

领导知识手册

主编：谭继廉 马万里 副主编：李剑伟 牟信勇



北京日报出版社

领导知识手册

主 编 谭继廉 马万里

副主编 李剑伟 牟信勇

北京日报出版社

00711

领导知识手册

主 编 谭继康 马万里
副主编 李剑伟 牟信勇

北京日报出版社出版、发行
(北京市东单西裱糊胡同34号)

新华书店经销

北京大兴张各庄印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 16.75印张 365千字

1988年8月第1版 1988年8月第1次印刷

印 数, 00,001—42,750册

ISBN 7-80502-036-1/D0007

定 价, 4.75元

62/F37/30

主 编

谭继康 马万里

副 主 编

李剑伟 牟信勇

编写人员

马万里 马俊杰 王宏

王 媛 古 新 刘永强

李剑伟 牟信勇 张新胜

董光彩 李炼红

前 言

目前，我国正处于社会主义初级阶段建设和有中国特色的现代化建设、经济体制改革与政治体制改革同时并举的时期。规模宏伟的发展事业与复杂深刻的改革工作相互融合，形成了时代的最强音。在完成这项伟大的历史任务过程中，科学的领导和管理，始终具有十分重要的作用。随着社会生产力的迅速增长和科学技术的日新月异，现代领导者所面临的环境和对象，其规模之巨大，因素之众多，联系之复杂变化之迅速，都是前所未有的。它要求提高领导者的素质和能力，改善领导的方法，同时也对领导者的知识结构提出了更高要求。由于领导活动涉及到政治、经济、军事、文化教育、社会生活等各个领域，其所运用的知识范围，也就包括了哲学、政治经济学、科学社会主义、政治学、社会学、管理学、心理学、法律、系统论、信息论、控制论、运筹学等方面，是社会科学知识和自然科学知识的综合。正因如此，各级领导干部都迫切希望增进自己的知识积累，以适应新的形势对领导工作的要求。

近几年来，介绍、论述有关领导科学方面的书籍日益增加。但它们大多是某一领域的专著，难以满足各级领导干部吸取综合知识的要求。《领导知识手册》正是为了满足广大领导干部的这种需要而编写的。本书不像一些管理词典那

样侧重于名词概念的解释，也不像一般书籍那样详尽地阐述某一学科的原理。而是把有关领导活动所需要的数十门学科知识(基本理论、基本技能和基本方法)的主要内容，用条目的形式汇编成册。书中各章条目的内容既相互独立，又相互联系，全书初步构成了一个领导知识体系。编写时，我们力求内容简明实用，文字通俗易懂。同时，也有一些地方仍涉及到了较深的专门知识。

本书以马克思主义基本原理为指导，联系中国当代领导工作的实际情况，系统全面地介绍了当前领导科学的主要结论；党和国家的方针、政策，法律、法令；国内外经济管理和企业管理理论；社会心理学和行为科学；科学决策与预测；以及包括“老三论”、“新三论”在内的自然科学和当代新技术革命等有关知识。因此，它既可以作为领导干部的工具书，也可以作为一般的知识性读物。

我们编写时，参考了不少国内外有关书刊资料，恕不一一列举。对本书的编写工作直接或间接提供过帮助的同志，我们在此一并表示感谢。由于我们多是一些青年教师和研究生，缺乏编写这种手册的全面知识和经验，书中难免会有错误或不妥之处，恳请读者批评指正。

编 者

1988年3月4日于北京

目 录

第一章 领导者与领导学

领导·····(1)	机能制领导·····(16)
领导者·····(2)	完整制领导·····(16)
领袖·····(2)	分权制领导·····(17)
领导学·····(3)	集权制领导·····(17)
领导活动三要素·····(4)	分权制领导·····(18)
领导规律·····(5)	干部管理制度·····(19)
领导体制·····(6)	委任制·····(20)
政治领导·····(7)	聘任制·····(20)
行政领导·····(8)	任期制·····(20)
家长制·····(8)	终身制·····(21)
家长制行政领导·····(9)	顾问·····(22)
经理制领导·····(10)	领导结构·····(23)
软专家领导·····(11)	领导功能·····(24)
专家集团领导·····(12)	领导权力·····(24)
事业部制领导·····(12)	领导权威·····(25)
厂长负责制领导·····(13)	领导职责·····(26)
委员会制领导·····(14)	领导素质·····(27)
层级制领导·····(15)	领导者的思维方式(28)

领导者的哲学修养(29)	领导与科学预测…(34)
领导者的职业道德(30)	领导与管理…(35)
领导才能…(30)	领导与思想工作…(35)
领导风格…(31)	领导授权…(36)
集体领导…(32)	领导观念…(37)
民主集中制…(32)	领导者的时间观…(38)
领导与决策…(33)	领导者的人才观…(39)

第二章 政治与法律

政治…(41)	国家公务员法…(53)
法与法律…(41)	行政法律行为…(54)
政治体制改革…(42)	行政措施…(54)
政党…(43)	行政管理法规…(55)
党政分开…(44)	行政法规…(56)
社会协商对话制度(45)	行政处罚…(57)
宪法…(45)	行政处分…(57)
国家制度…(46)	行政责任…(58)
选举制度…(47)	行政损害赔偿…(59)
国家机构…(47)	行政强制执行…(60)
政体…(48)	行政法制监督…(61)
国家结构形式…(49)	行政纠纷…(61)
公民的基本权	行政裁判…(62)
利与义务…(50)	行政复议…(63)
行政法…(50)	行政诉讼…(64)
行政组织法…(51)	部门行政法…(64)
行政编制法…(52)	行政管理…(65)

行政组织·····(66)

行政机关·····(67)

行政管理体制·····(67)

国家行政工作

 人员·····(68)

行政效率·····(69)

行政决策·····(70)

行政方法·····(70)

行政监察·····(71)

行政过程·····(72)

行政理论·····(73)

行政领导类型·····(73)

机关管理·····(74)

行政机关岗位

 责任制·····(75)

档案管理·····(76)

行政公文种类·····(76)

行政反馈·····(77)

行政信息系统·····(78)

行政协调·····(79)

行政首长负责制·····(80)

行政授权·····(80)

帕金森定律·····(81)

财务行政·····(82)

治安管理处罚·····(83)

民法·····(84)

公民的民事权

 利能力·····(85)

公民的民事行

 为能力·····(86)

个体工商户·····(87)

农村承包经营户·····(88)

法人·····(89)

法人的设立·····(90)

法人的终止·····(90)

法人的清算·····(91)

联营·····(92)

民事法律行为·····(93)

无效民事行为·····(94)

代理·····(95)

无权代理·····(96)

财产所有权·····(96)

债权·····(97)

民事责任·····(98)

违反合同的民

 事责任·····(99)

一般侵权行为

 的民事责任·····(100)

诉讼时效·····(100)

诉讼时效的中止、

 中断及延长·····(101)

经济合同·····(102)

签订合同的程序·(103)	专利权人的权
经济合同的主	利和义务·····(116)
要条款·····(103)	商标·····(117)
经济合同的履行·(104)	商标法·····(118)
经济合同的担保·(105)	商标权·····(118)
经济合同的变更	商标注册·····(119)
或解除·····(106)	注册商标的转让·(119)
买卖合同·····(107)	注册商标的使
工矿产品购销	用许可·····(120)
合同·····(108)	注册商标的续
承揽合同·····(108)	展和终止·····(121)
基本建设工程	假冒商标罪·····(122)
承包合同·····(109)	保护工业产权
货物运输合同···(110)	巴黎公约·····(122)
财产租赁合同···(111)	国际经济法·····(123)
借款合同·····(111)	中外合资经营
保险合同·····(112)	企业法·····(124)
工业产权·····(113)	工业企业法·····(125)
专利权·····(114)	继承法·····(125)
专利权人·····(115)	渎职罪·····(126)
授予发明专利	
的条件·····(115)	

第三章 领导方法

基本领导方法···(128)	领导艺术·····(131)
系统领导方法···(129)	会议运用·····(132)

政策性研究会·····(133)	直接调查·····(149)
执行性协调会·····(133)	统计调查·····(150)
群众大会·····(134)	专家集体调查法··(151)
会议成本分析法··(134)	民意测验法·····(152)
时间运筹·····(135)	思想政治工作·····(153)
ABC法·····(136)	思想政治工作的
系统网络协调技术(137)	基本内容·····(154)
领导权·····(137)	思想政治工作
个人影响权·····(138)	的原则·····(155)
授权法·····(139)	思想政治教育方法(156)
领导方式·····(140)	灌输法·····(157)
独裁型领导方式··(141)	激励法·····(158)
放任型领导方式··(141)	批评法·····(159)
民主型领导方式··(142)	疏导法·····(160)
法律方法·····(142)	感化教育·····(160)
行政方法·····(143)	分层次教育方法··(161)
调查研究·····(144)	对比教育·····(162)
调查研究方法····(145)	自我教育·····(163)
全面调查·····(145)	个别教育·····(163)
典型调查·····(146)	典型教育·····(164)
随机抽样调查····(147)	目标规范化教育··(165)
重点调查·····(148)	思想信息管理方法(166)

第四章 管理心理与组织行为

管理心理学·····(167)	机能学派·····(168)
构造学派·····(168)	行为主义·····(169)

格式塔学派·····	(170)
行为科学·····	(171)
霍桑实验·····	(171)
“经济人”假设·····	(172)
“社会人”假设·····	(173)
“自我实现的 人”假设·····	(173)
“复杂人”假设·····	(174)
能力·····	(175)
个性·····	(177)
气质·····	(177)
态度·····	(178)
动机·····	(179)
动机分类·····	(180)
动机强度·····	(181)
目标·····	(181)
认知·····	(182)
行为·····	(183)
内聚力·····	(184)
沟通·····	(184)
沟通网络·····	(185)
性格·····	(187)
需要·····	(188)
激励·····	(189)
角色·····	(189)
角色冲突·····	(190)

仿效·····	(191)
人际关系·····	(192)
目标同化·····	(193)
参与管理·····	(193)
工作转换·····	(194)
工作设计·····	(195)
工作扩大化·····	(196)
工作丰富化·····	(196)
群体规范·····	(197)
组织行为学·····	(198)
四分图理论·····	(198)
成就需要理论·····	(199)
双因素理论·····	(200)
需要层次论·····	(201)
期望理论·····	(202)
公平理论·····	(203)
挫折理论·····	(203)
双向决定论·····	(204)
“途径——目标” 理论·····	(205)
“生存——交往—— 发展”理论·····	(206)
管理方格图理论·····	(207)
“领导方式连续 统一体”理论·····	(208)
协作系统理论·····	(209)

支持关系理论···(210)	组织目标·····(223)
“不成熟——成熟”	组织气候·····(223)
理论·····(211)	组织类型·····(224)
超Y理论·····(212)	理性科层制组织·(225)
Z理论·····(213)	民主参与制组织·(226)
X理论——Y理论(214)	组织开发·····(227)
“团体力学”理论·(215)	组织设计原则···(228)
组织·····(216)	群体·····(229)
组织理论·····(216)	群体结构·····(229)
组织要素·····(217)	非正式群体·····(230)
组织结构·····(218)	权变管理·····(231)
组织的社会功能·(219)	目标管理·····(231)
机械的与有机的组	目标管理的三个阶
织模型·····(220)	段·····(232)
组织设计·····(221)	企业文化·····(233)
组织冲突·····(221)	古典组织理论···(234)

第五章 经济管理

管理·····(233)	弹性原理·····(243)
管理二重性·····(237)	动力原理·····(244)
管理思想·····(238)	管理7s结构·····(245)
管理哲学·····(238)	管理职能·····(246)
系统原理·····(239)	计划职能·····(247)
差分合原理·····(240)	组织职能·····(248)
反馈原理·····(241)	指挥职能·····(249)
封闭原理·····(242)	协调职能·····(249)

控制职能·····(250)	市场预测·····(272)
传统管理·····(251)	经营战略·····(273)
科学管理·····(251)	协同作用·····(274)
现代管理·····(253)	产品——市场
国民经济管理·····(253)	战略·····(275)
国民经济管理	波士顿矩阵·····(276)
体制·····(254)	市场领袖战略·····(278)
工业经济管理·····(256)	市场挑战者战略·····(279)
城市管理·····(257)	经营决策·····(280)
管理现代化·····(258)	市场营销管理·····(282)
管理差距·····(259)	市场管理哲学·····(283)
企业管理·····(260)	市场区隔化·····(284)
企业诊断·····(261)	市场营销策略·····(286)
直线制·····(262)	市场营销组合·····(287)
企业组织结构·····(263)	产品决策·····(288)
职能制·····(263)	产品寿命周期·····(289)
直线职能制·····(265)	多角化经营·····(291)
矩阵组织·····(266)	一体化经营·····(291)
模拟分散管理组织	生产管理·····(292)
结构·····(267)	生产过程组织·····(293)
多维组织结构·····(267)	生产单位组织
管理幅度·····(268)	原则·····(294)
管理层次·····(269)	生产移动方式·····(295)
例外原则·····(270)	生产类型·····(296)
企业领导制度·····(270)	生产计划·····(298)
经营环境·····(271)	生产作业计划·····(299)

生产能力.....(300)	统筹法.....(320)
期量标准.....(301)	全面经济核算.....(323)
生产调度.....(302)	设备综合管理.....(324)
流水生产.....(303)	全员生产维修.....(325)
工作研究.....(305)	成组技术.....(326)
物资管理.....(306)	价值工程.....(328)
经济订货批量.....(307)	卡片制度.....(331)
财务管理.....(308)	全面质量管理.....(332)
成本管理.....(309)	质量保证体系.....(333)
资金管理.....(311)	质量管理工作
管理会计.....(312)	循环.....(334)
量本利分析.....(313)	无缺点运动.....(335)
管理审计.....(316)	生产合理化.....(337)
全面计划管理.....(317)	灵活工作制度.....(338)
滚动计划.....(319)	学习曲线.....(339)

第六章 决策与预测

决策.....(342)	定量决策.....(350)
决策类型.....(343)	定性决策.....(351)
决策理论.....(344)	决策程序.....(352)
决策科学.....(345)	决策目标.....(353)
确定型决策.....(345)	决策评价标准.....(353)
非确定型决策.....(346)	个体决策.....(354)
经验决策.....(347)	群体决策.....(355)
理性决策.....(348)	管理决策论.....(356)
直觉决策.....(349)	决策过程理论.....(357)

管理决策·····(357)	决策树法·····(370)
决策方法·····(358)	预测·····(371)
组织决策网·····(359)	预测分类·····(371)
最小后悔决策法·(359)	预测步骤·····(372)
乐观准则决策法·(361)	专家预测法·····(373)
悲观准则决策法·(362)	德比克法·····(374)
等可能性决策法·(363)	相关分析预测法·(374)
最大可能性决策法·····(364)	主观概率预测法·(375)
系统工程·····(365)	用户调查预测法·(375)
动态规划·····(366)	移动平均预测法·(376)
优选法·····(366)	简单平均预测法·(377)
对策论·····(367)	指数平滑预测法·(377)
排队论·····(368)	趋势外推预测法·(378)
决策信息系统···(369)	回归分析预测法·(379)
	时间序列预测法·(380)

第七章 公共关系

公共关系·····(381)	知名度及美誉度·(387)
公众·····(382)	关系强度·····(387)
公众心理预析···(383)	股东关系·····(388)
公众意愿调查···(383)	员工关系·····(388)
公众权利要求···(384)	社区关系·····(389)
广播·····(384)	顾客关系·····(390)
大众传播媒介···(385)	媒介关系·····(390)
组织形象·····(386)	政府关系·····(391)
组织形象评估···(386)	国际公共关系···(391)

企业价值观念·····(392)	新闻发布·····(393)
企业内公共关	公共关系部·····(400)
系媒介·····(392)	公共关系顾问
工作会面·····(393)	公司·····(400)
意见领袖·····(393)	公关人员素质·····(402)
主办(创议)及赞	公关小姐·····(403)
助·····(394)	企业公共关系
社会服务·····(395)	的维系·····(403)
市场调查·····(395)	公共关系计划·····(404)
市场教育·····(396)	公共关系模式·····(406)
展览会·····(397)	国际公共关系
消费管理·····(397)	联合会(IPRA)·····(407)
顾客投诉·····(398)	美国公共关系
广告活动·····(398)	协会(PRSA)·····(407)

第八章 新技术革命

控制论·····(409)	工程控制论·····(418)
反馈·····(410)	社会控制论·····(419)
反馈控制·····(411)	经济控制论·····(420)
输入量和输出量·····(412)	功能模拟方法·····(421)
稳定性·····(413)	黑箱——灰箱
最优控制·····(413)	——白箱方法(422)
大系统和子系统·····(414)	分散控制·····(424)
大系统理论·····(415)	信息·····(425)
逆阶系统控制·····(416)	信息论·····(426)
生物控制论·····(417)	信息方法·····(427)