

高校转型发展系列教材



管理学

概念、案例与实训

沈 平 主编

王 丹 陈 畅 李玉龙 陈 默 副主编

清华大学出版社



高校转型发展系列教材

管理学

概念、案例与实训

沈 平 主编

王 丹 陈 畅 李玉龙 陈 默 副主编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是为适应应用型本科高校课程改革而编写的管理学教材。全书共分十一章,内容包括管理学总论、管理理论的形成与发展、计划与决策、组织、人力资源管理、领导、激励、沟通、控制、技术与管理创新、综合实训。本书以管理的基本职能为主线搭建结构框架,将管理理论与案例实训融为一体,充分吸收管理领域最新研究成果和管理实践经验,并针对教学中的核心知识点,设计了内容丰富的实训环节,以增强学生对实际管理活动的深刻体验,帮助学生将管理学基础知识内化为分析解决实际问题的管理能力、创新能力与协作精神。

本书理论知识重点突出,实训环节便于操作,既可作为普通高等院校管理类专业管理学课程的教学用书,也可作为相关在职人员的培训用书。

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:概念、案例与实训/沈平 主编. —北京:清华大学出版社,2018
(高校转型发展系列教材)
ISBN 978-7-302-50721-5

I. ①管… II. ①沈… 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(2018)第 170621 号

责任编辑:施 猛

封面设计:常雪影

版式设计:方加青

责任校对:牛艳敏

责任印制:丛怀宇

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

印 装 者:北京嘉实印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:22.5

字 数:519千字

版 次:2018年8月第1版

印 次:2018年8月第1次印刷

定 价:49.80元

产品编号:074490-01

高校转型发展系列教材

编委会

主任委员：李继安 李 峰

副主任委员：王淑梅

委 员：

马德顺 王 焱 王小军 王建明 王海义 孙丽娜
李 娟 李长智 李庆杨 陈兴林 范立南 赵柏东
侯 彤 姜乃力 姜俊和 高小珺 董 海 解 勇

前言

“管理学”是一门系统研究管理过程的普遍规律、基本原理和一般方法的学科，自20世纪初产生以来就备受关注。从重视生产过程的效率提升，到强调决策与资源整合，再到思考创新、履行社会责任、构建学习型组织等，管理理论不断发展，管理思想和实践方法也日臻丰富与完善。由于“管理学”具有很强的实践性和广泛的应用性，因此一直作为经济管理类专业的基础必修课，承担培养学生专业兴趣、阐明管理基本原理和主体框架、传授管理基本思维和分析方法的任务。

过去，“管理学”课程教学以理论知识传授为主，学生较少接触管理实践中的真实素材和情境，往往难以将抽象的理论和现实联系起来。随着高校转型发展，为适应应用型本科人才培养模式的需要，“管理学”的教学目标日益强调理论素养和实践能力相结合，注重培养学生的实践能力、创新精神和社会责任感，以适应信息化、全球化的时代要求。为此，编者结合当前教学改革需要，本着系统性、实用性和前瞻性原则，编写了这本面向应用型本科院校的《管理学(概念、案例与实训)》。

本书以管理的基本职能为主线设计结构内容，兼顾知识学习和技能训练，力求做到理论部分内容精、成系统，实训部分形式多、针对性强。全书共十一章，每章由学习目标、管理故事、基础理论单元、技能训练单元等部分构成。为突出对学生管理思维和动手能力的培养，本书在系统介绍管理理论的基础上，针对教学中的核心知识点，设计了案例分析、情景模拟、小组辩论等多种实训形式，为学生创设逼真有趣的管理情境，激发学生的学习兴趣和管理潜能，使其既掌握管理学的基本理论、基本方法和实用的分析工具，又能与现实的管理情境及变化特点相联系，提升解决现实问题的能力。

本书由沈阳大学工商管理学院沈平、王丹、陈畅、李玉龙、陈默五位老师编写。其中，沈平编写第二、六、八章，王丹编写第四、七、十章，陈畅编写第三、十一章，李玉龙编写第一、九章，陈默编写第五章。沈平负责本书的体例设计和定稿。

编者在编写本书的过程中，参考了许多学者和同行的相关著作、教材与案例资料，在此一并表示感谢。

限于编者水平，书中难免存在一些疏漏和不妥之处，敬请广大读者和同行专家不吝指正。反馈邮箱：wkservice@vip.163.com。

编者

2018年1月

目 录

第一章 管理学总论	1
第一节 管理的内涵与基本职能	1
一、管理的概念	1
二、管理的性质	3
三、管理的基本职能	4
第二节 管理学基本原理	5
一、系统原理	6
二、人本原理	8
三、效益原理	9
四、反馈原理	12
五、弹性原理	13
第三节 管理者的角色与技能	15
一、管理者的角色	15
二、管理者的技能	15
第四节 管理伦理和社会责任	17
一、管理伦理	17
二、社会责任	20
实训一：升任总裁后的思考	24
实训二：同仁堂的社会责任观	26
第二章 管理理论的形成与发展	29
第一节 中外早期的管理思想	29
一、中国早期的管理思想	30
二、西方古代的管理思想	32
三、国外工业革命时期的管理思想	34
第二节 古典管理理论	36
一、泰勒的科学管理理论	36
二、法约尔的一般管理理论	39
三、韦伯的科学组织理论	41

第三节 行为科学理论	43
一、早期行为学家	43
二、霍桑实验和人际关系理论	44
三、行为科学理论的内容及观点	46
第四节 现代管理理论丛林	47
一、管理过程学派	48
二、社会系统学派	48
三、决策理论学派	49
四、系统理论学派	49
五、经验主义学派	50
六、管理科学学派	50
七、权变理论学派	51
第五节 现代管理理论的新趋势	51
一、战略管理理论	51
二、新型组织理论	52
实训一: 管理理念的认知	55
实训二: 管理方法的应用	56
实训三: 管理理论的应用	57
第三章 计划与决策	60
第一节 计划概述	61
一、计划的概念	61
二、计划的基本特征	61
三、计划的类型和表现形式	62
四、计划工作的作用	65
第二节 制订计划的步骤和方法	66
一、制订计划的步骤	66
二、计划编制方法	69
第三节 目标管理概述	71
一、目标及其制定	71
二、目标管理	72
第四节 决策活动概述	74
一、决策的含义与特点	74
二、决策的影响因素	75
第五节 决策的程序与分类	76
一、决策的程序	76
二、决策的分类	78
第六节 决策的技术与方法	81

一、定性决策法	82
二、定量决策法	83
实训一：头脑风暴法的运用	88
实训二：个人决策与集体决策游戏——海上小岛求生	90
实训三：计划及其制订——天天汉堡案例分析	92
实训四：目标的重要性——一个目标的故事	94
第四章 组织	96
第一节 组织和组织工作基本原理	96
一、组织的内涵和作用	96
二、组织工作的基本原理	97
第二节 组织结构设计	99
一、组织结构理论分类	99
二、组织结构策略	99
三、组织设计的基本成果	101
四、常见的组织结构形式	101
五、影响组织结构设计的因素	108
第三节 组织分权与部门化	110
一、管理幅度与管理层次	111
二、集权与分权	113
三、授权	115
四、部门化	118
第四节 组织变革	123
一、组织变革的原因	123
二、组织变革的实施	123
三、组织变革中的新问题——组织文化变革	127
实训一：斯隆的组织革命	128
实训二：组织授权模拟游戏	129
实训三：杜邦公司的组织变革	130
第五章 人力资源管理	134
第一节 人力资源规划	135
一、人力资源规划及其内容	135
二、人力资源规划的操作程序	137
三、人力资源规划方法	138
四、职务分析	140
第二节 员工招聘与甄选	144
一、员工招聘	144
二、员工甄选	148

第三节 员工培训	151
一、培训的含义	151
二、员工培训的原则	152
三、员工培训的内容	152
四、员工培训的方法	153
第四节 绩效评估和薪酬管理	156
一、绩效评估	156
二、薪酬管理	160
实训一: 角色扮演——招聘	162
实训二: 职业生涯规划设计	163
实训三: A煤矿薪酬管理	163
第六章 领导	166
第一节 领导者与管理者	166
一、领导的概念及要素	166
二、领导的作用	168
三、领导者与管理者的区别	169
四、领导者影响力的来源及运用	170
第二节 领导理论	173
一、领导特质理论	174
二、领导行为理论	176
三、领导权变理论	181
四、领导理论的新发展	185
第三节 领导艺术	188
一、领导艺术及其特征	188
二、领导艺术与领导理论、领导经验的关系	189
三、领导艺术的内容	189
四、提高领导艺术的有效性	190
实训一: 领导者素质自我评估测试	192
实训二: 哪种领导风格更好	194
实训三: 领导行为的适应性	196
实训四: 校园模拟指挥	197
实训五: 情景表演——张亮及其助手的抱怨	197
第七章 激励	200
第一节 激励概述	200
一、激励的内涵及作用	200
二、人性假设理论	203
第二节 激励的过程与类型	206

一、激励的过程	206
二、激励的类型	206
第三节 激励理论	208
一、内容型激励理论	208
二、过程型激励理论	212
三、行为改造型激励理论	215
四、综合型激励理论	218
第四节 激励的原则与方法	219
一、激励的原则	219
二、激励的方法	221
实训一：第一位黑人州长	223
实训二：高科技员工的激励	225
第八章 沟通	228
第一节 沟通概述	228
一、沟通的含义及过程	229
二、沟通的作用	230
三、沟通的原则与方式	232
第二节 自我沟通与人际沟通	238
一、自我沟通	238
二、人际沟通	239
第三节 组织沟通	243
一、组织沟通及其信息流向	243
二、组织沟通的方法	245
三、组织沟通的障碍及克服	247
第四节 冲突管理与沟通	249
一、冲突及其分类	249
二、冲突的发展过程	251
三、冲突管理与沟通策略	253
实训一：我说你猜游戏	255
实训二：关于沟通效果的自画像	256
实训三：与员工合作	257
实训四：面谈沟通	258
实训五：肢体表演游戏	259
第九章 控制	261
第一节 控制活动与控制过程	261
一、控制及其重要性	261
二、控制的类型	263

三、控制的过程	266
第二节 有效控制系统的构建	273
一、控制体系的构成	273
二、实现有效控制的原则	275
三、控制的基本原理	278
四、建立有效的控制系统	282
第三节 管理控制方法	283
一、管理控制的含义及功能	283
二、管理控制的方式	283
三、管理控制方法的分类及内容	284
实训一：麦当劳的管理控制系统	288
实训二：制度的力量	290
第十章 技术与管理创新	294
第一节 创新原理与过程	295
一、创新的内涵及原理	295
二、创新的过程	297
第二节 技术创新的内涵与模式	298
一、技术创新的内涵	298
二、技术创新的模式	299
第三节 管理创新思维与技法	302
一、管理创新及其特点	302
二、管理创新的分类	305
三、管理创新原则	308
四、管理创新思维方法	310
五、管理创新技法	312
六、管理创新的管理	315
实训一：创造型人格测试	318
实训二：海尔的流程再造	321
实训三：苏宁的O2O之路	324
第十一章 综合实训	327
综合案例分析一：高科技人才的管理	327
一、案例材料	327
二、企业概况	329
三、问卷调查结果	330
四、案例分析题	330
综合案例分析二：一个成功企业家的困惑	331
一、案例材料	331

二、企业概况	332
三、成功经验	333
四、胡董其人	334
五、面临的困惑	334
六、案例分析题	335
综合案例分析三：海底捞的世界	336
一、案例材料	336
二、企业经营特色	336
三、启示与问题	338
四、案例分析题	339
综合案例分析四：比亚迪公司	339
一、案例材料	339
二、案例分析题	341
综合案例分析五：欧阳健的领导风格	342
一、案例材料	342
二、案例分析题	343
参考文献	345

第一章 管理学总论

学习目标

- 掌握管理的概念及基本职能；
- 了解管理学的基本原理，能鉴别重要的领导特质和行为；
- 掌握管理者在管理活动中扮演的角色和应具备的技能，了解管理伦理及影响因素；
- 了解企业社会责任的内容及国际标准。

管理故事 分粥中的哲学

有七个生活并不宽裕的人住在一起，大家每天早上都要分食一锅粥。开始，大家指定一个人负责分粥。但很快，大家发现，无论选谁，负责分粥的人分到的粥总是最多。接着，有人提出大家轮流主持分粥。这样看起来是公平的，但导致每个人在一周中只有一天吃得饱，其余六天都饥肠辘辘。后来，大家推选七人中品德最高的人主持分粥，但好景不长，不久后，他就给跟自己关系好的人多分粥。再后来，大家选出分粥委员会和监督委员会，形成监督制约。这样做虽然实现了公平，但由于监督委员会经常提出种种议案，而分粥委员会又常常据理力争，等分粥完毕时，粥早就凉了。

这七个人非常烦恼，想不到更好的办法，只好求助于管理大师。大师给出方案：每个人轮流主持分粥，但是分粥的那个人必须最后一个领。于是，令人惊奇的结果出现了，七碗粥每次都是一样多。这是因为，每一个主持分粥的人都意识到，如果七只碗里的粥不一样多，那么自己无疑将享用最少的那份。

资料来源：<https://zhidao.baidu.com/question/567645776.html>. 有改动

思考：大师的分粥哲学蕴含怎样的管理智慧？

基础理论单元

第一节 管理的内涵与基本职能

■ 一、管理的概念

给“管理”下过定义的专家学者有很多，他们分别从不同视角对管理的内涵进行了阐

释。以下是西方管理领域中公认的几位大师定义的管理。

F.W.泰罗从管理者与被管理者的关系的角度给管理下了定义,他认为,管理就是“确切地知道你要别人去做什么,并使他用最好的方法去做”,即指挥他人用最好的工作方法去工作。亨利·法约尔从管理职能的角度解释了管理,他认为“管理就是实行计划、组织、指挥、协调和控制”,企业的全部活动可分为技术活动、商业活动、财务活动、安全活动、会计活动和管理活动。切斯特·巴纳德从组织协作的角度指出,“管理是组织中协调各分系统的活动,并使之与环境相适应的力量”。彼得·德鲁克阐述了管理目标的重要性,认为任何管理活动都是为了达到一个目的,“管理就是谋取剩余”,即产出大于投入的部分。诺赫伯特·西蒙认为,管理就是制定决策,管理者所做的一切工作归根结底是在面对现实与未来、面对环境与员工时不断地做出各种决策,使组织可以持续运行下去,直到获取满意的结果,实现令人满意的目标及要求。哈罗德·孔茨从管理活动过程的角度指出,管理是指设计并保持一种良好环境,使人在群体中高效地完成目标,“管理就是通过别人来使事情做成的一种职能”。

要理解上述定义,应明确以下几点。

(一) 管理具有不同的范围和领域

管理拥有广阔的作用空间和领域,大到一个世界、一个国家,小到一所学校、一家企业、一家医院,甚至一个家庭,都离不开管理。不同范围、不同领域的管理具有不同的特点,即使同为企业管理,各个企业也拥有不同的管理秘诀,体现为不同的管理风格,因此,必须强调管理的环境适应性。

(二) 管理服务于组织目标

任何组织都是为了一定的目标而建立和发展的,管理不过是促进组织实现既定目标的手段。德鲁克认为,管理的目标是充分发挥和利用每个人的优势与知识;管理是帮助组织产生成效的特殊工具、特殊功能、特殊手段;管理存在的目的是帮助组织取得成效,它的出发点应该是预期的成效,它的责任是协调组织的资源取得这些成效。评价管理工作是否有效,不但要考察组织活动的效率如何,而且必须考察组织是否取得了好的效果,两者兼顾,才能评价管理是否有效地实现了组织目标。

(三) 管理的主体是人

不管是对人的管理还是对物、环境的管理,人都是管理的主体。毫无疑问,管理是由管理者实施的,所以在组织中有管理者与被管理者之分。作为管理主体的人,不仅指处于管理岗位上的管理者,也包括大量处于非管理岗位上的被管理者,后者在很大程度上参与管理过程甚至参与决策制定。传统上常常把管理定位为“管人”,而随着全球化进程的加快和知识经济的发展,特别是信息技术的运用和劳动者素质的提高,协调成为现代管理的核心,管理不再是“管人”,而是领导人、协调人,共同致力于组织目标的实现,这才是现代管理的真谛。

(四) 管理是在特定环境下进行的

任何组织都存在于一定的环境之中,而环境又是经常变化的,多变的环境日益成为影响组织运行的重要因素。因此,对环境进行管理以及为适应不断变化的环境进行灵活管理,越来越受关注,并蕴含于管理概念之中。在当今时代,能够适应环境,懂得如何利用有利环境和回避不利环境,是优秀管理者的必备素质。正因为如此,德鲁克提出了全新管理范式的基本原则,“只要能影响组织绩效和成效,就是管理的中心和任务”,不管是在组织内部还是在组织外部,也不管组织是能控制的还是完全不能控制的。

(五) 管理是通过一系列职能来实现的

达成组织目标是需要资源支持的,管理的实质在于对有限的现实资源进行有效整合,而整合资源的过程就是各种管理职能发挥作用的过程。

综合上述观点,从本质上说,管理就是指在特定的环境条件下,管理者为了实现组织目标而对组织资源进行计划、组织、领导和控制的过程。

■ 二、管理的性质

既然管理目标是在管理者运用计划、组织、领导与控制的手段整合相关资源的动态过程中实现的,那么它必然具有自然属性和社会属性。同时,由于动态环境下不可能存在一种“放诸四海而皆准”的理论,它又必然具有科学性和艺术性。

(一) 管理的自然属性和社会属性

管理的自然属性是指管理作为保证社会化大生产顺利进行的必要条件,是合理组织生产过程的一般要求,它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,需要按照社会化大生产的要求合理地进行计划、组织、领导和控制。没有这种管理,由协作而发展的社会生产力难以发挥,生产中物的要素和人的要素也会陷入物不能尽其用、人不能尽其才的局面,无法达到提高劳动生产率和经济效益的目的。可以说,只要是社会化大生产,只要是集体劳动,就需要管理。它与企业的生产关系性质无关,不因社会制度的改变而改变,不论在何种社会制度下,企业均面临生产力要素的合理组织问题。管理是企业共有的职能,具有普遍性和永久性的特征。

管理的社会属性是指管理总是在一定的生产关系下进行,谁占有生产资料,谁就掌握管理权,并可按照自己的利益和意志进行管理。管理的每一种表现形式都和一定的社会形态相联系,都是某一特定时期经济基础的反映,并且能体现出那个时代、那个地方经济体制的特点。不同的社会制度、不同的历史阶段、不同的社会文化,都会使管理呈现一定的差别,管理不仅受时代影响,还受国情的制约。管理的社会属性是社会生产关系的体现和反映,是由生产关系、社会制度所决定的。因此,管理除了具有发展生产力的职能外,还有维护生产关系的职能。

(二) 管理的科学性和艺术性

管理作为一个活动过程,是有规律可循的,管理具有科学性。管理的科学性反映了蕴含在纷繁复杂的现象中的规律,强调了理论的指导作用。正是人们对管理活动与管理对象规律性的科学总结,管理知识才逐渐系统化,并形成由一系列概念、原理、原则和方法构成的理论体系。这一理论体系内容完整、知识全面、方法多样,能阐明理论、指导实践,能帮助管理人员从过去的经验中汲取精华,找出不同情况下事件和变量的基本因果关系,并解决实际问题。另外,管理知识是可以通过学习和传授获得的,要成为优秀的管理者,必须经过系统的管理知识的学习和训练,这样才能达到融会贯通的效果。

管理的艺术性就是管理的实践性,是指灵活运用管理知识和技能的技巧和诀窍。管理的主体是人,不同的人有不同的文化背景,他们在思想观念、行为方面差异很大,加之管理对象分别处于不同环境、不同行业、不同的产出要求、不同的资源供给条件等状况下,导致对每一个具体的管理对象的管理没有唯一的有章可循的模式,特别是对那些非程序性的、全新的管理对象,则更是如此。因此,背熟了管理原则,不一定能有效地实施管理。这就要求管理者除了掌握管理原理和基本方法外,更重要的是具备随机制宜的能力,能够灵活地运用管理技巧,创造性地解决实际问题。管理是一项创造性的劳动,很多工作技巧是无法量化的。管理科学不能完全取代管理经验和艺术,管理者只有在实践中结合经验来提高自己的管理技艺,才能不断提高管理水平,实现管理创新。

■ 三、管理的基本职能

计划、组织、领导、控制作为管理的四大职能,彼此相互关联,共同构成了管理工作连续不断、循环往复的完整过程。

(一) 计划

计划职能是指管理者对要实现的组织目标和应采取的行动方案做出选择和具体安排。具体包括明确组织使命、研究环境、分析条件、确定目标、选择行动方案、制定战略、筹划资源、拟定实施步骤等。一个清晰且具有指导意义的计划应该明确告诉管理者和执行者做什么、为什么做、谁来做、什么时候做、在哪里做、如何做。所以,计划是管理的首要职能,有效的管理活动都应该以计划工作开始。正确发挥计划职能作用,有利于组织主动适应市场需求和环境变化,根据组织的竞争态势,对经营活动做出统筹安排;有利于组织正确地把握未来,应对外部环境带来的不确定性;有利于将全体员工的注意力集中到组织目标上来;有利于对有限的资源进行合理分配和使用,以取得较高的效率和效益。

(二) 组织

组织职能是指管理者根据计划对组织活动中的各种要素和人的相互关系进行合理的安排。具体包括设计组织结构、建立管理体制、分配权力和资源、配备人员、建立有效的

信息沟通网络、监督组织运行和组织变革。管理工作虽然确定了目标，又拥有实现目标的人力、物力、财力等各种必需的资源，但最终目标不一定能实现。因为目标的实现需要有效地整合各种资源，需要将组织的目标和任务分解之后，遵循最有利于实现目标的要求，将人力、物力、财物等资源按一定的方式组合成一个个单位或部门，设计出合理的组织结构，设置相应的职务以及组织运行模式，将权力分授到相应的层次或职务，并规定各个层次、各个职务应该承担的相应责任，形成既分工授权又协调一致的工作关系网络。

(三) 领导

领导职能是指为了实现目标而运用沟通、奖惩、激励等方式对组织成员施加影响，通过职权影响力和非职权影响力，统御和指引组织成员的活动。值得注意的是，领导和领导者是两个不同的概念。领导是一种影响并感召人们和群体去追求某些目标的行为与过程，领导的实质体现为感召和追随。领导者是实施领导的人，是利用影响力带领人们和群体实现组织目标的人。计划和组织工作做好了，并不能保证组织目标的实现，因为组织目标的实现要依靠全体成员的共同努力，而处于不同岗位的人员由于各自的人生观、价值观、需求等各不相同，合作中必然会产生矛盾和冲突。因此，就需要有权威的领导者进行领导。领导职能的具体内容是指导人们的行为，协调各种关系，激励每个成员自觉地为实现组织目标而努力。

(四) 控制

控制职能是指按照预定的组织目标、计划和标准对管理活动的各个方面的实际情况进行检查，以发现差距、分析原因、采取措施、予以纠正，使管理活动能按照计划进行，保证预定组织目标的实现。控制职能与计划职能是密不可分的。计划是控制的前提，为控制职能提供了目标和标准，管理者必须及时获得计划执行情况的相关信息，并将相关信息与组织目标和计划标准进行比较，以发现实践活动中存在的问题，分析原因并采取措施。因此，没有计划就不存在控制，同时控制又是实现组织目标和计划的手段。从管理活动的纵向看，各级管理层都要重视控制职能；从管理活动的横向看，对各项管理活动、各个管理对象都要进行控制。没有控制工作，组织目标和计划就不可能实现。

上述各项管理职能带有普遍性。所有管理者，不论其担任什么职务、在何种岗位上、处于哪一个管理层次，都要执行这些管理职能。

第二节 管理学基本原理

上一节论述了管理的内涵，本节将从一门学科的角度论述管理学所包含的基本原理。所谓管理学，就是指管理者在长期从事管理活动的实践中，探索、总结管理活动的过程和基本客观规律与一般方法的综合性科学。以社会学、经济学为基础，本书总结了管理学五大基本原理，分别是系统原理、人本原理、效益原理、反馈原理和弹性原理。