



普通高等教育创新型人才培养规划教材



管 理 学

GUANLI XUE

吴景泰 安玉新 主编



北京航空航天大学出版社
BEIHANG UNIVERSITY PRESS



普通高等教育创新型人才培养规划教材

管 理 学

吴景泰 安玉新 主编

北京航空航天大学出版社

内 容 简 介

本书是编者在结合多年的教学实践与探索,汲取了当今社会管理活动的理论和经验的基础上编写的,力图使读者清晰地了解管理学的全貌。同时本书还结合实践对管理的最新发展作了一定介绍。

本书共分十四章,以管理职能为主线,系统、完整地阐述了管理学的基本原理和方法,内容重点突出、翔实合理。为了方便学生学习,在每一章理论阐述之前,都安排了本章要点;在每一章的最后,都精心编写了复习思考题。

本书在编写中坚持管理理论体系的完整性、科学性、理论性、实用性和易读性,适合高等学校的经济管理专业本科生、研究生作为教材使用,也可以供从事管理工作的各界朋友阅读和参考。

图书在版编目(CIP)数据

管理学 / 吴景泰,安玉新主编. — 北京:北京航空航天大学出版社,2014.8

ISBN 978-7-5124-1536-2

I. ①管… II. ①吴… ②安… III. ①管理学—教材 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 094310 号

版权所有,侵权必究。

管理学

吴景泰 安玉新 主编
责任编辑 杨 昕

*

北京航空航天大学出版社出版发行

北京市海淀区学院路 37 号(邮编 100191) <http://www.buaapress.com.cn>

发行部电话:(010)82317024 传真:(010)82328026

读者信箱: bhpress@263.net 邮购电话:(010)82316524

涿州市新华印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:710×1 000 1/16 印张:17.75 字数:378 千字

2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷 印数:3 000 册

ISBN 978-7-5124-1536-2 定价:32.00 元

若本书有倒页、脱页、缺页等印装质量问题,请与本社发行部联系调换。联系电话:(010)82317024

前 言

管理和科技是社会发展的两个轮子,管理学随着技术的发展、社会经济的发展和生产力的发展而不断发展。现在是信息化、云技术的时代,其赋予了管理新的内涵,成为应用性极强的一门科学。管理学作为一门学问已成为经济类、管理类各专业学生的核心课程之一,是该类专业学生学习其他专业课的基础。社会的发展使知识的发展呈现了综合化的趋势,经济的发展使得团队越来越重要,人的发展使得情商越来越重要,为此,学生不但要掌握专业知识,更要懂得管理理论和方法,掌握管理思想的精髓。

近年来,管理学课程的教材非常多,出版量增长极快,但真正适合普通高等学校的教材并不多。尤其是对于工科院校,管理学课程涉及专业多,先修和后续课程又大不相同,既涵盖管理知识体系,又能满足实际应用需要的教材更为缺乏。编写本教材的目的,正是为了满足经管类专业及一些工科专业的学生系统了解、掌握管理理论知识的需要,将经典的管理知识和前沿的管理成果介绍给学习者及有关读者,既传播了管理科学知识,又能促进生产力的发展和社会的进步。

本书编写中坚持管理理论体系的完整性、科学性、系统性、实用性和易读性,博采众家之长,广纳先进管理成果,形成了自己的特色。

本书共十四章,由沈阳航空航天大学管理学教学团队编写。其中,吴景泰、安玉新担任主编,负责总体设计、总撰审定。参加编写的人员有:吴景泰(第一章~第三章)、徐娴英(第四章和第五章)、安玉新(第六章~第八章)、张颖(第九章~第十一章)、王永东(第十二章和第十三章)、赵榕(第十四章)。

本书在编写中参考了国内外大量的文献,在此对这些文献的作者表示衷心的感谢。另外,向对本书编写大纲提出建议的专家、帮助本书出版的有关人员及为本书编写收集材料的人员表示感谢。

管理学是一门既具有丰富内涵又发展迅速的学科,管理理论知识既有经典性又有权变性,但由于编者的知识、经验有限,编写中缺点、错误在所难免,敬请使用本书的师生、读者及同行专家提出意见和建议。

编 者

2014年5月

目 录

第一章 管理学概述.....	1
第一节 管理的性质和职能.....	1
一、管理的含义.....	2
二、管理的职能.....	3
三、管理的性质.....	4
四、管理的重要性及管理的任务.....	6
第二节 管理者.....	8
一、管理者的定义与分类.....	8
二、管理者角色.....	9
三、管理者技能.....	11
第三节 管理学.....	12
一、管理学的研究内容.....	12
二、管理学的特点.....	14
三、学习管理学的重要性.....	15
四、学习管理学的原则.....	16
复习思考题.....	17
第二章 管理理论的产生与发展.....	18
第一节 管理理论的产生.....	18
一、人类早期的管理思想.....	18
二、管理理论产生的背景.....	20
第二节 古典管理理论.....	23
一、泰勒的科学管理理论.....	23
二、法约尔的一般管理理论.....	26
三、韦伯的官僚模式组织理论.....	28
第三节 人际关系理论.....	29
一、霍桑试验.....	29
二、人际关系理论.....	30
三、人际关系理论的局限性.....	33
第四节 管理理论的发展.....	35



一、管理理论发展中人的假设	35
二、管理理论的发展——丛林理论	37
复习思考题	39
第三章 现代管理理论	40
第一节 现代管理理论的基础	40
一、现代管理理论之父巴纳德	40
二、现代管理理论的特征	40
三、行为科学的研究方法	41
四、“决策人”假设	41
第二节 组织的基本概念	43
一、组织的定义	43
二、组织的基本要素	45
三、组织结构的发展规律	47
四、正式组织与非正式组织	49
第三节 权限接受论	51
一、正式权限论和权限接受论	51
二、“无差别圈”的概念	52
三、主观权限客观化	53
四、信息系统	54
五、制度权限和实体权限	55
复习思考题	55
第四章 决策理论与方法	56
第一节 决策概述	56
一、决策的概念	56
二、决策的特点	56
三、决策的类型	57
四、决策在管理中的地位与作用	59
五、决策标准和基本原则	59
六、决策的过程	60
第二节 决策的理论	62
一、古典决策理论	62
二、行为决策理论	63
三、现代决策理论	65
第三节 决策方法	66



一、定性决策方法	66
二、定量决策方法	71
复习思考题	80
第五章 计划工作	81
第一节 计划概述	81
一、计划的概念	81
二、计划的性质	82
三、计划的特点	84
四、计划的作用	84
五、影响计划有效性的权变因素	85
第二节 计划类型与工作原理	86
一、计划类型	86
二、计划工作原理	88
三、目标管理	90
第三节 计划的形式、编制与评价	93
一、计划的形式	93
二、计划编制工作的程序	96
三、计划编制工作的方法	97
四、计划的评价	97
五、计划的调整与修正	98
第四节 几种常见的计划工具	99
一、甘特图	99
二、网络图	101
三、滚动计划	103
复习思考题	105
第六章 战 略	106
第一节 战略与战略管理	106
一、什么是战略	106
二、战略的层次	108
三、战略管理及战略管理理论	110
第二节 战略环境研究	111
一、外部环境及内部环境	111
二、行业结构分析	113
第三节 战略管理过程	117



一、战略制定的原则	117
二、战略管理的步骤	117
复习思考题	120
第七章 组织结构	121
第一节 组织结构概述	121
一、组织和组织结构	121
二、组织设计的任务	123
三、管理幅度与管理层级	124
四、组织结构的影响因素	126
第二节 组织横向结构设计	128
一、组织部门化	128
二、组织结构类型	129
第三节 组织中的权力与责任	135
一、职权与职责	135
二、授 权	138
三、集权和分权	139
第四节 组织文化	141
一、组织文化的含义	141
二、组织文化的功能	144
三、组织文化的建设	145
复习思考题	146
第八章 人员配置	147
第一节 人员配置的任务和原则	147
一、人员配置的重要性	147
二、人员配置的任务	148
三、人员配置的原则	148
四、人员配置工作的内容	149
五、人力资源规划	150
第二节 工作分析	150
一、工作分析的概念	151
二、工作分析的内容	151
三、工作分析的步骤	151
四、职位说明书	152
第三节 员工的招聘与解聘	154



一、员工选聘的来源	154
二、员工选聘的程序与方法	156
三、员工的解聘	158
第四节 员工培训	158
一、员工培训的目的和意义	158
二、员工培训的内容	160
三、员工培训的具体形式	161
第五节 绩效评估	162
一、绩效评估的含义和作用	162
二、绩效评估的主体	164
三、绩效评估的程序和方法	164
四、员工的薪酬管理	166
复习思考题	169
第九章 领 导	170
第一节 领导和领导者	170
一、领导和领导者的内涵	170
二、领导者的作用	170
三、领导者的权力及其来源	171
四、领导者类型	171
第二节 领导理论	173
一、特质理论	173
二、行为方式理论	174
三、权变理论	177
四、领导理论的新发展	181
第三节 领导的方法和艺术	182
一、领导的方法	182
二、领导的艺术	183
复习思考题	187
第十章 激 励	188
第一节 激励的原理	188
一、激励的含义及功能	188
二、激励的心理机制	189
三、激励过程	190
四、人性假设理论	191



第二节 激励理论	192
一、需求层次理论	193
二、双因素理论	194
三、成就需要理论	195
四、期望理论	196
五、公平理论	198
六、强化理论	200
第三节 激励的实务与建议	201
一、激励的实务	201
二、激励应注意的问题	204
复习思考题	205
第十一章 沟 通	206
第一节 沟通的原理	206
一、沟通及其过程	206
二、沟通的方式	208
第二节 组织内部沟通	210
一、正式沟通	211
二、非正式沟通	214
第三节 有效沟通	216
一、有效沟通的障碍	216
二、有效沟通的实现	219
复习思考题	221
第十二章 控制活动和过程	222
第一节 控制活动	222
一、控制的含义	222
二、控制的必要性	223
三、控制的类型	223
第二节 控制过程	228
一、确立控制标准	228
二、衡量实际工作绩效	230
三、纠正偏差	231
第三节 有效控制	232
一、适时控制	232
二、适度控制	233



三、客观控制	234
四、弹性控制	235
复习思考题	235
第十三章 控制方法	236
第一节 预算控制	236
一、预算的性质和作用	236
二、预算的种类	237
三、预算的不足之处	239
四、改进的方法	239
第二节 质量控制	241
一、质量控制概述	241
二、全面质量管理	242
三、六个西格玛	242
第三节 平衡计分卡	244
一、平衡计分卡控制指标	244
二、平衡计分卡的特点	246
复习思考题	247
第十四章 管理的创新	248
第一节 创新职能	248
一、创新的含义及其作用	248
二、创新的类型	250
三、创新的基本内容	252
第二节 创新过程	256
一、影响和推动组织创新的因素	256
二、创新的基本条件	257
三、创新的过程	259
四、创新的策略	261
第三节 企业组织创新	263
一、企业制度创新	263
二、企业层级结构创新	267
复习思考题	270
参考文献	271

第一章 管理学概述

【本章要点】

- 管理的概念
- 管理的职能
- 管理者的层次与职能
- 管理者角色
- 管理学研究的内容
- 管理学特点

自从有了人类历史就有了管理,随着生产力的发展,人类生产日趋社会化和专业化,社会化大生产提出了分工合作的要求。劳动者之间只有合理分工和协作才能提高效率、取得最佳的效果,这就需要管理。为了解决资源的有限性和人类欲望的无限性及目标多样性之间存在的矛盾,需要对人类要达到的目标和资源利用进行控制和协调,以实现资源最有效的配置和目标的优化,这就更需要管理,需要更多优秀的管理者能够在他们各自的领域有所成就和贡献。从这些意义上来说,社会的各个层次、各个领域,甚至每个人都存在管理问题。管理既是一项社会实践活动,又是一门科学,它对任何企业、事业单位乃至政府机构都有着极其重要的指导意义。

第一节 管理的性质和职能

管理起源于人类的共同劳动,自古就存在。人们开始组成集体去达到共同目标时就必须有管理以协调集体中各个成员的活动。正如马克思在《资本论》中所指出的:“一切规模较大的直接社会或共同劳动,都或多或少地需要指挥,以协调个人的活动,并执行生产总体的运动——不同于这一总体的独立器官的运动——所产生的各种一般职能。一个单独的提琴手是自己指挥自己,一个乐队就需要一个乐队指挥。”任何组织集体,如工厂、企业、学校、医院、军队、政府、商业、银行等都需要管理。埃及金字塔、巴比伦古城、我国的万里长城等,都是古代人民勤劳智慧的结晶,也是历史上伟大的管理实践。古罗马帝国的兴盛,很大程度上归功于其有效的组织。戴克里先成为皇帝后,实行了一种把中央集权控制与地方的分权管理很好地结合起来的连续授权制度。管理作为一种人类的实践活动虽然古已有之,人们对管理活动的经验加以总结,形成了一些朴素、零散的管理思想,但形成管理理论却是在工业革命之后。



一、管理的含义

目前,管理一词还没有一个统一的为大多数人所接受的定义,不同的学者由于研究的出发点不同或角度不同,因而对管理所下的定义也不同。

在中国古代,管者,古乐器名,泛指细长圆形中空之物,衍义枢要、管制、包容、包管;理者,治玉也,衍义治理、治疗、温习、义理、道理、法则、名分等。管与理结成管理一词,其义精深明确。

西方的学者们更是给管理下了诸多定义。“科学管理之父”泰勒就说过:管理就是确切地知道你要别人去干什么,并使他用最好的方法去干。“管理过程理论之父”法约尔认为,管理就是计划、组织、指挥、协调、控制。诺贝尔经济学奖获得者赫伯特·A·西蒙(Herbert A. Simem)认为,管理就是决策。美国管理协会认为,管理是通过他人的努力来达到目标。斯蒂芬·P·罗宾斯(Stephen P. Robbins)认为,管理是指同别人一起,或通过别人使活动完成得更有效的过程。在这里,过程的含义表示管理者发挥的职能或从事的主要活动,这些职能可以概括地称为计划、组织、领导和控制。现代管理学者 H·孔茨则认为,管理是设计和保持一种环境,使集体工作的人们能够有效地完成预定目标的过程。

我国一些学者也对管理学做了很多定义。周三多认为,管理是组织为了达到个人无法实现的目标,通过各项管理职能,合理地分配、协调这些资源的过程。胡祖光提出,管理就是组织人力与物力以实现正式组织的目标的过程。

在对管理进行广泛的研究,并综合了各种对管理的理解,本书对管理作了如下的定义:管理是通过计划、组织、协调、控制、创新等职能,有效地分配和使用人力、物力、财力等各种资源,以期达到组织目标的过程。

上述管理的概念,包括以下几个方面的含义:

① 管理是任何组织(包括工商企业、学校、医院、政府机构等)集体劳动所必需的活动。

② 管理的对象是组织的各种活动及活动所需要的人力、物力、财力、信息等资源要素。管理的对象就是组织的一切活动,通过合理利用和分配组织的资源,使活动能够有效地完成。

③ 管理的主体是管理者。组织是由管理者来管理的,包括高层、中层和基层的管理者,凡是参与管理的人都是管理者。当然,对于一般组织来说,组织的总体控制是以高层管理者为中心的。

④ 管理的目的是使管理行为符合客观规律。管理是一种有意识、有组织的活动。要使主观行为变成客观活动并取得客观效果,就必须使管理的行为符合客观规律,所以管理的依据是组织的特性及由此表现出来的经营规律。

⑤ 管理的目的是为了实现既定的目标,而这就需要组织内的成员各尽其责,共同努力协作。



二、管理的职能

19 世纪初,法国工业家亨利·法约尔(Henri Fayol, 1841—1925)在《工业管理与一般管理》一书中,将管理的职能划分为计划、组织、指挥、协调、控制五个基本职能。我国理论界习惯上将管理划分为决策、计划、组织、协调、激励、控制和创新七个职能。

1. 决策职能

决策就是对市场环境进行分析,确定生产发展目标,在多种方案中选出最佳方案。正确的决策能够指导人们有效的活动,从而获得良好的结果;错误的决策,则会产生错误的行为,导致经营活动的失败,甚至产生巨大的损失和严重的后果。在市场经济中,由于市场的瞬息万变,竞争的加剧,使决策成为管理的核心和最基本的职能。

2. 计划职能

计划是决策的展开和具体化,即根据决策的目标而做出的具体安排。在企业管理过程中,计划是各项工作的龙头。只有充分发挥计划的职能作用,才能把各项工作有效地组织起来,建立起正常的生产秩序和工作秩序,企业的经营规模越大,生产经营越复杂,计划职能作用就越重要。所以,计划职能是现代企业管理不可缺少的重要职能。

3. 组织职能

组织就是将企业生产经营活动的各要素、各部门、各环节在空间和时间的联系上、在劳动分工与协作上、在对外交往上合理地组织起来,形成一个有机整体,使企业的人、财、物得到最合理的运用。组织职能是保证实现预定计划的一项重要职能。组织职能的执行要从企业生产经营的具体情况出发,服从于企业的经营战略和决策。组织职能水平的高低,在一定程度上决定了企业的工作效率和生产经营活动的成果。

4. 协调职能

为了有效地实现企业的目标,使企业各生产部门、各职能部门之间以及对外的工作保持良好的协作关系,就需要进行组织协调。协调可以分为纵向协调和横向协调,对内协调和对外协调。

纵向协调就是对组织内部各个层级之间的协调,横向协调则是不同部门之间的协调;对内协调就是指组织内部协调,对外协调则是对企业与其他单位之间的协调。协调是一项综合性的职能,要做好协调工作,关键在于使企业全体员工明确企业的生产经营目标和决策计划内容,树立全局观念,克服本位思想,加强互相协作,消除扯皮现象。

5. 激励职能

企业等组织的各项工作,主要依靠人的劳动来完成,工作结果的优劣很大程度上取决于人的积极性。人的积极性是一种极大的内在潜力,激励就是通过各种措施、方法和形式来充分调动人的内在潜力,从而提高工作效力,以保证完成和超额完成各项



计划指标。激励的方式有积极和消极两种,前者如奖励、晋升等,后者如批评、惩罚等。在一般情况下应该以积极的激励为主,辅以必要的消极激励。

6. 控制职能

控制又称监督,它是同计划紧密联系在一起。没有计划,控制也失去了依据。有了计划,没有控制,计划的实现也可能落空。控制主要是对企业生产经营活动过程进行考察,把实际执行情况与原定的计划、目标进行对比,找出差异,分析原因,采取对策,解决问题。实现控制的职能要求企业建立和健全一系列的规章制度,特别是确定明确的责任制、完整的定额管理制度和严格的经济核算制等。

7. 创新职能

创新是组织生命力的源泉。对于一个系统的企业或其他社会组织来说,计划、组织、领导和控制等职能是在现有环境状态和系统目标下,维持系统平衡的重要管理职能;而创新则是适应组织内、外部环境条件的变化,打破系统原有平衡,创造系统新的目标、结构和功能状态,以实现新的系统平衡的管理职能。没有创新就没有发展,只有借助管理的创新职能,才能将计划、组织、领导、控制等职能推进到一个新的组织管理的均衡状态,从而使组织在更高层次上实现目标、结构与功能的有机整合,以创造性地适应环境变化,赢得竞争优势。

三、管理的性质

管理活动是很复杂的社会活动,受到若干不确定因素的影响与制约。但是,管理又有自身的规律与特征,认识和掌握这些特征,是做好管理工作的基本条件。

(一) 管理的自然属性和社会属性

管理具有二重性,即管理的自然属性和社会属性。管理的二重性是马克思主义关于管理问题的基本观点。马克思在《资本论》中指出:“凡是直接生产过程具有社会结合过程的形态,而不是表现为独立生产者的孤立劳动的地方,都必然会产生监督劳动和指挥劳动。”从以上马克思所论述的管理二重性的理论中,我们可以认识到,管理的二重性是通过两种管理性质来表现的,即通过“指挥劳动”和“监督劳动”来分别表现管理的自然属性和社会属性。“指挥劳动”是进行社会化生产所必需的,是执行着组织和协调企业生产、技术、经营等整体活动的一般要求。它是适应社会化大生产要求的自然属性,也是在任何生产方式或社会制度下都具有的共性。“监督劳动”则是指在一定的生产资料占有方式下,社会劳动过程的一种特殊性质,它具有社会属性,在一定生产关系下具有其特殊地位。资本主义管理的社会属性的特点,主要表现在维护资本家利益、剥削雇佣劳动的实质上,具有阶级对抗性。社会主义管理的社会属性的特点,则主要表现在维护和改善集体劳动条件,正确处理国家、集体和个人三者的关系,为实现社会主义生产目的服务。

具体来说,管理的二重性表现在以下两个方面:



1. 自然属性

管理的自然属性是由生产力与社会化大生产所决定的。社会化的共同劳动需要管理,要按照大生产的要求,合理地进行计划、组织、协调和控制,没有这种管理,不仅由协作而发展的社会生产力发挥不出来,就是生产中人的要素和物的要素也会由于缺乏管理而无法充分发挥人力、物力的作用,无法达到提高劳动生产率和经济效益的目的。因此,管理是进行社会化生产所必需的、共有的,这是一种自然属性。管理的这种自然属性主要取决于生产力发展水平和劳动社会化程度,而不取决于生产关系的性质。

2. 社会属性

管理总是在一定的社会制度和生产关系下进行的,不同的社会制度和不同的历史阶段,以及不同的社会文化都会使管理呈现出一定的差别,使其具有特殊性,这就是管理的社会属性。可见,管理的社会属性是由社会制度和生产关系决定的。

管理的二重性是相互联系、相互制约的。一方面,管理的自然属性不可能脱离一定的生产关系或者社会基本制度;另一方面,管理的社会属性也不可能孤立于生产力或社会基本制度,管理的自然属性要求有一定社会属性的生产关系和组织形式与其相适应。同时,管理的社会属性也必然对相应的自然属性产生影响并发挥作用。了解了管理的自然属性,为学习、借鉴经济发达国家先进的管理方法和经验提供了理论依据;了解了管理的社会属性,就要根据我国的国情,逐步建立起符合社会主义市场经济体制要求的管理体系,有效地开展各项管理工作。管理的社会属性如图 1-1 所示。

(二) 管理的科学性和艺术性

我们常说,管理既是科学,又是艺术。管理是一门科学与艺术相结合的学科,管理既有其严谨性,又有其经验性。

1. 管理是一门科学

管理是一门科学,是因为任何管理都有其内在的、一定的逻辑性。在管理丰富实践的推动下,管理形成了自己系统的原理、原则和方法论,它们构成了管理科学的基本框架。近几十年来,在管理实践和管理理论工作者的推动下,管理科学正在蓬勃发展。管理学作为

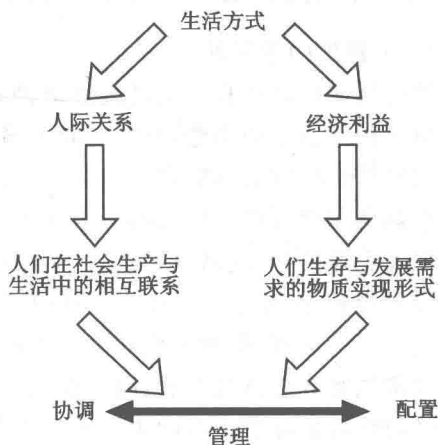


图 1-1 管理的社会属性

一门独立科学的存在和在实践中所起的不可替代的作用,已经成为人们的共识。人们认识到,管理必须依靠科学的理论指导,经验管理的时代已经过去。管理工作只有努力地学习管理的基本原理和原则,掌握管理的基本规律,理论联系实际,灵活地



运用管理的方式方法,才能提高自己的管理水平,成为一名合格的管理者。

2. 管理是一门艺术

所谓艺术,在这里指的是创造性的方式、方法,管理的艺术性指一切管理活动都应具有创造性,管理没有一成不变的模式,没有放之四海而皆准的经验。管理的艺术性是由于作为管理主体的人具有主观能动性。人的主观能动性的基础是人能够积极地思维,能够自主地做出行为决定。管理工作者只有充分利用这种主观能动性,才能把人们的积极性和创造性调动起来,使他们自觉地为实现组织的目标而努力工作。不同的人的性格、特质,管理经验的差异,对风险的偏好不同,对同一种管理方式会做出截然不同的反应,会有完全不同的行为。在不同的环境中,管理者处理同一问题可能就要采取不同的方法。管理的基本原则是灵活地运用,管理者只有根据具体的管理对象、管理环境,创造性地解决实际问题,管理才可能成功。

管理的艺术性表明,学习书本上的管理学理论是必要的,但又是不足的。成功的管理者必须学会总结经验,学会因势利导,学会理论联系实际。

管理的科学性与艺术性之间并不矛盾,管理需要科学的理论指导,没有理论指导的实践是盲目的实践。每一项具体的管理活动又是在特定的条件下开展的,它要求管理者结合实际进行创造性的管理,这样才能把理论变为现实。管理的科学性与艺术性的统一还表现为,一个不懂管理理论的管理者很难掌握管理的艺术性。因为管理的艺术性是对管理科学原理的合理发挥,只有真正精通了管理原理,把握了管理精髓的人,才可能在管理实践中得心应手,实现创造性的管理。

四、管理的重要性及管理的任务

(一) 管理的重要性

管理的实践虽然自有人类集体活动就开始,但直到 20 世纪初才由泰勒于 1911 年提出了科学管理的概念,与此同时法国的法约尔提出了管理的组织理论,接着出现了大量的管理研究的追随者。在实践中也有一些杰出的企业家,如美国通用汽车公司的总裁艾尔弗雷德·P·斯隆,在 1920 年为庞大的通用公司机构提出组织分权的原则以及企业目标、战略、系统方法等,但当时管理还未引起普遍重视。从忽视管理转变为重视管理,是第二次世界大战以后才实现的。它首先是由于美国制造业在战争期间取得的成就,引起人们对管理的兴趣;以后英国一位财政大臣认为管理可以使英国经济恢复并促进其发展,因而组织了由实业家和管理人员组成的生产率考察团访美学习管理的秘密。由此才使人们关注起管理来。

第二次世界大战后,美国提出了救济与帮助欧洲经济复兴的马歇尔计划,管理在其中占有中心地位,它的成功使管理成为热门话题,于是掀起一股人人谈管理的热潮。不久,日本也认识到管理对复兴经济的重要性,邀请美国管理专家,从提高产品质量着手,抓住管理作为中心动力和关键因素,结合自己的国情,发展了有日本特色的管理科学。以后,发展中国家,如印度、巴西、东南亚各国纷纷成立各种管理协会。