



经济管理高职高专“十一五”部委级规划教材

管理学基础

GUANLIXUE
JICHU

附赠光盘

李 锋◎主编
元凤江◎主审

 中国纺织出版社



经济管理高职高专“十一五”部委级规划教材

管理学基础

主编	李锋		
主审	元凤江		
副主编	武友林	王学成	
参编人员	陈洪霞	李雪洁	孟省



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书是根据高职高专教育教学的基本要求,按照突出针对性、实用性和可操作性的原则编写的一本教材。主要包括:管理与管理者、管理理论的发展历程、计划管理、组织管理、领导与管理、管理控制、管理决策、人力资源管理、营销管理、企业理财管理及自我测试等。

本书不仅全面介绍了管理的基本理论,而且重点介绍了国内外各种最新的管理技术、方法和成果,并特别注意理论与实践的结合,注重培养和提高学生运用所学理论知识分析和解决实际问题的能力。为了便于教师和学生阅读使用,每章都有本章知识、案例分析及思考题等内容。

本书主要用作高等职业教育经济、管理类专业的教材,也可作为其他高职专业的教材及企业管理人员培训教材或教学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础/李锋主编. —北京:中国纺织出版社, 2007. 8

经济管理高职高专“十一五”部委级规划教材

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4208 - 4

I. 管… II. 李… III. 管理学—高等学校:技术学校—教材
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 092474 号

策划编辑:曹炳镛 责任编辑:王文仙 责任印制:初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www. c-textilep. com

E-mail: faxing @ c-textilep. com

三河市世纪兴源印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2007年8月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:20.5

字数:443千字 定价:38.00元(附赠光盘)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

2005年10月,国发〔2005〕35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出“落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校共同努力的目标。早在2004年,教育部下发教高〔2004〕1号文件“教育部关于以就业为导向 深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级高职高专教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

高等职业教育是我国高等教育体系的重要组成部分,高职教育所培养的技术、技能实用型人才是生产、建设、管理的骨干力量。管理是社会化大生产的必然产物,是人类社会生存、发展必不可少的活动。随着科学技术的进步和社会生产力的发展,特别是进入知识经济社会、网络信息时代,管理的重要性日益突显,受到人们的高度重视。学习管理思想、管理原理、管理方法,掌握现代管理的基本技能和手段,应该成为高等学校各专业,特别是经济、管理类专业的的重要内容。

本书突出了综合性、实用性、针对性,并使理论、实务、案例三者形成有机结合。在体系结构和内容安排上注重反映现代管理理论研究的最新理论成果,注意吸收国内外管理实践的先进经验,全面、准确地介绍现代管理的理论和实务知识。本书结合高职教育的教学特点,在内容选择、语言描述及编写风格上将趣味性和知识性相结合,使理论性和实用性相统一。同时,按照理论保证够用、知识注重实用、突出技能培养的原则,力求通过对管理基本理论、基本方法和基本技巧的学习,为提高学生的管理能力提供更为有效的方法和工具。

为了使学生明确学习目的,本书在每章的开头列出了本章的知识重点,在阐述各种管理理论的同时,列举了许多国内外管理实例,以帮助学生理解、掌握及运用有关理论知识和技能。在每章末尾均有相关的案例、问题及本章的思考题,最后一章是自我测试。这些均有利于学生全面综合地理解掌握、消化吸收知识,加深对国内外管理实际的了解,提高学生运用所学理论解决实际问题的能力。

本书主要适用于高等职业教育经济、管理类专业学生使用,也可作为其他高职专业的教材及企业管理人员培训教材或教学参考书。

全书由李锋(天津工业大学)主编,元凤江教授(天津工业大学)担任主审,武友林、王学成担任副主编,参加编写的有陈洪霞、李雪洁、孟省。具体分工是:第一章、第二章、第六章由李锋编写,第三章、第十章由王学成(天津交通职业学院)编写,第四章由李雪洁(山东滨州职业学院)编写,第五章由孟省(山东科技职业学院)、陈洪霞编写,第七

章、第八章、第九章由武友林（天津工业大学）编写，第十一章由陈洪霞（天津工业大学）编写，全书由李锋编纂定稿，武友林、陈洪霞参加了编纂定稿工作。本书得到了中国纺织出版社曹炳镛编辑的大力支持和帮助，在初稿完成之后，编辑仔细审阅了全文，提出了许多宝贵意见，在此作者一并表示衷心的感谢！

本书在编写过程中，参考和引用了国内外有关教材、专著、案例和文献资料，在此谨向各位作者表示衷心的感谢。由于作者水平有限，书中难免存在错误或遗漏之处，恳请广大读者批评指正。

编 者

2007 年 2 月



课程设置指导

本课程设置的意义 高等职业教育以培养拥护党的基本路线，适应生产、建设、管理、服务第一线需要的德、智、体、美等方面全面发展的高等技术技能应用型专门人才为目标。掌握基本的管理原理、管理方法，提高管理能力，对于高职学生是十分必要的，特别是对于工商管理、经济贸易类专业的学生，学习、掌握管理学知识、原理及方法尤为重要。因此，《管理学基础》课程应该列为高职院校工商管理、经济贸易类专业的主干专业基础课程，也可作为高职其他专业的必修课或选修课。

本课程教学建议 《管理学基础》作为高职院校工商管理、经济贸易类专业的主干专业基础课程，建议为 60 学时；其他专业建议为 40~45 学时。

具体学时分配建议如下：

各章名称	建议学时			
	经济管理类专业		其他专业	
	理论	实践	理论	实践
第一章 管理与管理者	4		3	
第二章 管理理论的发展历程	4		2	
第三章 计划管理	5	2	4	1*
第四章 组织管理	5	2	5	1*
第五章 领导与管理	5		4	
第六章 管理控制	6	2	5	1*
第七章 管理决策	5	2	4	1*
第八章 人力资源管理	5	2	4	1*
第九章 营销管理	3		3	
第十章 企业理财管理	4		3	
第十一章 自我测试	4		3	
总 计	50	10	40	5*
合 计	60		40 (45)	

注 * 表示选修内容。

本课程教学目的 通过《管理学基础》课程的教学，旨在使学生了解管理活动的产生及其职能，了解管理理论的形成及其发展，树立现代管理的思想观念；掌握管理学的基本原理和发展趋势，掌握管理的基本方法及其应用特点；提高应用管理原理、管理方法解决实际问题的能力和技巧，提高学生自身的管理素质和修养。

第一章 管理与管理者	1
第一节 管理的概念、特征及属性	1
一、什么是管理	1
二、管理的基本特征	2
三、管理的本质属性	4
第二节 管理者的职责、技能	6
一、管理者的含义	6
二、管理者的分类	6
三、管理者的职责	8
四、管理者应具备的技能	10
五、管理者应具备的素质	11
第三节 管理的过程及适用范围	14
一、管理工作的职能和过程	14
二、管理工作的对象和适用范围	16
三、权变管理原则	17
第四节 管理工作的环境	18
一、管理环境的含义	18
二、管理环境的构成	18
三、环境对管理系统的影响	20
四、组织对环境的反应	21
第五节 管理创新	21
一、管理创新的概念及内容	21
二、创新是现代管理者素质的核心	22
三、管理创新的类型	23
四、管理创新的特征、功能与作用	24
五、实现管理创新的关键环节	25
六、管理创新过程	28
案例分析	29

思考题	30
-----------	----

第二章 管理理论的发展历程	31
----------------------------	-----------

第一节 古典管理理论	31
------------------	----

一、泰勒的科学管理理论	32
-------------------	----

二、法约尔的管理过程理论	35
--------------------	----

三、韦伯的行政组织理论	39
-------------------	----

第二节 行为管理理论	41
------------------	----

一、人际关系理论	41
----------------	----

二、行为科学的创立与发展	44
--------------------	----

第三节 现代管理理论“丛林”	45
----------------------	----

一、管理过程学派	45
----------------	----

二、经验主义学派	45
----------------	----

三、社会系统学派	46
----------------	----

四、决策理论学派	46
----------------	----

五、权变理论学派	47
----------------	----

六、系统管理学派	47
----------------	----

七、社会技术系统学派	47
------------------	----

八、管理科学学派	48
----------------	----

九、人际关系学派	48
----------------	----

十、群体行为学派	48
----------------	----

十一、管理角色学派	48
-----------------	----

第四节 管理科学的兴起	49
-------------------	----

一、管理科学理论	49
----------------	----

二、现代管理理论的新发展	50
--------------------	----

三、计算机管理系统的创新	51
--------------------	----

案例分析	52
------------	----

思考题	54
-----------	----

第三章 计划管理	55
第一节 概述	55
一、计划的含义	55
二、计划的意义	56
三、计划的要求	57
四、计划的作用	57
第二节 计划的类型	58
一、按计划的具体形态分类	58
二、按计划的表现形式分类	58
三、按计划内容的差异分类	59
四、按计划期限长短分类	59
五、按计划的作用性质分类	60
第三节 计划工作的程序	60
一、收集资料	60
二、确定工作目标	61
三、选择最佳方案	61
四、分解目标，形成合理的目标结构	61
五、分配各种资源	61
六、综合平衡	62
七、编制具体行动计划，并下达执行	62
八、控制计划实施	63
第四节 目标的分析与确定	63
一、目标的重要性质	63
二、制订目标的方法	65
第五节 计划方案的制定	67
一、各计划方案间的关系	67
二、战略计划的构成	68
三、战术计划的主要表现形式	69

第六节 制订计划的几种技术方法	71
一、环境扫描	71
二、滚动计划法	75
三、网络计划技术法	76
四、目标管理法	78
案例分析	80
思考题	80
第四章 组织管理	81
第一节 组织工作的基本内容和过程	81
一、组织的设计	81
二、组织的运作	83
三、组织的变革	83
第二节 部门划分与整合	84
一、管理幅度与管理层次	84
二、部门化的方式	85
三、企业组织整合手段	86
第三节 组织中的职权关系	88
一、集权与分权	88
二、直线职权与参谋职权	89
第四节 几种常见的组织结构形式	89
一、直线制结构	90
二、职能制结构	90
三、直线职能制结构	90
四、事业部制结构	92
五、矩阵制	93
六、多维立体型结构	94
七、几种新型的组织结构	94

第五节 组织运作中的主要问题	98
一、授权与尽责	98
二、正式组织与非正式组织	99
第六节 组织变革	100
一、组织变革的含义与原因	100
二、变革过程中的两种观点	101
三、变革中的阻力	103
第七节 组织文化	105
一、组织文化的含义	105
二、组织文化的作用	106
三、组织文化建设的指导思想	107
案例分析	108
思考题	108
第五章 领导与管理	110
第一节 领导的本质和作用	110
一、领导的基本内涵	110
二、职位权力和个人权力	111
三、领导的作用	112
四、领导与管理的区别	113
五、领导者与管理者的区别	113
第二节 领导效能	113
一、领导者	113
二、领导者的素质	114
三、领导方式理论	116
四、领导艺术	119
第三节 激励	120
一、激励的内涵和作用	120

二、关于人性假设的理论——X 理论与 Y 理论	121
三、几种主要的激励理论	122
四、激励的原则	127
五、激励的主要方法	128
六、激励的艺术	131
第四节 信息沟通	133
一、沟通的含义及其作用	133
二、沟通的类型	134
案例分析	137
思考题	139

第六章 管理控制	141
第一节 管理控制的含义与作用	141
一、控制的概念及内涵	141
二、控制与计划	142
三、控制在管理工作中的地位	142
四、控制的目标和作用	143
五、控制的特点	143
六、控制的内容	144
第二节 管理控制的过程	145
一、确定控制目标及标准	145
二、执行情况的衡量	149
三、分析偏差并采取纠正措施	151
四、控制系统的构成要素	155
第三节 管理控制的类型	155
一、按控制点的位置划分	155
二、按控制的结构划分	157
三、按控制力量的来源划分	158

四、按控制手段划分	159
五、按控制信息的性质划分	160
六、按控制点的重要性和影响程度划分	160
七、按控制工作的专业领域划分	161
第四节 管理控制的基本原则	161
一、控制关键点原则	161
二、反映计划要求原则	162
三、组织适宜性原则	162
四、例外原则	162
五、控制趋势原则	163
六、及时性原则	163
七、灵活性原则	163
八、经济性原则	163
第五节 管理控制方法	164
一、预算控制	164
二、审计控制	166
三、市场控制	167
四、团体控制	168
五、会计控制	169
六、人力资源管理控制	169
七、生产控制	170
八、其他控制方法	170
案例分析	170
思考题	171
 第七章 管理决策	172
第一节 决策的构成要素	172
一、决策的含义	172

二、决策的基本要素	173
第二节 决策的基本类型	175
一、常规决策与非常规决策	175
二、战略决策与战术决策	176
三、确定型决策与非确定型决策	176
四、单目标决策与多目标决策	176
第三节 正确决策的条件和准则	177
一、影响决策的因素	177
二、正确决策的条件	178
三、正确决策的准则	179
第四节 决策的基本程序	180
一、发现问题	180
二、确定目标	180
三、拟定方案	180
四、选择方案	181
五、执行方案	182
六、追踪检查	183
第五节 决策的思维方法	184
一、概率思考	184
二、解析思考	185
三、目标—手段分析	185
第六节 决策的基本方法	186
一、定性决策法	186
二、定量决策方法	189
案例分析	196
思考题	196

第八章 人力资源管理	198
第一节 人力资源管理的任务和作用	198
一、人力资源管理与传统人事管理的区别	198
二、人力资源管理的任务和作用	199
三、人力资源管理的基本过程	200
第二节 人力资源计划的制订	201
一、人力资源计划的主要内容	202
二、人力资源计划制订的基本要求	210
三、人力资源管理工作的组织	210
第三节 人员招聘与甄选	211
一、人员招聘过程	211
二、人员招聘渠道	212
三、人员甄选	214
第四节 绩效考评	215
一、绩效考评的含义	215
二、绩效考评的作用	216
三、绩效考评的内容	216
四、绩效考评的原则	217
五、绩效考评的程序	218
六、绩效考评的方法	218
第五节 员工行为的引导与控制	220
一、如何理解员工行为	220
二、员工行为管理的主要策略	221
案例分析	223
思考题	224
第九章 营销管理	225
第一节 概述	225