

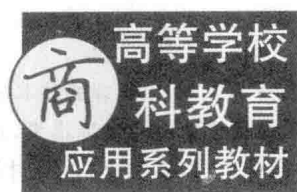
商 高等学校
科教育
应用系列教材

肖 峰 主 编
杨本芳 副主编

管理学基础及实务



清华大学出版社



管理学基础及实务

肖 峰 主 编

杨本芳 副主编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以“打牢管理基础,学习管理实务”为原则,以管理的基本知识为基础,以管理的基本技能为主线,从用人单位的实际工作需要和应用型本科高校学生的实际出发,对管理学课程体系按照“基础篇—职能篇—实务篇”的板块进行了重构。全书设计新颖、案例丰富、研讨深入、训练到位,基础性与应用性特色明显。

本书读者对象主要为应用型本科院校、高职高专、成人高校的经济管理类专业的师生以及企业管理人员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础及实务/肖峰主编. --北京:清华大学出版社,2015

高等学校商科教育应用系列教材

ISBN 978-7-302-40569-6

I. ①管… II. ①肖… 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(2015)第145760号

责任编辑:左卫霞

封面设计:常雪影

责任校对:袁芳

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印装者:三河市少明印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:23

字 数:554千字

版 次:2015年8月第1版

印 次:2015年8月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:46.00元

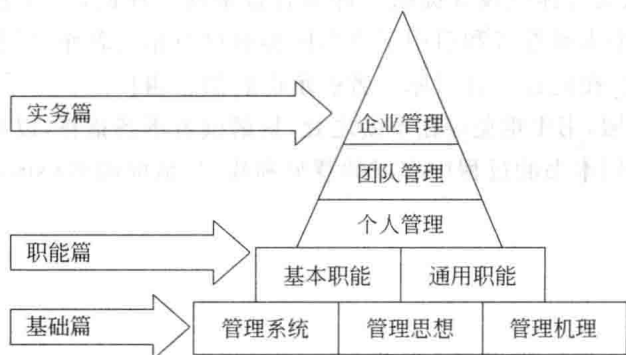
产品编号:064830-01

序言

管理作为有助于目标实现的一种有效手段,在人类社会中广泛地存在着,它是人类社会生存和发展的必不可少的活动。大到一个国家、政府的治理,中到一个企业、团队的运营,小到一个家庭、个人的料理,处处都离不开管理。

管理知识的摄取、管理技能的提升、管理素质的打造,都离不开对管理学课程的系统学习。而这种系统的课程学习,又必须依赖一本体系完善、逻辑清晰、资料丰富、实操性强的教材作支撑。

本书定名为《管理学基础及实务》,是以“打牢管理基础,学习管理实务”为原则,以管理的基本知识为基础,以管理的基本技能为主线,从用人单位的实际工作需要和应用型本科高校学生的实际出发,对管理学这门课程的教学内容、教学目标以及教学方法进行了具有针对性的调整。区别于以往传统管理学教材“以四大基本管理职能为主线”的体系设计方式,本书内容按照“基础篇—职能篇—实务篇”三大板块循序渐进,思路清晰,逻辑明了。



全书内容通俗易懂,求真务实,努力做到基础管理知识“够用、实用”,学生“想用、会用”。在编写过程中,本书力求突出以下特点。

(1) 基础性。所谓“基础不牢,地动山摇”,本书的目的是希望学生能够通过对本书的学习,掌握管理学的基本逻辑框架,为后续的学习与工作打下坚不可破的基础。根据本书的使用对象,在内容的选择上,我们力求管理学的基本理念、基本原理、基本方法等基本知识简洁明了,力图避免出现过于艰深难懂、烦琐复杂的生僻知识,使得学生的基本理论知识“够用”即可。在栏目的设计上,本书设置了“学习目标”“知识小结”“基础自测”等栏目,让学生可以系统而全面地掌握管理学的基础知识。

(2) 实务性。美国著名管理学家彼得·德鲁克曾有言“管理是一种实践,其本质不在于‘知’而在于‘行’”。可见,对于管理学的学习,不能仅仅停留在纸面上,而必须深入到实务

中,努力做到“知行合一”,管理知识必须“实用”。本书在内容的编排上,打破了传统的管理学教材架构,创造性地设立了“实务篇”,并由个人管理到团队管理再到企业管理依次逐步递进地介绍管理实务知识;本书在栏目的设计上,分别设置了“实务演练(上手实操)”“案例分析(逻辑分析)”等实训环节,让学生迅速走近并走进真实的管理世界。

(3) 趣味性。爱因斯坦有句名言:“兴趣是最好的老师。”古人亦云:“知之者不如好知者,好知者不如乐知者。”兴趣是求知的起点,是思维培养和能力提高的内在动力。因此教材的编写应该使得学生对于管理知识“想用”。本书通过设置“管理箴言”“走近管理(通过故事与案例来接近管理)”“管理链接(补充课外知识)”“推荐书目(延展教材内容)”等栏目,来引发学生对于管理学的兴趣,从而进一步深入到管理学的学习探究与操作实践中去。

(4) 思辨性。教育的重要目的是要让人学会思考,“人云亦云、盲目接受、胡乱论断”都不是正确的学习态度。真实世界的管理活动是复杂而多变的,任何知识、规律都有其应用范围和领域,我们必须教会学生思辨地对待书本知识,学会思考,学会质疑,最终使得学生“会用”管理知识。为此,本书特别设置了“管理研讨”栏目,给予学生最大限度的开放性思考空间,使得学生在充分“动脑”的基础上,而后进行“动口、动手”实践。

本书由来自四川工商学院(原四川师范大学成都学院)的两位经管专业骨干教师联合编写而成。主要分工如下:肖峰任主编,杨本芳任副主编。肖峰负责全书逻辑框架以及编写体例的设计,并负责编写第一~五章,杨本芳负责编写第六~八章。

在编写前期,我们得到了学院领导的大力支持,龙运书教授、冉恩贵教授、蒋南平教授对本书整体规划提出了许多好的意见与建议。在编写过程中,成都市现代职业技术学校的颜露曦老师对于材料收集与体例设计提供了许多有益帮助。在此,一并表示衷心的感谢!同时,本书在编写过程中大量参考和引用了许多同类教材与相关著作,以及网络、杂志、报刊等公开发表的有关资料,在此也一并对原作者表示由衷的感谢!

由于编者水平有限,书中难免存在不妥之处,恳请读者不吝指正,以便改版时进行完善和提高。如果读者在使用本书的过程中有好的意见和建议,请向编者(xiaofeng8595@163.com)提出。

肖 峰

2015年3月

教学建议

一本教材的生命取决于在教学过程中的运用。为了便于教师更好地使用本教材,特此根据编者的教学经验提供以下几点教学建议。

1. 根据学时数量确定教学内容

本教材总体分为“基础篇—职能篇—实务篇”三大板块,前后内容有着紧密的逻辑联系,同时又突破了传统的管理学教材以管理四大职能为主干的编写体例。“基础篇”是教材的奠基内容,着重要求学生理解管理的基本范畴,把握管理的思想脉络,掌握管理的基本理念;“职能篇”是教材的核心篇章,要求学生深入理解并掌握管理的八大职能,并运用相关原理解决实际问题;“实务篇”是教材的延伸内容,要求学生学会处理“个人、团体、企业”范围内的管理实务问题。根据各个不同学校安排的学时数量,可以对不同的教学内容略有侧重。根据惯例,通常需要安排 51 学时(即一学期 17 周,每周 3 学时),才能比较充分地学习本教材。

授 课 内 容	学时建议(51 学时)	学时建议(34 学时)	学时建议(64 学时)
第一章 管理系统	6 学时	4 学时	8 学时
第二章 管理思想	3 学时	3 学时	4 学时
第三章 管理机理	4 学时	3 学时	6 学时
第四章 基本职能	8 学时	6 学时	10 学时
第五章 通用职能	8 学时	6 学时	10 学时
第六章 个人管理	8 学时	4 学时	8 学时
第七章 团队管理	6 学时	3 学时	6 学时
第八章 企业管理	5 学时	3 学时	8 学时
机动	3 学时	2 学时	4 学时

2. 根据授课对象确定教学方式

对于初学者,我们主张利用教材的“基础性、趣味性”特征,使其快速入门,掌握管理学的逻辑体系;对于提升者,我们主张利用教材的“实务性、思辨性”特征,使其透彻理解,掌握管理学的实操体系。针对不同的授课对象,建议采用不同的授课方式。

- 讲解式:对于没有工作经验的大学低年级学生,建议以大学生生活中可能遇到的管理问题,或当下社会政、商界的时事新闻,或中国经典文学名著中的事例等来辅助讲授管理学知识,避免学生对于抽象空洞管理学知识在理解上的困难。
- 研讨式:对于有一定管理经验或者曾经学习过经管类知识的学生,则可以通过大量

无论采取讲解式还是研讨式,教师们都需要把管理的理论知识与“实训环节”紧密结合起来,加强实践性教学,努力做到“知行合一”。

授课教师可以依据教学过程中所采用的教学策略来采取适当的考核方案。建议遵循以下三点原则：①过程性考核与终结性考核相结合，突出过程性考核；②知识、能力、素质考核相结合，突出能力考核；③学生自评、互评与教师考核相结合，突出教师考核。

在具体做法方面,教师可以结合教学进度,设置一定的期间考察方式,例如在教材每一篇结束后或学期中间,可以安排一次以客观题为主的“随堂测验”或“期中测试”,或者精选每一章后面的“实务演练”栏目中的任务布置给学生作为期间考核项目。在要求学生掌握必备的基础知识的前提下,着重通过“实训项目”来考核学生管理技能的实践能力。在坚持以教师考核为主导的基础上,鼓励学生开展自评以及学生之间的互评活动。

目 录

第一篇 基础篇

第一章 管理系统	3
第一节 管理认知	4
一、管理的概念	4
二、管理的动因	5
三、管理的实质	5
四、管理的职能	7
五、管理的属性	8
第二节 管理主体	9
一、管理者的界定	10
二、管理者的类型	11
三、管理者的角色	13
四、管理者的素质——ASK	14
第三节 管理客体	18
一、管理对象	18
二、管理环境	20
【知识小结】	29
【基础自测】	29
【实务演练】	31
【案例分析】	33
【推荐书目】	36
第二章 管理思想	37
第一节 中国管理思想	38
一、中国古代管理思想	38
二、中国近现代管理思想	43
第二节 西方管理思想	45
一、西方早期管理思想	46

二、西方古典管理理论	50
三、行为管理理论	56
四、十大管理学派	59
【知识小结】	61
【基础自测】	62
【实务演练】	63
【案例分析】	64
【推荐书目】	65
第三章 管理机理	66
第一节 管理原理	67
一、人本原理	67
二、系统原理	68
三、责任原理	70
四、效益原理	72
五、权变原理	74
第二节 管理方法	75
一、法律方法	76
二、行政方法	77
三、经济方法	79
四、教育方法	80
五、技术方法	82
第三节 管理道德	84
一、管理道德概述	84
二、管理道德的影响因素	86
三、管理道德的提升途径	89
【知识小结】	90
【基础自测】	91
【实务演练】	93
【案例分析】	94
【推荐书目】	96

第二篇 职 能 篇

第四章 基本职能	99
第一节 计划职能	100
一、计划概述	101
二、计划流程	105

三、计划方法	106
四、目标管理	109
五、计划原理	114
第二节 组织职能	115
一、组织概述	115
二、组织整合	117
三、组织结构	128
四、组织变革	132
五、组织原理	135
第三节 领导职能	137
一、领导概述	137
二、领导理论	140
三、领导艺术	149
四、领导原理	152
第四节 控制职能	155
一、控制概述	155
二、控制类型	156
三、控制过程	160
四、控制方法	163
五、控制原理	166
【知识小结】	168
【基础自测】	168
【实务演练】	171
【案例分析】	175
【推荐书目】	177
第五章 通用职能	178
第一节 决策职能	179
一、决策概述	179
二、决策的类型	181
三、决策的程序	182
四、决策的方式	183
五、决策的方法	185
第二节 协调职能	193
一、协调概述	193
二、协调分析	194
三、协调实务	199
第三节 沟通职能	203
一、沟通概述	204

二、沟通的类型	205
三、沟通的障碍	211
四、沟通的技巧	213
第四节 激励职能	218
一、激励概述	218
二、激励理论	219
三、激励实务	225
【知识小结】	229
【基础自测】	229
【实务演练】	232
【案例分析】	234
【推荐书目】	238

第三篇 实 务 篇

第六章 个人管理	241
第一节 了解自我	242
一、自我认知	242
二、自我评估	244
第二节 时间管理	248
一、时间管理概述	249
二、时间管理原理	252
三、时间管理理论	255
四、时间管理的方法	255
第三节 知识管理	260
一、知识概述	261
二、知识管理概述	262
三、个人知识管理概述	263
四、个人知识管理的方法	264
第四节 情绪管理	268
一、情绪概述	268
二、情绪管理概述	270
三、情绪智力(情商)	274
【知识小结】	277
【基础自测】	277
【实务演练】	280
【案例分析】	283
【推荐书目】	284

第七章 团队管理	285
第一节 团队认知	286
一、团队概述	286
二、团队的类型	287
三、高效团队的特征	289
第二节 团队建设	292
一、团队建设概述	292
二、团队建设的途径	293
三、团队建设的阶段	295
四、团队建设的要素	297
第三节 团队运作	300
一、团队分析与诊断	300
二、实现目标	302
三、团队激励	303
四、团队学习与发展	305
【知识小结】	307
【基础自测】	307
【实务演练】	309
【案例分析】	312
【推荐书目】	314
第八章 企业管理	315
第一节 企业认知	316
一、企业概述	316
二、企业的类型	317
三、现代企业制度	319
四、公司治理机制	321
第二节 基础管理	323
一、企业管理概述	324
二、企业管理基础工作概述	325
三、企业管理基础工作的内容	325
第三节 资源管理	331
一、人力资源管理	332
二、财务管理	336
三、物资管理	337
四、企业信息管理	338
第四节 运作管理	340
一、生产管理	340

二、质量管理	342
三、营销管理	344
四、物流管理	346
【知识小结】	347
【基础自测】	347
【实务演练】	349
【案例分析】	350
【推荐书目】	351
参考文献	353

第一篇

基础篇

管理系统

【学习目标】

基础知识目标

- 理解管理的概念及其在组织中的作用。
- 理解管理产生的动因及实质。
- 了解管理者的定义及分类。
- 掌握管理者的基本素质。
- 了解管理对象的内容与层次。
- 掌握管理环境的分析方法。

实务技能目标

- 能够用管理的理念观察、思考和分析身边的现象、问题。
- 能够有意识地培养自身的管理素质。
- 能够分析归纳身边的管理对象。
- 能够深入分析管理环境对组织的影响。

【管理箴言】

- 管理的重点在于建构一个好系统,让人的长处得以发挥,短处得以包容。——彼得·德鲁克(Peter F. Drucker, 美国管理作家与管理顾问)
- 管理是一种实践,其本质不在于“知”而在于“行”;其验证不在于逻辑,而在于成果;其唯一权威就是成就。——彼得·德鲁克
- 管理乃是人类追求生存、发展和进步的一种途径和手段。——许士军(中国台湾管理科学学会理事长)
- 有效能的管理者会问“希望我达成的结果是什么”,而不会问“哪些工作要做”。——彼得·德鲁克
- 做正确的事比把事情做正确更重要。——彼得·德鲁克
- 管理科学,兴国之道。——朱镕基
- 环境变化并不可怕,可怕的是沿用昨是今非的逻辑。——彼得·德鲁克

第一节 管理认知



走近管理

4

小男孩的裤子

一个小男孩为了第二天的学校活动,买了条裤子,但是回家穿上后才发现裤子太长了,不合适。于是他找到了奶奶,央求她给改一下,但奶奶说现在的家务事太多,忙不开。小男孩找到了妈妈,可妈妈正在和人打桥牌也没时间。最后小男孩没办法只好去找姐姐,但姐姐说有约会。小男孩很失望,怀着失望的心情睡着了。到了晚上,奶奶忙完家务事了,想起了小孙子说的事,于是就把小男孩的裤子剪短了。妈妈打完牌后,也剪短了一截。姐姐回来后,又剪短了一截。可想而知,小男孩的裤子会变成什么样。

评析:可见我们的管理活动涉及许多问题,比如计划、目标、协调、沟通、组织、领导等一系列的问题。

一、管理的概念

在现代社会中,管理可以说无时不在,无处不在。不管人们从事何种职业,人人都在参与管理:或管理国家,或管理业务,或管理家庭,或管理子女,或管理自我。国家的兴衰、企业的成败、家庭的贫富,无不与管理是否得当有关。

那么,到底什么是管理?若从字面来解析,“管理”一词可以分拆来看:“管”是一种约束、限制、规范,是一种刚性的思考;“理”是一种探索、引导、说服,是一种柔性的思考。管理学的演进历程可以说是在二者之间摆动的过程。

关于管理的定义,不同的学者有不同的观点。

福莱特认为管理是通过其他人来完成工作的艺术,他把管理看作艺术,强调了人的因素在管理中的重要性。泰罗认为管理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,他强调管理的目的是把事情干好。西蒙认为管理即制定决策,他强调决策在管理中起着举足轻重的作用。法约尔认为管理就是实行计划、组织、指挥、协调和控制,他强调管理是进行一系列职能活动的过程。罗宾斯认为管理是指同其他人一起,并通过其他人,使活动完成得更有效率的过程。

我国著名管理学家成思危认为:“什么是管理?至今似乎没有一个统一的定义。”目前,我们普遍较为接受的是周三多对管理定义的描述。即管理是管理者为了有效地实现组织目标、个人发展和社会责任,运用管理职能进行协调的过程。

对于这一定义,我们可以具体解析如下:

- 管理载体——组织。
- 管理主体——管理者。
- 管理核心——合理协调各种资源的过程。
- 管理对象(客体)——包括人、财、物、信等相关资源。
- 管理职能——计划、组织、领导、控制等职能活动。
- 管理实质——用尽可能少的支出实现既定目标的手段或过程。