

· 高等院校经管类创新应用精品教材 ·

MANAGEMENT

管理学

(第二版)

原理

颜明健 主编



厦门大学出版社 国家一级出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位

· 高等院校经管类创新应用精品教材 ·

MANAGEMENT

管理学

(第二版)

原理

主 编：颜明健

副主编：朱 泳 黄俊毅

编著者：张菊香 廖紘亿

翁鸣鸣 范 爽

张彩霞



厦门大学出版社 国家一级出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

管理学原理/颜明健主编.—2版.—厦门:厦门大学出版社,2017.1
ISBN 978-7-5615-6332-8

I. ①管… II. ①颜… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 301707 号

出版人 蒋东明

责任编辑 畦蔚

封面设计 蒋卓群

责任印制 许克华

出版发行 厦门大学出版社

社址 厦门市软件园二期望海路 39 路

邮政编码 361008

总编办 0592-2182177 0592-2181406(传真)

营销中心 0592-2184458 0592-2181365

网 址 <http://www.xmupress.com>

邮 箱 xmupress@126.com

印 刷 南平市武夷美彩印中心

开本 787mm×1092mm 1/16

印张 34.5

插页 2

字数 840 千字

印数 1~4 000 册

版次 2017 年 1 月第 2 版

印次 2017 年 1 月第 1 次印刷

定价 68.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换



厦门大学出版社
微信二维码



厦门大学出版社
微博二维码

再版前言

管理学原理是一门建立在经济学、心理学、行为学、社会学、哲学和数学等基础之上的综合性和实践性很强的应用性学科,是学习经济和管理类相关专业的入门必修课程,学习和熟悉管理学的内涵也是掌握现代完备知识体系的重要基础。管理学是研究和探讨各种社会组织管理活动的基本规律和一般方法的科学。这些基本规律和科学方法对于所有管理领域具有普遍适用性,是管理学科群中最为基础的学科,它涉及的范围广,影响面大,是理论性与应用性较强的专业基础课程。

在 21 世纪的现代社会中,管理作为组织实现目标的一种手段(过程),可以说无处不在,无时不有。人们不管从事何种工作,几乎都在参与管理活动,大到管理国家,管理各类营利或非营利性组织,管理各式业务或行政事务,小至管理家庭,管理子女,管理自己。可以说,从个人的得失、组织的成败直至国家的兴衰,无不与管理工作是否得当有着紧密的关系。

本书在综合与借鉴中外学者专家研究的基础上,力求系统性、层次性、完整性、创新性及实用性地介绍管理的理论与知识、管理的方法与工具,尤其强调管理观念的不断更新创新,管理内容的及时变通拓广。

全书融合了多位编著者多年的教学经验和成果,在内容、体系等方面力求做到题材新颖,选材适当,案例突出,注重运用。本书同时注重对受教育者管理思想的培养、管理技能的训练、管理艺术的熏陶和管理素质的训练。

本书共十四章,主要针对高校本科及研究生教育的特点,以实用、应用、够用为原则,围绕各个管理环节编写应知、应会、应熟的管理知识和技能,突出能力素质培养。在每一章设置了本章学习重点、开篇案例、管理故事和管理工具;每章结束前再设置本章提要、关键概念、思考习题、技能训练及案例分析等板块,便于强化学生对管理知识的理解和技能的掌握。通过体系、内容和编排框架的创新,力争使本书编写体现出“引导、吸收、感悟、训练”一体化的特色。

本书可作为相关专业专科、本科、研究生的教材,亦可作为相关管理人员的培训教材,并可为从事工商管理、项目管理和经济管理人员进行管理研究与解决问题时提供参考。

本书主要特色:

一、完整而全面的知识内容

全书涵盖的知识点较为完整而全面,除了绝大多数的教材一般涉及的基本章节之外,特别把组织变革(第 8 章)、人力资源管理(第 9 章)、激励(第 10 章)、群体与团队(第 12 章)及沟通与冲突管理(第 13 章)分章单独探讨,以适应 21 世纪以来变化急速的管理挑战与发展。

二、高效而有序的教学编排

全书高效而有序的层次性编排,目的当然是帮助提高学生的学习效率和教师的教学效率。

“本章学习重点”在每一章的开头部分描述了本章将要学习的关键主题。每章结束前的“本章提要”及“关键概念”突显了本章学习必须掌握的重要知识点和概念。

“开篇案例”和“管理故事”是一连串令人兴奋的教学课程设计。写在每一章开头的“开篇案例”都有一定的代表性与意义;而穿插章节里的“管理故事”多是有趣简短的小故事,让我们在轻松的学习里体认一些管理的原则与真理。多数篇章末有“案例分析”,提供给学习

者更全面的视野与思维。

“管理工具”与“技能训练”是本书重视实用性与应用性的重要环节。前者是经典的管理“方法”，是将管理思想运用于管理实践的手段，分别散见于各章中（如第三章的“PEST分析法”、第六章的“BCG矩阵”等），特别标示出来是紧扣各章内容的补充，以补遗珠之憾；后者则是扎扎实实的管理“技能培训”，具体切实地依照步骤学习，无形之中也就养成了熟练的管理素养与技能了。

“思考习题”是帮助学生消化本章内容的重点习题。所提的问题是对该章基本知识点、定义或概念的理解及回忆；也可能具有思想上的挑战性，强调分析性及创新性，要求学生及时评估自己对学习和研究主题的把握程度。

新版本的提升：

一、全面更新各章的开篇案例

鼓励编著者与时俱进，因应最新形势的潮流与变化，更新每一章的开篇案例，以引导学生进入各章的知识领域。

二、尊重教学反馈的局部修改

经过征询众多采用本教材教师的反馈意见与不吝指正，各章内容都有或多或少的修改，而第7章和第8章则是全新的内容。

本书的编著者是厦门大学嘉庚学院管理学院的优秀教师群，每一位教师负责编写两章，他们是——

副主编：

朱泳（工商与项目管理教研室主任，负责编写第1章、第9章）

黄俊毅（旅游管理教研室主任，负责编写第5章、第11章）

编著者：

张菊香（毕业论文召集人，核心骨干教师，负责编写第12章、第14章）

廖絃亿（教师科研召集人，核心骨干教师，负责编写第7章、第8章）

翁鸣鸣（实践教学召集人，核心骨干教师，负责编写第2章、第3章）

范爽（实践教学召集人，核心骨干教师，负责编写第4章、第6章）

张彩霞（实践教学召集人，核心骨干教师，负责编写第10章、第13章）

本书的完成不仅是他们多年辛勤努力教学与科研的成果，更是众人精诚团结、众志成城的具体呈现。另外，还要特别感谢张彩霞老师在整个编写的进程中，承接了许多细琐文书编写和联系协调的工作；还有厦门大学出版社睦蔚副编审自始至终真诚全力的支持与协助，本书才得以顺利完成。当然，也要由衷地感谢本书所参考的所有相关文献的专家前辈们，他们的指引与努力让我们更坚定地完成工作。

管理学原理是一门范围极广的学科，由于编者才疏学浅，疏漏之处在所难免，敬请各方先进贤达不吝批评指正。

（我们会提供给所有读者一套自制的课程PPT，链接的网址是 <http://sm.xujc.cn/zhuanyejianshe/ShowArticle.asp?ArticleID=1448>，或登录厦门大学嘉庚学院管理学院官网 <http://sm.xujc.cn/>，进入专业建设→质量工程→精品课程赏析，下载本书的课件和微课等学习资料。）

厦门大学嘉庚学院管理学院 颜明健

2017.1

目 录

第1章 导 论	1
1.1 管理的由来	5
1.1.1 管理的由来和意义	5
1.1.2 组织的定义	8
1.2 管理的定义与职能	12
1.2.1 管理的定义	12
1.2.2 管理的职能	17
1.2.3 管理的科学性与艺术性	20
1.3 管理者工作的内涵	22
1.3.1 谁是管理者	22
1.3.2 管理者的类型	24
1.3.3 管理者的角色	26
1.3.4 管理者技能	29
1.3.5 学习做一个正直的管理者	31
管理工具 1-1 80/20 效率法则	33
1.4 管理学的研究对象与研究方法	33
1.4.1 何谓管理学	33
1.4.2 管理学的研究方法	35
1.4.3 学习管理学的方法	37
第2章 管理思想的发展与演进	43
2.1 早期管理思想	45
2.1.1 古代管理思想	45
2.1.2 工业革命时期的管理思想	49
2.2 古典管理理论	50
2.2.1 泰勒的科学管理理论	50
2.2.2 法约尔的一般管理理论	54
2.2.3 韦伯的行政组织理论	56
2.2.4 小结	57
2.3 从新古典管理理论到行为管理理论	58

2.3.1 梅奥的人际关系学说	58
2.3.2 “二战”后行为科学理论的发展	60
2.4 现代管理理论	62
2.4.1 管理过程学派	63
2.4.2 人际关系学派	63
2.4.3 群体行为学派	64
2.4.4 经验学派	64
2.4.5 社会系统学派	64
2.4.6 社会技术学派	64
2.4.7 系统学派	65
2.4.8 决策学派	65
2.4.9 管理科学学派	66
2.4.10 权变学派	66
2.4.11 管理角色学派	67
2.5 管理理论的新发展	68
2.5.1 当代管理理论中的主要流派	68
管理工具 2-1 企业流程再造	72
2.5.2 其他管理理论思想简介	73
2.5.3 21 世纪管理新趋势	74
第 3 章 管理环境	81
3.1 环境分析的框架	83
3.1.1 什么是管理环境	83
3.1.2 管理环境的分类	83
3.2 宏观环境	84
3.2.1 政治法律环境	84
3.2.2 经济环境	85
3.2.3 社会文化环境	85
3.2.4 技术环境	86
3.2.5 自然环境	87
3.2.6 国际环境	87
3.3 微观环境	88
3.3.1 资源供应者	88
3.3.2 服务对象(顾客)	89
3.3.3 竞争者	89
3.3.4 战略合作伙伴	90
3.3.5 政府管理部门及其政策法规	90
3.3.6 社会特殊利益代表组织	90
3.4 内部环境	91
3.4.1 所有者	91

3.4.2 董事会	91
3.4.3 雇员	91
3.4.4 工作的物理环境	91
3.4.5 组织文化	92
3.5 环境管理.....	92
3.5.1 处理环境问题的一般步骤	92
3.5.2 对不同环境因素的管理方法	93
3.6 企业社会责任.....	96
3.6.1 管理伦理	97
3.6.2 企业社会责任	100
3.7 全球化与管理	103
3.7.1 管理的全球观	103
3.7.2 全球化对管理的要求与挑战	108
3.7.3 组织文化的国际比较	111
第4章 决策.....	115
4.1 决策概述	119
4.1.1 决策的定义	119
4.1.2 决策的普遍性	119
4.1.3 影响决策的因素	121
4.2 制定决策的方法	122
4.2.1 理性假设	122
4.2.2 有限理性	124
4.2.3 直觉	125
4.3 问题的类型	126
4.3.1 程序化决策	126
4.3.2 非程序化决策	127
4.3.3 程序化决策和非程序化决策的综合应用	127
4.3.4 其他决策类型	128
4.4 决策制定的条件	129
4.4.1 确定型决策	129
4.4.2 风险型决策	129
4.4.3 不确定型决策	130
4.5 决策者的风格	132
4.6 个人决策和群体决策	132
4.6.1 群体决策的优缺点	133
4.6.2 民族文化对决策风格的影响	134
4.6.3 改善群体决策的方法	135
管理工具 4-1 头脑风暴法	135
管理工具 4-2 名义群体法步骤	135

管理工具 4-3 德尔菲法步骤	136
4.7 决策制定过程	137
4.7.1 识别问题	138
4.7.2 确定决策范围和标准	139
4.7.3 分配权重	139
4.7.4 拟定方案	139
4.7.5 分析方案	140
4.7.6 选择方案	140
4.7.7 实施方案	142
4.7.8 评价决策效果	142
第5章 计划	147
5.1 计划的含义和类型	149
5.1.1 计划的重要性	149
5.1.2 计划的含义	149
管理工具 5-1 计划方案的要件 5W2H	150
5.1.3 计划的类型	154
5.2 战术计划与作业计划	158
5.2.1 战术计划	158
5.2.2 作业计划	160
5.3 计划的原则与过程	163
5.3.1 计划的原则	163
5.3.2 计划的步骤/过程	164
管理工具 5-2 环境扫描与预测技术	164
5.4 目标管理	167
5.4.1 目标的重要性	167
5.4.2 正式的目标设定程序	168
5.4.3 目标设定和计划过程的障碍及其克服	171
5.5 计划的方法	173
5.5.1 滚动计划法	173
5.5.2 标杆比较	174
5.5.3 排程的技术	177
第6章 战略管理	185
6.1 战略管理概述	187
6.1.1 战略管理的定义	187
6.1.2 企业战略的特征	188
6.2 战略管理过程	189
管理工具 6-1 战略管理过程	189
6.2.1 愿景和使命陈述	191
6.2.2 战略环境分析	191

6.2.3 发现机会和威胁	192
6.2.4 分析组织的资源	192
6.2.5 识别优势和劣势	192
6.2.6 重新评价组织的宗旨和目标	193
6.2.7 制定战略	193
6.2.8 实施战略	193
6.2.9 评价结果	194
6.3 战略管理层次	194
6.3.1 战略管理层次概述	194
6.3.2 公司层战略框架	195
6.3.3 构建公司层战略	197
6.3.4 管理多元化的工具——BCG 矩阵	199
管理工具 6-2 BCG 制定步骤	200
6.3.5 事业层战略	202
6.4 企业内部条件分析	207
6.4.1 企业资源	207
6.4.2 企业核心能力	208
6.4.3 企业战略选择影响因素	210
6.5 企业家	212
6.5.1 企业家的定义	212
6.5.2 企业家的特征	212
6.5.3 企业家的原动力	213
6.5.4 企业家与传统管理者的比较	213
第 7 章 组织结构与设计	221
7.1 组织的含义与目的	223
7.1.1 组织的含义	223
7.1.2 组织的目的	224
7.2 组织设计	224
7.2.1 组织设计理论概述	224
7.2.2 组织设计的原则	225
7.3 组织设计的关键要素	226
7.3.1 工作设计:工作专精化	226
7.3.2 部门创建:部门化	229
7.3.3 工作报告关系:指挥链与管理幅度	233
7.3.4 职权分配:集权与分权	236
7.3.5 正规化	238
7.4 组织的类型	238
7.4.1 直线结构	239
7.4.2 职能结构	239

7.4.3 事业部结构 240

7.4.4 矩阵结构 241

7.4.5 新形态的组织设计概念 242

第8章 组织变革..... 251

8.1 组织变革的概念 253

8.1.1 组织变革的含义 253

8.1.2 组织变革的力量 253

8.1.3 组织变革的类型 255

8.2 组织变革的管理模式 256

8.2.1 组织变革的步骤 256

8.2.2 抗拒变革的原因 259

8.2.3 处理变革的抗拒 259

8.3 组织变革的领域 262

8.3.1 技术的变革 262

8.3.2 产品与服务的变革 263

8.3.3 战略与结构的变革 263

8.3.4 人员与文化的变革 263

第9章 人力资源管理..... 269

9.1 人力资源管理概述 272

9.1.1 人力资源管理的含义 272

9.1.2 人力资源管理的任务与功能 274

9.1.3 影响企业人力资源管理的因素 277

9.1.4 人力资源管理理念的变革 277

9.2 人力资源规划 280

9.2.1 人力资源规划的定义 280

9.2.2 人力资源规划的内容与作用 281

9.2.3 人力资源规划的程序 282

9.3 招募与甄选 284

9.3.1 招募与甄选的概念 284

9.3.2 人力资源招募与甄选的流程 286

9.3.3 招募的方法 287

管理工具 9-1 “AIDA”原则 288

9.3.4 甄选的过程与方法 291

管理工具 9-2 人才评价中心 292

9.4 培训与开发 293

9.4.1 培训的概念与作用 293

9.4.2 培训工作流程 293

管理工具 9-3 培训需求分析三层次 294

管理工具 9-4 柯氏四级培训评估模式 295

9.4.3 培训的分类与方法	296
9.5 绩效管理	300
9.5.1 绩效管理的概念与意义	300
管理工具 9-5 绩效影响因素	301
9.5.2 绩效管理体系的构建	302
管理工具 9-6 绩效考核的方法	306
9.6 薪酬管理	309
9.6.1 薪酬的含义	309
9.6.2 薪酬的构成	309
9.6.3 薪酬设计的原则	311
9.6.4 薪酬管理	312
9.7 劳资关系	313
9.7.1 劳资关系的概念	313
9.7.2 工会	313
9.7.3 集体谈判	314
第10章 激励	319
10.1 激励原理和行为理论	321
10.1.1 激励的本质	321
10.1.2 行为理论及激励过程	323
10.2 激励的主要理论和方法	325
10.2.1 内容型激励理论	326
10.2.2 过程型激励理论	332
管理工具 10-1 制定目标的 SMART 原则	339
10.2.3 行为矫正型激励理论	340
管理工具 10-2 行为矫正技术	343
10.3 人员激励的方法和技巧	346
10.3.1 激励的误区	346
10.3.2 激励的方法	346
管理工具 10-3 财务资讯共享管理	349
管理工具 10-4 职业锚	352
10.3.3 激励技巧	354
第11章 领导	359
11.1 领导的含义	361
11.1.1 领导	361
11.1.2 领导与管理	362
11.1.3 领导与权力	363
11.2 领导的一般方法	365
11.2.1 领导特质理论	365
11.2.2 领导行为理论	367

11.3 领导的情境方法.....	369
11.3.1 领导情境方法的提出	369
11.3.2 坦南鲍姆和施米特的领导行为连续统	370
11.3.3 费德勒的 LPC 理论	371
11.3.4 路径—目标理论	374
11.3.5 弗洛姆的决策树理论	376
11.3.6 领导—成员交换理论	378
11.4 其他领导理论.....	379
11.4.1 领导替代	379
11.4.2 魅力型领导	379
11.4.3 转换型领导	380
11.4.4 团队领导	380
11.4.5 战略领导	382
11.4.6 跨文化领导	382
11.4.7 伦理领导	382
11.5 组织中的政治行为.....	384
11.5.1 什么是政治行为	384
11.5.2 常见的政治行为	384
11.5.3 形象管理	384
11.5.4 政治行为的管理	385
第 12 章 群体与团队	395
12.1 群体及其形成原因.....	397
12.1.1 群体概述	397
12.1.2 群体的分类	399
12.1.3 群体形成的原因	401
12.1.4 群体属性	402
12.2 群体的发展过程.....	407
12.2.1 五阶段模型	407
12.2.2 间断—平衡模型	408
12.3 群体行为特征与群体凝聚力.....	409
12.3.1 群体行为特征	409
12.3.2 群体凝聚力	412
12.3.3 群体内互动	414
管理工具 12-1 知识管理	414
12.3.4 群体间互动	416
12.4 团队的作用.....	418
12.4.1 团队概述	418
12.4.2 团队的作用	423
12.5 团队的形成及类型.....	425

12.5.1 团队的发展阶段	425
12.5.2 团队的常见类型	427
12.5.3 团队类型的新发展	429
管理工具 12-2 企业核心能力	430
12.6 团队建设	432
12.6.1 团队效能	432
12.6.2 塑造高效团队	435
12.6.3 团队管理与评估	438
12.6.4 团队面临的挑战	439
第 13 章 沟通与冲突管理	445
13.1 沟通与沟通过程	447
13.1.1 沟通的含义	447
13.1.2 沟通的功能	448
13.1.3 沟通过程	449
13.2 沟通类型	452
13.2.1 正式沟通与非正式沟通	452
管理工具 13-1 走动管理	459
13.2.2 语言沟通与非语言沟通	459
13.2.3 单向沟通与双向沟通	463
13.3 沟通管理	463
13.3.1 有效沟通的障碍	464
13.3.2 克服沟通的障碍	466
管理工具 13-2 FAB 原则	467
13.4 组织的冲突管理	472
13.4.1 冲突观念的变迁	472
13.4.2 冲突的来源	473
13.4.3 冲突的类型	473
13.4.4 冲突的管理	475
第 14 章 控制	485
14.1 控制的基础	488
14.1.1 控制的概念	488
14.1.2 控制与计划的关系	489
14.1.3 控制的必要性	489
14.1.4 有效控制的原则	490
14.1.5 有效控制的特征	492
14.2 控制的内容与控制过程	493
14.2.1 控制的基本内容	493
14.2.2 控制的过程	494
14.3 控制的类型	499

14.3.1 前馈控制、现场控制和反馈控制	499
14.3.2 间接控制和直接控制	502
14.3.3 任务控制、管理控制和战略控制	503
14.3.4 集中控制、分散控制和分层控制	504
14.3.5 正式组织控制、群体控制和自我控制	505
14.4 控制方法与技术	506
14.4.1 财务控制	506
14.4.2 产品质量控制	513
管理工具 14-1 六西格玛	514
管理工具 14-2 全面质量管理	517
14.4.3 物流控制	519
管理工具 14-3 供应链管理	525
14.4.4 生产进度控制	526
14.4.5 管理层次的集成控制	528
14.4.6 综合控制	530
14.4.7 管理控制信息系统	532

管理工具索引

管理工具 1-1	80/20 效率法则	33
管理工具 2-1	企业流程再造	72
管理工具 4-1	头脑风暴法	135
管理工具 4-2	名义群体法步骤	135
管理工具 4-3	德尔非法步骤	136
管理工具 5-1	计划方案的要件 5W2H	150
管理工具 5-2	环境扫描与预测技术	164
管理工具 6-1	战略管理过程	189
管理工具 6-2	BCG 制定步骤	200
管理工具 9-1	“AIDA”原则	288
管理工具 9-2	人才评价中心	292
管理工具 9-3	培训需求分析三层次	294
管理工具 9-4	柯氏四级培训评估模式	295
管理工具 9-5	绩效影响因素	301
管理工具 9-6	绩效考核的方法	306
管理工具 10-1	制定目标的 SMART 原则	339
管理工具 10-2	行为矫正技术	343
管理工具 10-3	财务资讯共享管理	349
管理工具 10-4	职业锚	352
管理工具 12-1	知识管理	414
管理工具 12-2	企业核心能力	430
管理工具 13-1	走动管理	459
管理工具 13-2	FAB 原则	467
管理工具 14-1	六西格玛	514
管理工具 14-2	全面质量管理	517
管理工具 14-3	供应链管理	525

第1章 导论

本章学习重点：

- 了解管理的由来；
- 掌握组织的特征与组织资源；
- 理解管理的定义与内涵；
- 掌握管理的职能；
- 理解管理的科学性与艺术性；
- 掌握管理者的类型；
- 理解管理者的角色与技能；
- 认识管理学的特点；
- 熟悉管理学的研究内容、研究对象及研究方法。

