

PEARSON

Prentice
Hall



BUSINESS
ADMINISTRATION
CLASSICS

Business

工商管理经典译丛

Administration Classics

罗宾斯《管理学》 (第9版) 学习指导

Study Guide to MANAGEMENT (Ninth Edition)

史蒂文·考克斯 (Steven Cox) 著
阿雷萨·考克斯 (Alyssa Cox)
孙健敏 等 译



BUSINESS
ADMINISTRATION
CLASSICS

工商管理经典译丛

Administration Classics

罗宾斯《管理学》 (第9版)学习指导

Study Guide to MANAGEMENT (Ninth Edition)

史蒂文·考克斯 (Steven Cox) 著
阿雷萨·考克斯 (Alyssa Cox) 著
孙健敏 等 译

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

罗宾斯《管理学》(第9版)学习指导/考克斯等著;孙健敏等译.

北京:中国人民大学出版社,2009

(工商管理经典译丛)

ISBN 978-7-300-10337-2

- I. 罗…
- II. ①考…②孙…
- III. 管理学-教学参考资料
- IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 021991 号

工商管理经典译丛

罗宾斯《管理学》(第9版)学习指导

史蒂文·考克斯 著

阿雷萨·考克斯

孙健敏 等 译

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2009 年 3 月第 1 版
印 张	16.25 插页 2	印 次	2009 年 3 月第 1 次印刷
字 数	331 000	定 价	29.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

《工商管理经典译丛》 出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本，增加新的内容，同时还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等世界著名的权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国和世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，大多是各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和社

实践中积累了丰富的经验,具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程,从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制,到版式、封面和插图的设计等各方面,都坚持高水平和高标准的原则,力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的MBA和工商管理专业核心课程的设置,并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置,以及企业管理培训的要求,故适应面较广,既可用于管理各专业不同层次的教学,又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版,我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会,德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授,都给了我们强有力的支持,使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授,参与了原著的推荐、论证和翻译工作,原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此,谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国MBA和工商管理教育事业的发展,为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

译者前言

毫无疑问，在中国管理学界和企业界，斯蒂芬·P·罗宾斯（Stephen P. Robbins）博士的《管理学》是最受欢迎和用量最大的教材，连续数版畅销不衰。该书被许多院校作为管理学相关专业的指定教材或备考用书。在第7版《管理学》好评如潮之后，中国人民大学出版社又引进了罗宾斯博士的《管理学》（第9版）及《罗宾斯〈管理学〉（第9版）学习指导》（以下简称《学习指导》）。作为《管理学》（第9版）的配套辅导教材，《学习指导》为读者更好地把握《管理学》（第9版）一书的脉络，准确地掌握书中设计的重要管理学概念提供了有益的帮助。

《学习指导》具有以下特点：

- **重点突出。**紧扣《管理学》（第9版）的内容要点。其中，“要点概览”板块列出了学完每章后你应该能回答的问题；“课程提要”板块列出了每章内容的知识要点、复习要点和关键术语。各章均提纲挈领地列出了教材中的重要内容，便于读者迅速掌握《管理学》（第9版）的知识架构和重要知识点。
- **注重基础。**特别强调《管理学》（第9版）涉及的管理学专业中的基本概念和基本原理。《学习指导》中的“配对题”板块是专门针对管理学术语的练习，而“选择题”与“判断题”板块在强调对术语含义理解的同时，还特别注重管理学术语的应用环境。对基本概念和基本原理的强调，有利于读者迅速把握管理学的精髓，以“专业水准”与管理大师站在同一对话平台上。
- **应用面广。**适合管理学及相关专业的师生，以及其他打算学习管理学知识的学生使用。对于教师而言，《学习指导》中的“要点概览”即为教学重点，“课程提要”则是一份完整的教学提纲，而大量的练习题则为编制考试题提供了参考。对于管理学及相关专业的学生而言，《学习指导》为其扎实掌握基础知识提供了复习要点与练习空间。对其他打算学习管理学知识的学生而言，《学习指导》可谓帮助甚大，为他们在管理学领域的入门学习提供了一本难得的纲要和基础知识总汇。借助这本《学习指导》，他们可以迅速掌握《管理学》（第9版）的框架结构和关键术语。
- **启发性大。**并非对《管理学》（第9版）教材内容的简单重复，而是列出了其关键点。这有利于读者在遵循一定的逻辑思路的前提下，逐步形成自己对管理学的认识，以达到启发读者思路的效果。基于这样的目的，“思考题解答”板块针对《管理学》（第9版）每章的课后思考题，给出了解答提示。“案例应用讨论问题解答”板块给出了章后“案例应用”讨论问题的解答提示，旨在启发读者答题的思路，或给出相应的资料查询来源（如网址等）。



本书由孙健敏主持翻译并统校全书。参与翻译的还有中国人民大学的研究生杨慧、陈杨和张博川。

孙健敏

于中国人民大学

教学支持说明

Higher Education website as follows (高教品牌及网址如下):

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Prentice Hall | http://www.prenhall.com |
| 2. Addison Wesley | http://www.awl.com |
| 3. Benjamin Cummings | http://www.awl.com |
| 4. Longman | http://www.ablongman.com |
| 5. A&B | http://www.ablongman.com |
| 6. Merrill Prentice Hall | http://www.prenhall.com |

欲获取相关《教学支持资料》的教师烦请填写如下情况调查表,以便您及时获得此教学辅导材料。

情况调查表如下所示:

证明

兹证明_____大学 (University) _____系/院 (Department) _____
_____学年/学期 (Term) 开设的_____课程,采用_____
出版社出版的_____ (英文原版,影印版或中文版)作为主要教材。任课教师为_____
_____,学生____个班共____人,年级/程度 (Year/Level):_____。任课教师需
要与本书配套的教师指导手册。

原版书信息:

英文书名 (Title): _____
版次 (Edition): _____ 作者 (Author): _____ 书号 (ISBN): _____

姓名 (Name): _____ 性别 (Gender): _____ 职称 (Title): _____

电话 1 (TEL): _____ 电话 2 (TEL): _____

传真 (FAX): _____ Mobile: _____

E-mail 1: _____ E-mail 2: _____

联系地址 (Add): _____ (该项请用中文填写)

邮编 (Zip Code): _____

系/院主任: _____ (签字)

(系/院办公室章)

____年____月____日

培生教育出版集团北京办事处

北京市中关村大街甲 59 号文化大厦 1006 室 100872

Tel: (8610) 82504008 Fax: (8810) 82509915

E-mail: service@pearsoned.com.cn

尊敬的读者：

感谢您购买和使用中国人民大学出版社的_____一书，我们希望通过这张小小的反馈卡来获得您更多的建议和意见，以改进我们的工作，加强我们双方的沟通和联系。我们期待着能为更多的读者提供更多的好书。

请您填妥下表后，寄回或传真回复我们，对您的支持我们不胜感激！

1. 您是从何种途径得知本书的：

书店 网上 报纸杂志 朋友推荐

2. 您为什么决定购买本书：

工作需要 学习参考 对本书主题感兴趣

随便翻翻

3. 您对本书内容的评价是：

很好 好 一般 差 很差

4. 您在阅读本书的过程中有没有发现明显的专业及编校错误，如果有，它们是：_____

5. 您对哪些专业的图书信息比较感兴趣：_____

6. 如果方便，请提供您的个人信息，以便于我们和您联系（您的个人资料我们将严格保密）：

您供职的单位：_____

您教授的课程（教师填写）：_____

您的通信地址：_____

您的电子邮箱：_____

请联系我们：

电话：62515732 62514162 82501704

传真：62514775

E-mail: rdcbsjg@crup.com.cn rdjg@rdjg.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲59号文化大厦15层 100872

中国人民大学出版社工商管理出版分社

目 录

第 1 章 管理与组织导论	(1)
课程提要.....	(2)
选择题.....	(5)
判断题.....	(7)
配对题.....	(8)
思考题解答.....	(9)
案例应用讨论问题解答	(10)
第 2 章 管理的昨天和今天	(12)
课程提要	(13)
选择题	(18)
判断题	(20)
配对题	(21)
思考题解答	(22)
案例应用讨论问题解答	(23)
第 3 章 组织文化与环境：约束力量	(25)
课程提要	(26)
选择题	(29)
判断题	(32)
配对题	(33)
思考题解答	(33)
案例应用讨论问题解答	(35)
第 4 章 全球环境中的管理	(36)
课程提要	(37)
选择题	(41)
判断题	(44)
配对题	(45)
思考题解答	(46)
案例应用讨论问题解答	(47)
第 5 章 社会责任与管理道德	(49)
课程提要	(50)
选择题	(55)
判断题	(57)



	配对题	(59)
	思考题解答	(59)
	案例应用讨论问题解答	(60)
第6章	制定决策: 管理者工作的本质	(62)
	课程提要	(63)
	选择题	(67)
	判断题	(69)
	配对题	(70)
	思考题解答	(71)
	案例应用讨论问题解答	(72)
第7章	计划的基础	(74)
	课程提要	(75)
	选择题	(79)
	判断题	(81)
	配对题	(82)
	思考题解答	(83)
	案例应用讨论问题解答	(83)
第8章	战略管理	(85)
	课程提要	(86)
	选择题	(90)
	判断题	(93)
	配对题	(94)
	思考题解答	(95)
	案例应用讨论问题解答	(95)
第9章	计划工作的工具和技术	(97)
	课程提要	(98)
	选择题	(102)
	判断题	(104)
	配对题	(105)
	思考题解答	(105)
	案例应用讨论问题解答	(107)
第10章	组织结构与设计	(108)
	课程提要	(109)
	选择题	(114)
	判断题	(117)
	配对题	(118)
	思考题解答	(118)
	案例应用讨论问题解答	(119)

第 11 章 管理沟通与信息技术	(121)
课程提要	(122)
选择题	(128)
判断题	(130)
配对题	(131)
思考题解答	(132)
案例应用讨论问题解答	(133)
第 12 章 人力资源管理	(134)
课程提要	(135)
选择题	(141)
判断题	(144)
配对题	(145)
思考题解答	(146)
案例应用讨论问题解答	(147)
第 13 章 变革与创新管理	(149)
课程提要	(150)
选择题	(155)
判断题	(157)
配对题	(158)
思考题解答	(159)
案例应用讨论问题解答	(159)
第 14 章 行为的基础	(161)
课程提要	(162)
选择题	(169)
判断题	(172)
配对题	(173)
思考题解答	(174)
案例应用讨论问题解答	(175)
第 15 章 理解群体与团队	(176)
课程提要	(177)
选择题	(182)
判断题	(185)
配对题	(186)
思考题解答	(187)
案例应用讨论问题解答	(188)
第 16 章 激励员工	(189)
课程提要	(190)
选择题	(196)



	判断题	(198)
	配对题	(199)
	思考题解答	(200)
	案例应用讨论问题解答	(201)
第 17 章	领导	(203)
	课程提要	(204)
	选择题	(210)
	判断题	(212)
	配对题	(213)
	思考题解答	(214)
	案例应用讨论问题解答	(216)
第 18 章	控制的基础	(217)
	课程提要	(218)
	选择题	(223)
	判断题	(225)
	配对题	(226)
	思考题解答	(227)
	案例应用讨论问题解答	(228)
第 19 章	运营及价值链管理	(230)
	课程提要	(231)
	选择题	(235)
	判断题	(237)
	配对题	(238)
	思考题解答	(239)
	案例应用讨论问题解答	(239)
	客观题答案	(241)

第 1 章

管理与 组织导论

- 课程提要
- 选择题
- 判断题
- 配对题
- 思考题解答
- 案例应用讨论问题解答

要点概览

谁是管理者?

- 解释管理人员与非管理人员的差别
- 描述组织中管理人员的等级

什么是管理?

- 定义管理
- 解释效率和效果对于管理的重要性

管理者做什么?

- 描述管理的四个职能
- 解释明茨伯格的管理角色理论
- 描述卡茨的三种管理技能以及不同管理层次下这些技能重要度的变化
- 论述影响管理者工作的变革
- 解释顾客服务和创新对于管理者工作的重要性

什么是组织?

- 描述组织的特征
- 解释组织概念的变迁

为什么要学习管理?

- 解释管理普遍性的概念
- 论述理解管理的重要性
- 描述成为一名管理者的挑战和回报

课程提要

I 引言

- 有效的管理在企业员工产出和财务绩效上发挥着巨大的作用。
- 当今世界快速的变化需要管理者结合传统和创新的方法来管理他们的组织。

II 谁是管理者?

- 区别传统组织中管理者和非管理员工。
- 按管理层次对管理者进行分类(见图表1—1)。
- 在非传统型组织结构中,当工作内容改变,员工必须完成经理在项目中的任务时,责任是怎样进行转变的?
- 学习回顾。
 - 说明管理者与非管理员工的区别。
 - 讨论如何在组织中对管理者进行分类。
- 关键术语。
 - 管理者——与别人一起工作并通过协调他人活动方式来实现组织目标的人。
 - 基层管理者——最底层的管理人员,职责是管理非管理雇员从事直接或间接同产品生产与组织顾客服务相关的工作。
 - 中层管理者——在组织中处于高层管理者和基层管理者中间的管理

人员，职责是管理基层管理者。

4. 高层管理者——在组织结构最高层或接近最高层的管理人员，职责是进行组织层面的决策并制定影响整个组织生存和发展的计划和目标。

III 什么是管理？

- A. 协调他人的工作将管理者和非管理者区分开来。
- B. 区分效率和效果（见图表 1—2）。
- C. 学习回顾。
 - 定义管理。
 - 说明为什么效率和效果对于管理者来说非常重要。
- D. 关键术语。
 1. 管理——一个协调工作的活动过程，以便能够有效率和有效果地与别人一起或通过别人的劳动实现组织目标。
 2. 效率——以尽可能少的投入获得尽可能多的产出，也可理解为“正确地做事”。
 3. 效果——通过完成任务而使组织达到其目标，也可理解为“做正确的事”。

IV 管理者做什么？

- A. 管理职能——被认为是描述管理者工作最有用的方法（见图表 1—3）。
 1. 计划。
 2. 组织。
 3. 协调。
 4. 控制。
- B. 明茨伯格的管理角色理论——所有类型的管理者在不同类型的组织中扮演类似的角色（见图表 1—4）。
 1. 人际关系角色。
 - a. 挂名首脑。
 - b. 领导者。
 - c. 联络者。
 2. 信息传递角色。
 - a. 监听者。
 - b. 传播者。
 - c. 发言人。
 3. 决策制定角色。
 - a. 企业家。
 - b. 混乱驾驭者。
 - c. 资源分配者。
 - d. 谈判者。
- C. 履行与管理者相关的职责和活动所需的管理技能，由罗伯特·卡茨提出（见图表 1—5、图表 1—6、图表 1—7）。

1. 技术技能——对于低层管理是最重要的。
 2. 人际技能——对于所有层次的管理都是非常重要的。
 3. 概念技能——对于高层管理是最重要的。
- D. 管理者工作是怎样变化的(见图表1—8)?
1. 顾客对于管理者工作的重要性: 员工的态度和行为对顾客满意度有至关重要的影响。
 2. 创新对于管理者工作的重要性: “没有什么比不创新更为冒险。”
- E. 学习回顾。
- 描述管理的四种职能。
 - 解释明茨伯格的管理角色理论。
 - 描述卡茨的三项基本管理技能以及这些技能的重要性是如何随管理层次的变化而变化的。
 - 讨论影响管理者工作的变化因素。
 - 解释为什么客户服务和创新对管理者工作很重要。
- F. 关键术语。
1. 计划——定义目标, 制定战略以获取目标, 以及制定计划和协调活动的一种管理职能。
 2. 组织——包括决定应该从事哪些任务, 应该由谁来从事这些任务, 这些任务怎么分类和归集, 谁向谁报告, 以及在哪一级作出决策的一种管理职能。
 3. 领导——包括激励下属, 影响工作中的个体或团队, 选择最有效的沟通方式, 或者以任何方式处理雇员的行为问题的一种管理职能。
 4. 控制——监控、评估工作绩效, 同时与预先设定的目标相比较, 如果有必要, 还应该采取措施使工作绩效回到正常的工作轨道上来。
 5. 管理角色——特定的管理行为类型。
 6. 人际关系角色——包含人与人以及其他具有礼仪性和象征性的职责的管理角色。
 7. 信息传递角色——接受、收集和传播信息的管理角色。
 8. 决策制定角色——负责制定决策的管理角色。
 9. 技术技能——在完成特定任务时所需要精通的专业知识和技术。
 10. 人际技能——在工作中与其他个人或者团队良好相处的能力。
 11. 概念技能——管理者对复杂情况进行抽象和概念化的技能。

V 什么是组织?

- A. 列出组织的特征(见图表1—9)。
1. 明确的目的。
 2. 人员。
 3. 精细的结构。
- B. 比较传统组织和新型组织(见图表1—10)。
- C. 学习回顾。
- 描述组织的特征。
 - 解释组织的概念是如何变化的。