)
8.4 协调工作	(220)