

华
章
文
渊

管理学系列

HZ BOOKS
华章教育

管理学原理

Principles of Management

陈传明 周小虎 编著



机械工业出版社
China Machine Press

C93/402

2007

华章文渊
管理学系列

「管理学原理」

陈传明 周小虎 编著



机械工业出版社
China Machine Press

本书作者在长期从事企业理论研究和教学的基础上,借鉴了近年来的管理学研究成果,尤其对决策理论、组织理论、企业战略理论、领导理论、管理变革和创新理论等进行了系统而深入的介绍。本书力求概念准确、语言精练、论述透彻、层次清晰、通俗易懂。同时,每章后面的延伸阅读和本章案例增强了本书的理论性与实践性。本书不仅可作为经济管理类专业的本科生教材,还可以作为 MBA、MPA、管理人员的自学参考书。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

管理学原理 / 陈传明, 周小虎编著. —北京: 机械工业出版社, 2007.7
(华章文渊·管理学系列)
ISBN 978-7-111-21837-1

I. 管… II. ①陈… ②周… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第101961号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)
责任编辑: 吴亚军 版式设计: 刘永青
北京牛山世兴印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行
2007年7月第1版第1次印刷
184mm×260mm·25.5印张
定价: 36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
本社购书热线:(010) 68326294
投稿热线:(010) 88379007

华章文渊
管理学系列

师道文宗
笔墨渊海

文渊阁 位于故宫东华门内文华殿后，是紫禁城中贮藏图书的地方，世界上最大的丛书《四库全书》曾经藏在这里，阁内悬有乾隆御书“汇流澄鉴”四字匾。



陈传明 经济学博士，管理学教授，南京大学管理学院院长，国家精品课程、南京大学文科首席教授课程《管理学》主讲教师。研究方向：企业理论；企业组织理论；企业战略管理。长期从事企业管理基础理论的教学和研究工作，主持国家社会科学基金、省市科研项目多项。曾经获得国家教委优秀青年教师基金、国家级教学成果奖二等奖、江苏省普通高校教学成果奖一等奖、江苏省哲学社会科学优秀成果三等奖等多项奖励。出版了《比较企业制度》等专著，发表了《管理发展新趋势》、《内部人控制的管理学思考》等学术论文。

周小虎 企业管理博士，教授、中国企业管理研究会理事、中国网络与社会资本研究会理事、南京理工大学企业管理系主任。长期从事企业管理的研究、教学、咨询和培训工作，在企业战略、企业组织理论、企业社会网络管理、领导力构建等方面有一定的造诣。主持并参与国家自然科学基金项目、教育部人文社科基金项目等多个国家级项目，出版了《管理学原理》、《企业社会资本与战略管理》等多部著作；在核心期刊《中国工业经济》、《经济管理》、《外国经济与管理》和其他国内外杂志上公开发表论文30多篇。

出版说明

提高自主创新能力，建设创新型国家，是党中央国务院做出的战略部署，是包括科技界、教育界在内全社会的共同目标。高等学校是培养和造就数以千万计专门人才和一大批拔尖创新人才的重要基地，是综合国力的重要组成部分，在支撑经济社会发展、提高自主创新能力、推进创新型国家建设中具有不可替代的重要作用。增强自主创新能力，建设创新型国家，对培养创新人才提出了新的要求，对高等教育提出了新的挑战。教育部明确提出大力推进高校自主创新，进一步提高高等教育质量。

作为教学内容改革成果重要体现形式的教材，则在高校创新人才的培养中扮演着重要角色。“教材是体现教学内容和教学方法的知识载体，是进行教学的具体工具，也是深化教育教学改革、全面推进素质教育、培养创新人才的重要保证。”新世纪的到来，对高等教育来说，不仅是时间上的跨越，更重要的是教育思想、教育观念发生了深刻的变革，而教材正从一个侧面折射出教育思想变革。为体现优秀教材的创新成果，机械工业出版社华章分社推出“华章文渊”教材系列（分经济学系列和管理学系列）。本系列重视教育思想和观念的改革，力求处理好知识、能力和素质三者辩证统一的关系，以素质教育为核心组织教材的内容，实现教材内容和体系的创新。“华章文渊”教材充分体现“授人以鱼不如授人以渔”的终身教育的思想。

奉献给广大读者的“华章文渊”教材系列重在培养学生的创新精神和能力，观点、体系有所创新，既与国际接轨，又具有理论性、实用性、可操作性和创新性等鲜明特色，具有各自的知识创新点和独到之处。同时，优秀教材是知识性和可读性的结合体，将深奥的知识融于浅显易懂的文字中，努力使读者的学习过程变得轻松愉快，也是“华章文渊”的目标。

秉承“国际视野、教育为本、专业出版”的理念，华章始终坚持以内容为先的出版标准。集合优秀教材创新成果的“华章文渊”教材系列正是“深化教育教学改革，全面推进素质教育，培养创新人才”的直接体现，期待有志于此的广大教师加入。

华章经营出版中心

2006年6月

序 言

20年管理学教学之路

我1981年7月从法国留学回国后，被国务院科技干部局分配到中国社会科学院世界经济与政治研究所工作，1982年12月调入南京大学当时的经济系企业管理教研室。自此，在周三多、蒋俊等老教授的指导下开始从事企业管理的教学与研究工作。屈指算来，已有20余年。

20多年来，根据不同阶段工作的需要，我曾经为南京大学企业管理及其相关专业不同层次的学生开设过“管理学”、“国际企业管理”、“管理思想史”、“企业组织理论”、“企业制度研究”、“企业战略管理”、“企业与企业理论”、“企业战略研究”等多门课程。这些课程虽然大多都自成体系，但“管理学”却是其共同的理论基础。

我的教师职业生涯是从讲授管理学开始的。管理学的教学不仅使我逐渐成长为一名基本合格的高等院校企业管理专业教师，而且为我在相关领域的研究提供了一个比较扎实的理论与方法基础。在某种意义上甚至可以说，正是管理学的课程建设促进了我在管理理论研究领域的不断进步。

我们知道，管理学的研究对象是人类的管理活动，管理理论是在总结人们管理实践经验与教训的基础上发展起来的。同时我们也知道，任何社会成员都是处在一定的管理关系中的。不论是管理学的授课对象还是管理学的讲授者，他们都是管理中的人，对管理这个问题都不是非常陌生的，对社会生活中的管理实践都有着不同的感受，从而也会在此基础上有着不同程度的思考。把一个大家都认为比较熟悉的主题研究好、讲好，这可能是件不太容易的事。

在20多年的管理教学与研究实践中，我们在以下几个方面进行了一些努力和尝试：

第一，注重管理学教学的学术性与应用性的结合。

管理学是源自人类自己的管理实践，同时又用来指导人类管理实践的科学，其应用性特征非常明显。管理学的讲授者不仅要熟知管理的一般理论、原则和方法，而且还要熟悉这些原则和方法应用的具体背景条件。只有把管理学的一般知识放在特定组织具体活动进行的背景下去介绍和分析，才能把管理学讲活。因此，管理学的教师必须借助各种形式、通过各种渠道，去接触和了解不同组织的管理实践，以在此基础上用案例或事例来解释或佐证相关的管理理论。

与此同时，管理学的教师也必须认识到，应用性特征越是明显，对讲授者的学术性要求也就越高。把一个每个人可能都会有自己独特感受与认识的问题讲出理论来，讲授者必须具有相当的理论功底。这个理论功底不仅要求讲授者要非常熟悉管理的理论体系，了解

不同管理理论流派的特点及其演进，能够用严密的逻辑与严谨的层次系统地介绍管理的一般理论、原则和方法，而且还要求管理学的教师对管理的本质及其现象进行自己的思考和研究，并把这些研究成果及时地在课堂上与学生一起分享。“管理活动的维持与创新特征”、“企业组织的结构化功能”等便是我们在不同阶段的教学思考的结果，并逐步纳入到教学体系中的。在某种意义上甚至可以认为，学术性是管理教学的生命线。

第二，注重管理教学与管理理论研究的相互支持。

管理教学中体现的学术性必须以管理教师高水平的理论研究为基础。管理学工作者的理论研究与其教学应该是相互支持的。要通过教学促进科研，同时通过科研“反哺”教学。

我们知道，教书是教师的“天职”，教师应该“以教为本”。对大部分高校教师来说，教书可能是终身的职业，我们职业生涯中绝大部分时间的使用应该是与教学有关的。“以教为本”首先意味着教师在任何情况下都不能以任何借口拒绝教学工作的安排。除了教学外，许多高校教师还承担了大量的校内外行政、社会服务等工作。但同时我们应该明白，所有这些工作都是兼职，教书授课才是我们的本业，在任何时间我们都不能“不务正业”。

“以教为本”还意味着我们要认识到，科研是为教学服务的。要从教学中寻找研究课题，通过科研来解决教学中发现的问题，完善课程的理论体系。大家都熟悉的诺贝尔经济学奖获得者科斯关于企业性质的研究，就是源于他在刚走上讲台时发现经济学的现有理论无法解释企业组织存在的社会理由，从而思考并提出了半个多世纪来在经济学及相关学科产生了重大影响的交易成本理论。我是从讲授“管理学”开始在南京大学的教师生涯的。20多年来，我坚持每年为本科生上一个学期的“管理学”课程。长期的教学实践促使我们几乎思考了管理学的每一个基本问题，从而不仅帮助我们形成了比较扎实的管理学的理论基础，而且还使我们在这个过程中发现了许多值得研究的课题。我们主持的国家自然科学基金资助项目“企业战略调整的路径依赖特征及其超越”、教育部博士点基金项目“知识经济条件下企业组织的结构化变革”等课题便是在此基础上申请获得的。从教学中发现的这些课题的研究又反过来促进了教学中所体现的理论水平的提高。

第三，注重用其他学科的知识来丰富管理学的教学和研究。

学术水平的提高，要求管理学工作者不仅要系统地掌握本专业的理论知识，而且还要注意从其他学科汲取营养，丰富和完善自己的知识结构。

管理的本质是协调人的行为。人的行为选择及其调整是一个非常复杂的过程。这个过程要受到许多个人内在或外在因素的影响。这些因素对作为个体或群体的人在组织内部或外部行为选择过程中的影响机制是许多人文或社会学科研究的主题。因此，研究人的行为协调的管理学需要在其他人文社会科学中寻找理论支持。当然，这可能也是人文社科研究领域的共同特征。诺贝尔经济学奖获得者哈耶克（Friedrich Hayek）在芝加哥大学社会科学研究大楼启用25周年纪念大会上的演说中曾经指出：“没有人仅仅作为经济学家也能成为

一名伟大的经济学家——我甚至不禁要说，如果一个经济学家仅仅是经济学家，他即使算不上一个危险人物，也可能是一个令人讨厌的家伙。”^① 经济学家也好，社会学研究者也好，如果只有自己专业的理论与方法而缺乏其他学科必要的理论支持，则其研究视野和研究成果将会受到很大的限制。管理学研究对象的特点决定了它在这个方面的特征尤为明显。正是基于这种认识，我们在教学与研究实践中注意广泛猎取其他学科的知识，以强化在研究中的问题意识，增进学术敏感性，努力提高研究成果的学术质量。前面提到的我们近年来关于“企业组织结构化”、“管理的维持与创新功能”以及“企业家社会资本”等课题的研究都不同程度地运用了社会学、政治学、经济学等学科在 20 世纪 80 年代以后发展的相关理论。

第四，注重从描述人的活动的其他文献材料中获取管理学的知识。

管理理论是对人的管理活动一般规律的总结，对人的管理活动是人类一般集体活动或社会活动的基本特征；只要有人的集体活动，就会有对人的集体活动的管理。当然，只要有对人的集体活动的管理，就会有对人的管理活动的思考，从而便有管理理论和方法产生的基础。管理活动的主体和客体都是人；管理既是对人的管理，也是由人来进行管理。从这个意义上说，凡描述人的活动的文字材料，不论作者是否意识到，其中都可能对管理的思考，只要我们用心去读、去体会，都可能从中得到一些管理的启示。

根据这种认识，我们在教学中鼓励学生不仅要从严肃的管理学教材或学术专著中寻找管理的理论真谛，而且还要从描述人的活动的其他文献材料中寻求对管理学的理论观点的实践支持。描述人的活动的文字材料最常见的形式可能是小说、传记这类文学作品。通过对这类作品的轻松阅读和关联思考，不仅可以丰富学生的管理知识，提高学生运用相关知识分析问题和处理问题的能力，而且还可以增进学生学习管理学的兴趣。

南京大学于 1997 年开始将“管理学”列为文科首席教授课程之一，我是这门课的主讲教师，授课对象是文科和社会科学相关专业一年级的学生。对这些没有任何社会实践经验的学生来讲，管理实在不是一件易事。为了推动学生们运用刚刚接触的管理知识去分析社会活动中的管理现象，我通常在学期中布置一篇作业，要求他们以“我身边的管理问题”为题写一篇小论文。探讨的主题可以是自己经历过的管理问题，也可以是自己感受到或关注的某个管理现象。学生们探讨的主题非常丰富，如“学生会的组织架构设计”、“改进南京大学学生食堂管理的思考”、“我父亲的管理风格”、“巴顿将军的领导艺术”等。其中精彩者常被请上台来演讲。2000 级新闻系几位女同学的演讲曾给大家留下了非常深刻的印象，这几位同学以“金庸武侠小说爱好者协会”的名义写了一篇题为“论金庸武侠小说中武林各教派的管理问题”的论文，讨论了“五岳剑派”、“日月神教”以及“天地会”等武林帮会的“组织模式”和“组织文化”，分析了陈近南、任我行、左冷禅、张无忌等金庸笔下武林中领袖人物的“领导艺术”。毫无疑问，金庸在写这些小说时可能没有有意识地揉进管理学的理论

^① 弗里德里希·冯·哈耶克. 经济、科学与政治——哈耶克论文演讲集[G]. 冯克利, 译. 1 版. 南京: 江苏人民出版社, 2003: 448.

知识，甚至可能不知道相关的管理理论，但透过金庸对武林人物及其活动妙笔生花的描述，我们确实可以从中得到一些管理的启示，并从中抽象出一些相通的管理结论。这些作业的写作和介绍使同学们感叹，“哦，管理学还可以这样学”，从而不仅加深了学生对相关知识的理解和掌握，而且还极大地激发了学生们学习管理学的热情。

通过我和我的同事们在以上几个方面多年来的持续努力，我们的课程体系不断完善，教学方法不断改进，教学效果也因此而不断提高。我们讲授的“管理学”1997年被列为南京大学文科首席教授课程，2005年被列为国家级精品课程来建设。当然，我们也知道，课程建设还有许多工作要做，我和我们团队的所有老师会更加勤奋地工作，努力不辱使命。

陈传明

2007年1月于南京大学

目 录

序言 20 年管理学教学之路

第一篇 导 论

第一章 组织与管理

第一节 组织要素及其整合	2
一、组织及其要素	2
二、组织要素的整合	3
三、企业：一种特殊的社会经济组织	4
第二节 管理的内容、特征和原则	7
一、管理的概念及其特征	7
二、管理的内容	7
三、管理的原则	9
第三节 管理的科学化与方法论	11
一、管理科学化	11
二、管理的科学性与管理实践的艺术性	12
三、管理学的方法论基础	14
四、系统的观点及其启示	16
本章回顾	19
本章案例 挥大锤的企业家	19

第二章 早期管理思想

第一节 中国古代管理思想	21
一、顺道	21
二、重人	22
三、求和	22
四、法治	22
五、守信	23
六、预谋	23

第二节 西方工厂制度初期的管理思想

及实践 24

一、小詹姆斯·瓦特与马修·鲁宾逊·博尔顿	24
二、罗伯特·欧文	24
三、亚当·斯密	25
四、查理斯·巴贝奇	25

第三节 古典管理理论

一、泰勒的科学管理理论	26
二、法约尔的一般管理理论	29
三、韦伯的组织理论	33

本章回顾 35

本章案例 戴尔的成本节省之道 36

第三章 现代管理理论

第一节 行为科学的产生

一、照明实验	38
二、梅奥与继电器实验	39
三、访谈计划	41
四、绕线实验与非正式组织	41
五、梅奥的结论与人际关系学说	41
六、从人际关系学说行为科学	42

第二节 现代管理流派

一、社会系统学派	44
二、决策理论学派	46
三、经验主义学派	47
四、权变理论学派	48
五、管理科学学派	48
六、新组织理论	49

第三节 管理发展的新趋势

一、从管理科学到管理艺术	51
二、从硬管理到软管理	52

三、从“手段人”到“目的人”	52	第三节 内部环境研究	95
四、从强调个人之间的竞争到重视组织成员之间的协作	54	一、内部物质环境研究	95
五、从集中(集权)到分散(分权) ...	54	二、内部文化环境研究	97
六、从强调理性到重视直觉	56	第四节 环境研究的程序和方法	99
七、从外延式管理到内涵式管理	56	一、环境研究的程序	99
八、回归基础管理	57	二、环境调查	100
本章回顾	58	三、环境预测	102
本章案例 松下幸之助的育人之道	59	本章回顾	104
		本章案例 美国西南航空公司“以人为先”的经营管理	105

第四章 管理伦理与组织社会资本

第一节 管理活动中的道德逻辑	62
一、管理与伦理的关系	62
二、组织的伦理问题与道德判断	64
三、企业道德判断的原则方法	65
四、组织道德的管理	66
第二节 企业的社会责任与利益相关者	68
一、企业的社会责任	68
二、企业的利益相关者及其管理	70
第三节 组织的社会网络与社会资本 ...	73
一、组织社会资本与组织社会负债	73
二、社会资本对组织绩效的影响	76
三、管理组织社会网络	77
本章回顾	78
本章案例 安达信危机	80

第二篇 计 划

第五章 环境研究

第一节 环境动态性与研究意义	86
一、外部环境研究的必要性	86
二、内部环境研究的意义	87
三、环境研究的作用	88
第二节 外部环境研究	88
一、外部一般环境	88
二、外部特殊环境	90
三、新时代的环境挑战	94

第六章 决策理论

第一节 决策的类型与特点	109
一、决策的概念与类型	109
二、决策的特点	111
第二节 决策过程与影响因素	112
一、决策过程	112
二、决策的影响因素	114
第三节 决策方法	116
一、确定活动方向的分析方法	116
二、选择活动方案的评价方法	118
第四节 有限理性及其超越	121
一、决策的合理性要求	121
二、决策者的理性限制	122
三、理性限制的克服	122
本章回顾	124
本章案例 一个关于华为的销售故事	124

第七章 计划与战略管理

第一节 计划的类型、作用和编制过程	129
一、计划与决策	129
二、计划的类型	130
三、计划的作用	130
四、计划编制的程序	131
五、计划编制的方法	132
第二节 组织战略管理	133
一、组织战略的构建	134

二、业务层面战略	135
三、公司层面战略	137
第三节 计划的执行与动态管理	139
一、目标管理	139
二、滚动计划	140
本章回顾	140
本章案例 联想是如何决定收购 IBM	
PC 的	141

第三篇 组 织

第八章 组织设计

第一节 管理幅度与管理层次	146
一、个人活动与集体活动	146
二、管理幅度、管理层次与组织结构的基本形态	146
三、影响管理幅度的因素	147
第二节 组织设计的任务、依据与原则	148
一、组织设计的任务	148
二、组织设计的依据	150
三、组织设计的原则	151
第三节 横向组织设计	153
一、职能部门化	153
二、产品部门化	154
三、区域部门化	155
四、综合标准与矩阵组织	155
第四节 纵向组织设计	156
一、权力的性质与特征	156
二、集权与分权的相对性	157
三、组织中的集权倾向	157
四、分权及其实现途径	158
本章回顾	160
本章案例 通用电气公司的组织管理	161

第九章 人员配备

第一节 人员配备的任务和原则	164
----------------------	-----

一、人员配备的任务	164
二、人员配备的工作内容和程序	165
三、人员配备的原则	166
第二节 人员选聘	166
一、管理人员需要量的确定	166
二、管理人员的来源	166
三、管理人员选聘的标准	168
四、管理人员的选聘程序与方法	169
第三节 人事考评	171
一、人事考评的目的和作用	171
二、人事考评的内容	172
三、人事考评的工作程序与方法	174
第四节 人员培训	175
一、培训与管理队伍的稳定	175
二、管理人员培训的具体目标	175
三、管理人员的培训方法	176
本章回顾	177
本章案例 TCL 王牌公司的人力资源	
管理	178

第十章 组织力量的整合

第一节 正式组织与非正式组织	182
一、正式组织的活动与非正式组织的产生	182
二、非正式组织的影响	183
三、有效利用非正式组织	184
第二节 直线与参谋	184
一、直线、参谋及其相互关系	185
二、直线与参谋的矛盾	186
三、正确发挥参谋的作用	187
第三节 委员会	188
一、运用委员会的理由	188
二、委员会的局限性	190
三、提高委员会的工作效率	190
本章回顾	192
本章案例 比特丽公司的分权管理	193

第四篇 领导

第十一章 领导与权力

第一节 权力的本质	196
一、权力与领导的关系	196
二、领导权力的构成	198
三、正确对待权力	199
第二节 领导特质与行为理论	200
一、领导特质理论	200
二、领导行为理论	201
第三节 权变领导理论	203
一、费德勒模型	203
二、情境理论	205
三、路径—目标理论	205
四、领导者—参与模型	206
第四节 组织学习与变革领导理论	210
一、领袖魅力式领导	210
二、变革型领导与交易型领导	211
三、高层领导团队理论	212
本章回顾	214
本章案例 阿里巴巴的精神控制技术—— 马云打造职场乌托邦	215

第十二章 激励理论

第一节 激励的原理	218
一、动机与激励	218
二、激励假设	219
第二节 内容激励理论	220
一、需要层次理论	220
二、双因素理论	221
三、ERG 理论	223
四、麦克利兰理论	223
第三节 过程激励理论	224
一、期望理论	224

二、公平理论	225
三、强化理论	227
四、心理契约理论	228
五、波特—劳勒综合激励模型	229
第四节 管理实践中的激励问题	230
一、目标激励	230
二、员工参与计划	230
三、工作设计和工作满意度	230
四、员工持股计划与股票期权制	231
五、薪酬管理的发展	231
六、团队管理与员工激励	232
本章回顾	233
本章案例 安利的人性化激励制度	234

第十三章 沟通理论

第一节 沟通的原理和策略	236
一、沟通的重要性	236
二、沟通过程	237
三、沟通网络	237
四、沟通方式	238
五、沟通策略	239
第二节 人际沟通	239
一、人际沟通的障碍	240
二、改进人际沟通的技能	241
第三节 组织沟通	242
一、组织内沟通的形式	242
二、组织沟通的障碍	243
三、组织间的沟通	244
四、提高组织沟通的效率	245
第四节 冲突管理	246
一、冲突与冲突的类型	246
二、冲突形成的原因	247
三、冲突观念的变迁	247
四、管理冲突	248
五、通过谈判解决冲突	249
本章回顾	250
本章案例 戴尔的邮件门	251

第五篇 控制

第十四章 控制活动

第一节 控制原理	254
一、管理控制的含义	254
二、管理控制的目标和特点	255
三、管理控制的基本类型	256
四、管理控制的要素	256
第二节 有效管理控制	257
一、确定绩效控制标准	257
二、衡量实际工作	258
三、鉴定偏差和矫正措施	259
四、管理控制的艺术	260
第三节 管理者的控制	262
一、管理者的监控问题	262
二、公司治理结构与基本模式	263
三、管理者监控的有效途径	265
第四节 组织间的控制	266
一、组织间的合作形式	266
二、组织合作的价值	267
三、组织合作的成本	268
本章回顾	269
本章案例 星巴克成功的秘密	270

第十五章 运营、质量与信息技术

第一节 信息技术与控制	274
一、信息技术与信息化的发展	274
二、信息技术条件下控制系统的变化	276
第二节 现代控制的信息技术方法	278
一、电子数据处理系统	278
二、管理信息系统	279
三、决策支持系统	280
四、经理信息系统	281
第三节 基于信息技术的柔性作业系统	282

一、作业控制方式的发展	282
二、准时制生产方式	283
三、制造资源计划	284
四、企业资源计划	285
五、计算机集成制造系统	286
第四节 质量控制	288
一、质量与质量管理	288
二、全面质量管理	290
三、六西格玛管理	293
本章回顾	295
本章案例 丰田汽车公司是怎样起飞的	296

第十六章 控制方法与危机控制

第一节 官僚控制的方法	299
一、预算控制	299
二、财务控制	301
三、审计控制	302
第二节 市场控制与团体控制	303
一、市场控制	303
二、团体控制	305
三、控制模式的选择	306
第三节 危机管理与控制	306
一、危机及其特征	306
二、危机的缩减	308
三、预警系统	309
四、危机反应与恢复管理	310
本章回顾	311
本章案例 巴林银行的倒闭	312

第六篇 创新

第十七章 管理的创新职能

第一节 创新职能与创新管理	318
一、作为管理基本职能的创新	318
二、创新管理与维持管理的关系	320
三、创新的类别与特征	322

第二节 创新的基本内容	323
一、战略创新	323
二、技术创新	324
三、组织创新	326
四、环境创新	327
第三节 创新管理与领导	327
一、变革与创新的过程	328
二、领导变革与创新	330
三、创新管理的技能	331
第四节 工作流程的再造	332
一、工作流程的特性和功能	332
二、流程再造的基本观念	334
三、流程再造的基本途径	335
本章回顾	336
本章案例 收购废纸怎么成为首富	337

第十八章 技术创新

第一节 技术创新及其管理	342
一、技术创新及其贡献	342
二、技术创新过程的管理	343
三、技术创新并非易事	344
第二节 技术创新的动力	345
一、意外的成功或失败	345
二、企业内外的不协调	346
三、过程改进的需要	347
四、行业和市场结构的变化	347
五、人口结构的变化	348
六、观念的改变	349
七、新知识的产生	349
第三节 技术创新的战略决策	350
一、创新基础的选择	350
二、创新对象的选择	350
三、创新水平的选择	351
四、创新方式的选择	352
第四节 主导设计与标准战略	353
一、技术的演化	353
二、主导技术与“赢者通吃”	355
三、标准战略与选择	356
本章回顾	357

本章案例 铱星为什么陨落	358
--------------------	-----

第十九章 组织创新

第一节 企业组织与知识经济特征	360
一、企业组织结构	360
二、知识经济特征	362
第二节 企业制度创新	363
一、工业社会的企业制度结构特征及其成因	363
二、知识经济条件下的企业制度创新	363
第三节 企业层级结构创新	365
一、工业社会的企业层级结构及其特征	365
二、知识经济与企业层级结构的改造	366
第四节 企业文化创新	367
一、工业社会中企业文化的功能与特点	367
二、知识经济与企业文化创新	368
本章回顾	369
本章案例 英特尔公司的创新文化	370

第二十章 组织学习与知识创新

第一节 竞争优势与组织知识	373
一、竞争优势与隔绝机制	373
二、企业知识与竞争优势	375
第二节 组织学习与知识创新	377
一、组织学习及其组织修炼	377
二、知识创新的模式与创新环境	380
三、组织创新过程的五个阶段	381
第三节 企业战略创新的路径依赖与超越	382
一、企业战略创新的影响因素	382
二、企业战略创新影响因素的路径依赖特征	384
三、超越路径依赖	386
本章回顾	389
本章案例 纽约市警察局的创新管理	390

第一篇 导 论

眼管已感度 第一章

管理其及要因 第一章

- ▶ 第一章 组织与管理
- ▶ 第二章 早期管理思想
- ▶ 第三章 现代管理理论
- ▶ 第四章 管理伦理与组织社会资本