

一看就懂的

管理学

全图
解

管理学入门级读物，可作晋级参考

升级版



李智朋◎著

全彩图文

- 回归管理本源
- 易学易懂易操作



管理概述：解读管理学的基本构成要素，概述管理思潮的发展历史

环境分析：透析企业内部环境、外部环境，定位企业的文化和社会责任

推动发展：传授企业管理技巧，运用合理的激励体制来掌控企业运营

一看就懂的

管理学

全
图
解

李智朋◎著

升级版



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

一看就懂的管理学全图解: 升级版 / 李智朋著. — 北京: 北京理工大学出版社, 2015.10

ISBN 978-7-5682-1235-9

I . ① —… II . ① 李… III . ① 管理学 - 通俗读物 IV . ① C93-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 214793 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京恒石彩印有限公司

开 本 / 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 / 10

字 数 / 280 千字

版 次 / 2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价 / 31.80 元

责任编辑 / 施胜娟

文案编辑 / 施胜娟

责任校对 / 孟祥敬

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

目录



使用说明书.....	008
------------	-----

第1篇 管理学概论

为什么要学管理学?	012
管理是什么?	014
管理矩阵.....	016
管理者的层级.....	020
管理者的角色.....	022
管理者的技能.....	024

第2篇 管理思潮的发展

管理思潮的发展历史.....	028
古典学派①：科学管理观点.....	030
古典学派②：行政管理观点.....	034
行为学派①：霍桑实验.....	040
行为学派②：人际关系观点.....	044

量化学派：管理科学观点与作业管理观点.....	047
新兴学派①：系统观点.....	050
新兴学派②：权变观点.....	053

第3篇 组织环境

组织环境.....	058
内部环境.....	060
外部环境①：一般外部环境.....	062
外部环境②：特定外部环境.....	065
了解产业环境的分析——五力分析.....	068
诊断内外环境的分析——SWOT分析.....	074
企业文化.....	076
企业伦理.....	079
企业社会责任.....	082

第4篇 规划

认识规划.....	086
策略规划的步骤.....	089
目标设定.....	092
目标管理.....	096
认识“决策”.....	099
决策风格.....	104

群体决策的方法.....	108
--------------	-----

第5篇 组 织

组织的概述.....	114
组织设计.....	118
七种常见的组织结构.....	122
工作团体与工作团队.....	130
组织生命周期.....	134
管理者判断他人的方法①：判断他人的捷径.....	138
管理者判断他人的方法②：归因理论.....	142
组织变革.....	146
变革管理.....	152

第6篇 领 导

什么是“领导”.....	158
领导特质理论.....	163
行为模式理论①：权威·民主与放任.....	169
行为模式理论②：“生产导向、员工导向”和“关怀、定规”.....	174
行为模式理论③：管理方格理论.....	180
情境领导理论①：费德勒情境模式.....	184
情境领导理论②：路径—目标领导理论.....	190
交易型领导与转型领导.....	196
冲突管理.....	200

第7篇 激励

激励概述.....	208
需求观点的激励理论①：双因素理论.....	211
需求观点的激励理论②：三种需要理论.....	216
需求观点的激励理论③：ERG理论.....	220
过程观点的激励理论①：期望理论.....	224
过程观点的激励理论②：公平理论.....	230
过程观点的激励理论③：目标设定理论.....	236
强化理论的激励理论.....	242
工作特征模型.....	246
工作再设计.....	252

第8篇 控制

控制的概述.....	258
控制的类型.....	262
控制的情境因素.....	271
控制系统及其特性.....	275
全面质量管理.....	280

第9篇 其他重要的管理理论

竞争战略.....	288
虚拟企业.....	293

标杆管理.....	300
学习型组织.....	305
知识管理.....	311
平衡计分卡.....	316

一看就懂的

管理学

全
图
解

李智朋◎著

升级版



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

一看就懂的管理学全图解：升级版 / 李智朋著 . — 北京：北京理工大学出版社，2015.10

ISBN 978-7-5682-1235-9

I . ① — … II . ① 李 … III . ① 管理学 - 通俗读物 IV . ① C93-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 214793 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

销 / 全国各地新华书店

刷 / 北京恒石彩印有限公司

开 本 / 880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张 / 10

字 数 / 280 千字

版 次 / 2015 年 10 月第 1 版 2015 年 10 月第 1 次印刷

定 价 / 31.80 元

责任编辑 / 施胜娟

文案编辑 / 施胜娟

责任校对 / 孟祥敬

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

目录



使用说明书.....	008
------------	-----

第1篇 管理学概论

为什么要学管理学?	012
管理是什么?	014
管理矩阵.....	016
管理者的层级.....	020
管理者的角色.....	022
管理者的技能.....	024

第2篇 管理思潮的发展

管理思潮的发展历史.....	028
古典学派①：科学管理观点.....	030
古典学派②：行政管理观点.....	034
行为学派①：霍桑实验.....	040
行为学派②：人际关系观点.....	044

量化学派：管理科学观点与作业管理观点.....	047
新兴学派①：系统观点.....	050
新兴学派②：权变观点.....	053

第3篇 组织环境

组织环境.....	058
内部环境.....	060
外部环境①：一般外部环境.....	062
外部环境②：特定外部环境.....	065
了解产业环境的分析——五力分析.....	068
诊断内外环境的分析——SWOT分析.....	074
企业文化.....	076
企业伦理.....	079
企业社会责任.....	082

第4篇 规划

认识规划.....	086
策略规划的步骤.....	089
目标设定.....	092
目标管理.....	096
认识“决策”.....	099
决策风格.....	104

群体决策的方法.....	108
--------------	-----

第5篇 组 织

组织的概述.....	114
组织设计.....	118
七种常见的组织结构.....	122
工作团体与工作团队.....	130
组织生命周期.....	134
管理者判断他人的方法①：判断他人的捷径.....	138
管理者判断他人的方法②：归因理论.....	142
组织变革.....	146
变革管理.....	152

第6篇 领 导

什么是“领导”.....	158
领导特质理论.....	163
行为模式理论①：权威·民主与放任.....	169
行为模式理论②：“生产导向、员工导向”和“关怀、定规”.....	174
行为模式理论③：管理方格理论.....	180
情境领导理论①：费德勒情境模式.....	184
情境领导理论②：路径—目标领导理论.....	190
交易型领导与转型领导.....	196
冲突管理.....	200

第7篇 激励

激励概述.....	208
需求观点的激励理论①：双因素理论.....	211
需求观点的激励理论②：三种需要理论.....	216
需求观点的激励理论③：ERG理论.....	220
过程观点的激励理论①：期望理论.....	224
过程观点的激励理论②：公平理论.....	230
过程观点的激励理论③：目标设定理论.....	236
强化理论的激励理论.....	242
工作特征模型.....	246
工作再设计.....	252

第8篇 控制

控制的概述.....	258
控制的类型.....	262
控制的情境因素.....	271
控制系统及其特性.....	275
全面质量管理.....	280

第9篇 其他重要的管理理论

竞争战略.....	288
虚拟企业.....	293

标杆管理.....	300
学习型组织.....	305
知识管理.....	311
平衡计分卡.....	316

使用说明书

这是一本专门为管理学初学者编写的管理学图书。本书总共 9 个篇章，以期管理学初学者能够由浅及深、循序渐进地轻松掌握管理学的相关知识。

为了便于理解，节省读者的宝贵时间，本书特意将复杂的知识简单化。在内容上，尽量将专业的管理学知识通俗化；在页面设计上，完

书名

7

大标题

每个篇章都有几个大标题，大标题揭示该篇要学习的知识。每个大标题为初学者揭示了一个知识要点。

前言 引文

对将要学习的知识要点给予简明精要的说明，并对其重要性及其影响因素做说明。

Easy-going

一针见血地指出需要注意的事项，提供一些经验诀窍或相关建议。

小故事

每篇都有几个与大标题相关的事件或管理小故事，增加初学者的学习兴趣。

需求观点的激励理论②：三种需要理论

不同于赫茨伯格的“双因素理论”，麦克利兰认为，组织成员在职场上的积极表现，主要是受到三个因素的制约：“成就需要”“权力需要”和“亲和需要”，即“三种需要理论”。

> 三种需要理论概述

“三种需要理论”是由美国著名心理学家、哈佛大学教授戴维·麦克利兰，通过对人的需求和动机进行研究，于 1961 年提出的。

Easy-going



成就需要、权力需要与亲和需要的强弱造就了独一无二的个体。比如，单亲家庭的孩子由于从小缺少完整的关爱，亲和需要比较强烈，而富裕家庭的孩子从小习惯了呼风唤雨，权力需要比较强烈。

麦克利兰经过 20 多年的研究认为，人类的许多需要都不是生理性的，而是社会性的。也就是说，人类对成就、权力和亲和的需求不是先天的，而是后天形成的，来源于不同的生活环境、工作经历和培养教育等，不可能仅从单个人的角度归纳出共同的、与生俱来的三

小故事

士为“赞赏”者死

韩国某大型公司的一个清洁工，本来是一个最被人忽视、最被人看不起的角色，但就是这样一个人，却在一天晚上公司保险箱被窃时，与小偷进行了殊死搏斗。事后，人们为他庆功并问他的动机时，答案却出人意料。他说：当公司的总经理从他身旁经过时，总会不时地赞美他“你扫的地真干净”。

全采用简单明了的学习界面，配以图解辅助解释复杂的概念。另外，本书还配有大量与管理学知识相关且趣味性十足的小故事，可以让您学习兴趣倍增。总之，拥有此书，您将轻松掌握所有管理学知识。

颜色区别

为方便学习者随时随地迅速地查阅相关知识，本书不同的篇章采用不同的颜色予以标示。

就越容易取得成功，那么员工就会经常体验到成功的满意感。而当设定的目标越困难时，个体取得成功的可能性就会越小，员工就很少体验到满意感。

目标设定的影响因素

影响因素

1 承诺	个人对目标的重视程度和为达到目标而努力的程度
2 反馈	目标设置与个体对目标成就的反应之间的一种动力过程。有信息方式和控制方式两种反馈
3 自我效能感	依据自我能力对目标达成效果的判断
4 任务策略	个体在处理复杂问题时使用的有效方法
5 满意感	个体对其所从事工作各方面满足与否的情绪反映

More

针对中国台湾的小学，有一个关于目标的跟踪调查，调查成果表明：

4% 具有明确目标的人，若干年后，他们几乎都成为社会各界的成功人士；

9% 具有较明确目标的人，数年后，他们生活在社会的上中层；

61% 目标模糊的人，成人后生活在社会的中下层；

26% 没有目标的人，他们几乎都属社会的最低层，经常失业。

第7章 激励

篇名

全面讲述了管理学所涉及的主要内容，每篇讲述一个主题。

图解

为了让读者可以一目了然地理解书中概念，本书运用逻辑拆解法将概念间的关系做成图表分析的形式。

More

对前文无法详细说明的重要内容，在此进行详细说明。