



21st CENTURY

实用规划教材

21世纪全国应用型本科财经管理
系列实用规划教材

通用管理知识概论

主 编 王丽平 索玉华



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

廿一世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

通用管理知识概论

主 编	王丽平	索玉华
参 编	潘永明	李 彤
	杨 强	罗耀霞



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

内 容 简 介

本书注重以学生掌握基本概念为主。全书总共有 15 章内容,每一章的第一节首先给出本章内容的基本知识框架和基本概念的介绍,让学生对本章所要掌握的基本知识体系和基本知识点一目了然。本书每一章内容都给出了紧密联系现代企业实际、通俗易懂的案例,每一章的最后还给出了一个综合的应用案例分析,使理论知识和实际案例相互对应,有助于学生对理论知识的掌握和理解,促进学生思维能力和分析、判断能力的培养;有助于学生学习兴趣的培养和学生学习自主性的提高。

本书既可作为高等院校本科生教材,也可作为相关工作人员自学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

通用管理知识概论/王丽平,索玉华主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社,2007.9

(21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-4997-8

I. 通… II. ①王… ②索… III. 管理学—高等学校—教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 154198 号

书 名: 通用管理知识概论

著作责任者: 王丽平 索玉华 主编

策 划 编 辑: 李 虎

责 任 编 辑: 刘 丽 郑铁志

标 准 书 号: ISBN 978-7-5038-4997-8

出 版 者: 中国林业出版社(地址: 北京市西城区德内大街刘海胡同 7 号 邮编: 100009)

<http://www.cfph.com.cn> E-mail: cfphz@public.bta.net.cn

电话: 编辑部 66170109 营销中心 66187711

北京大学出版社(地址: 北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

<http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社 中国林业出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×960 毫米 16 开本 25.75 印张 500 千字

2007 年 9 月第 1 版 2007 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珩

顾问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徵

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

王仁祥

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学 6 个二级学科门类和 22 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点 1518 个，管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新。特别是要搞好有高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案，以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

(1) 关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识，着眼于增强教学内容的联系实际和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程，并把握相关课程之间的关系，整个系列从书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材，融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践

经验,用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成,在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上,形成编写大纲。最终融合了各地特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求,财管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写,将是我国拥有较高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国大学经济管理类学科专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 刘诗白教授现任西南财经大学名誉校长、博士生导师,四川省社会科学联合会主席,《经济学家》杂志主编,全国高等财经院校资本论研究会会长,学术团体“新知研究院”院长。

序

2005年寒假，时任天津理工大学校长的李军教授给我打电话，询问能否在天津理工大学除管理学院外的全部本科生中开设《通用管理知识概论》课程。我想，这需要考虑两个问题：第一是有没有必要对工科学生进行管理能力的训练；第二是管理学院有没有能力给全校学生开设《通用管理知识概论》课程。经过思考，我答复了李军教授，对这两个问题作了肯定的回答。

第一个问题其实还包括一个深层次的问题，即管理能力是否可以培养的问题，历来在中国高等教育中存在争议，甚至2006年的“两会”期间还有高层领导和大牌科学家质疑：现在的大学生连自己都管不好，他们能学什么管理，怎么能指望他们去管理现代化的企业？这是一个伪问题，因为一个人的素质和管理职业的基本能力是分开的，素质有先天和长期潜移默化被环境影响的痕迹，而管理职业要求的基本能力却是可训练和可培养的。王丽平副教授主编的这本《通用管理知识概论》就回答了这个问题。联想到1988年时任国务院副总理兼任国家教委主任的李鹏先生，曾在考察云南鲁布革水电站日本大成公司施工现场后，发明传电报给各直属院校，明确指出：与日本施工企业的现场人员比，中国水电施工企业技术人员的技术素质不比日本技术人员差，但其经济与管理意识却差距很大，以至于表现在施工管理水平上造成很大落差，并明确要求各直属高校在其工科专业的培养方案中增加工程经济与管理能力的训练课程。我当时在天津大学技术经济与系统工程系工作，曾参与设计了在高校开设管理概论及技术经济概论课程的培养方案与管理工作，取得了有益经验并在学生中收到较好的效果。

在管理能力培养方式上历来有两种流派，即案例学派和理论学派。这两派的实践者在教材选用和教学方法上都有较大的差别。理论教学学派强调向学生灌输一般的管理原则以期学生遇到问题时能在理论指导下提出解决方案，而案例学派则向学生灌输大量企业管理的实际案例以期学生在遇到实际问题可举一反三提出解决方案。两派理论的实践者争论激烈，互不相让。但是在局外人眼里，学生初学管理时两种流派确有差异，但到学生走到管理岗位后，这两种流派的方法却是殊途同归。即无论是从个别到一般还是从一般到个别，都能提出符合实际的问题解决方案，无法证明孰优孰劣。然而在学习效率上理论教学学派却受到了案例教学学派的强劲挑战，因为学生欢迎案例教学。中国的商学院大多采用理论教学法，因为中国的大学认为理论使学生更有后劲。王丽平副教授主编的这部《通用管理



知识概论》别出心裁地把理论教学学派和案例教学学派融合起来，以理论导出案例，以案例说明理论，是管理教学方法上的创新。

至于第二个问题，向学生开设这门课要求教师是管理理论的通才，即要求面面俱到。中国大学管理学院的教师虽然很敬业，但所学专业繁杂，大多数教师并未系统接受管理理论的训练。现在要接受一个系统的通用管理能力的概念框架，可能会有一些困难，但大家有一个共识：管理学院的教师首先要懂管理，然后才能了解本人的专业在管理能力体系中的位置，从而在教学中把握重点，合理分配教学资料，有利于学生成才。所以第二个问题的答案也是肯定的。

李校长得到我们肯定的回答后，遂在随后主持的各专业培养计划的调整中安排了《通用管理知识概论》课程。在 2006 年底全国高校教学水平合格评估中受到评估专家组的好评。

这本教材就是在这样一个背景下，由我院主管教学的副院长王丽平副教授主编的。她是一个负责的、有事业心的教师，在其专攻的人力资源管理领域有较深的造诣和丰硕的研究成果，其率领的精英教学团队均为学有所长的青年才俊，他们精心编排教学材料，反复讨论体例和内容，表现出高度的责任心和使命感。我看过稿子后深信，不仅能满足教学需要，还能为在职人员自我训练提供指导和帮助。我总在想上有李军教授这样的有见识的学长支持，下有王丽平副教授这样的精英团队实干，开设《通用管理知识概论》课程所预设的培养目标一定能够实现。

天津理工大学管理学院院长、经济学博士
教育部管理科学与工程类学科教学指导委员会委员
国家教学名师

尹贻林

2007 年 8 月



前 言

(一)

我国加入世界贸易组织(WTO)之后,正逐步融入世界经济发展的总体循环之中。我国在世界工业布局中的作用将随着世界产业结构和分布的调整逐步显现出来,大量的制造业正在向我国转移,推动了我国工业化发展的步伐。而在实现工业化的进程中,现代新型的工业化向高等工程教育提出了培养工程人才的更新、更高的要求。

要求工程人才在经济全球化背景下,能运用综合的科学理论和技术手段在“大工程”的环境中从事具体的实践活动。在这种“大工程”环境中,工程问题已不单纯是工程技术问题,它还涉及社会、经济、环境,甚至影响到人类生存方面的问题,显然,通识型人才要比掌握专精学术的专业型人才更能适应现代工程问题对工程实践活动系统性的需求。为此,从事具体实践活动的现代工程人才,不仅要懂得科学、技术和工程,还必须懂得有关经济、管理、法律、人文、社会、环境、工业、生态等方面的知识。因此,培养和造就大量高素质、复合型的工程人才是我国高等工程教育的一项重要的战略任务。

为落实我国高等工程教育人才培养战略,许多院校将《通用管理知识概论》作为一门必修的公共基础课,纳入工程类本科生的培养计划,以培养工程类学生的通用管理能力。

(二)

劳动和社会保障部职业技能鉴定中心于2002年首次推出《通用管理能力》认证体系,并提出,通用管理能力(General Management Performance, GMP)是超越于某个具体职业与行业特定知识和技能的,一切管理者应当共同具备的,最重要、最基本的管理知识和管理技能。根据现代企业和工程实践对现代工程师管理能力素养的要求,我们在深入相关行业和企业进行调研和论证的基础上,对工程类本科生所应具有的最重要、最基本的管理知识、管理技能和管理素养进行分析归类,构建出《通用管理知识概论》教材的框架体系。

《通用管理知识概论》教材的框架体系包括三个部分。第一部分是管理基本知识篇;第二部分是管理基本技能篇;第三部分是管理基本素养篇。管理基本知识篇包括战略管理、组织管理、运营管理、市场营销、人力资源管理、财务管理、质量管理和安全管理这8章内容,主要是使学生了解企业或组织的基本管理活动,掌握各种基本的管理知识、管理方法和经营技术,以启发思维,提升学生的管理意识和管理理念;管理基本技能篇包括领导行为、人际沟通、团队管理、情绪管理和职业生涯管理这5章内容,主要是使学生掌握职场中管理者所应具备的基本管理技能,旨在提升学生的团队管理能力、人际沟通能力和自我管理的能力;管理基本素养篇包括职业伦理和企业伦理两章内容,主要是帮助学生树立正确的价值观、人生观和职业观,提高学生的敬业精神、职业道德和社会责任感。

(三)

本书的特色体现在如下几个方面。

1. 定位于通用管理知识的入门教材, 强调通用性和基础性

本书在内容选择上, 不同于当前较多院校使用的《企业管理概论》教材, 《企业管理概论》仅介绍了企业的基本经营管理活动, 即相当于本教材的第一部分, 而缺乏对企业发展和个人发展都有非常重要作用和意义的管理技能和管理素养的介绍, 它不利于对工程人才通用管理能力或素质的全面培养, 这也正是本教材编写的目的之一, 即注重通用性。

本教材在内容编写上, 注重以学生掌握基本概念为主。全书总共有 15 章内容, 每一章的第一节都首先给出本章内容的基本知识框架和基本概念的介绍, 让学生对本章所要掌握的基本知识体系和基本知识点一目了然。

2. 注重通用管理能力的培养, 强调应用性

本书每一章内容都给出了紧密联系现代企业实际、通俗易懂的案例, 每一章的最后还给出了一个综合的应用案例分析, 使理论知识和实际案例相互对应, 有助于学生对理论知识的掌握和理解, 有助于学生思维能力和分析、判断能力的培养; 有助于学生学习兴趣的培养和学生学习自主性的提高。

(四)

本书由天津理工大学部分老师编写完成, 王丽平、索玉华任主编。王丽平负责总体知识框架和编写框架的设计, 以及最后审稿、定稿工作, 索玉华负责教材编写的组织协调工作。具体写作分工是: 王丽平编写第 1 章、第 7 章、第 8 章、第 9 章、第 10 章、第 11 章和 13 章; 索玉华编写第 12 章、第 14 章、第 15 章; 潘永明编写第 2 章、第 5 章; 李彤编写第 3 章; 杨强编写第 4 章; 罗耀霞编写第 6 章。管理学院的高廷勇老师、陈力杰老师和教务处石娟老师以及管理学院企业管理研究生雷健、王婷婷、刘卿、李茂胜等同学也参与到本书的部分写作过程中, 提供大量的资料, 付出了很多劳动, 在此向他们表示诚挚的感谢! 同时, 本书引用了大量的文献资料, 难予一一致谢, 在此一并对有关作者表示衷心的感谢!

本书的编写是一个开创性的、有益的尝试, 它对培养学生或在职人员的通用管理能力及职业发展后劲具有极其重要的意义。它可以作为高等院校专科、本科、研究生等非管理类学生的管理基础课教材, 也可作为国家机关、企事业单位的培训教材, 还可供各类管理人员参考阅读。

由于作者学识和经验所限, 虽编写过程数次易稿, 但书中仍难免有不足之处, 恳请读者、同行批评、指正。

编 者

2007 年 8 月



目 录

第 1 篇 管理基本知识

第 1 章 战略管理..... 1

- 1.1 战略管理概述..... 2
 - 1.1.1 战略管理的基本知识框架..... 2
 - 1.1.2 战略管理的基本概念..... 3
 - 1.1.3 企业战略的层次..... 4
- 1.2 战略分析..... 4
- 1.3 战略选择..... 8
 - 1.3.1 组织目标..... 8
 - 1.3.2 战略架构..... 9
- 1.4 战略实施..... 16
 - 1.4.1 战略实施过程..... 17
 - 1.4.2 战略评价方法..... 18
 - 1.4.3 战略实施的基本原则..... 19
- 1.5 战略控制..... 21
 - 1.5.1 战略控制的基本特征..... 21
 - 1.5.2 战略控制的方式..... 22
- 习题..... 25

第 2 章 组织管理..... 26

- 2.1 组织管理概述..... 27
 - 2.1.1 组织管理的基本知识框架..... 27
 - 2.1.2 组织管理的基本概念..... 28
- 2.2 组织设计..... 29
 - 2.2.1 组织设计的任务..... 29
 - 2.2.2 组织设计的原则..... 30
 - 2.2.3 影响组织设计的主要因素..... 31
 - 2.2.4 组织设计的步骤..... 33
- 2.3 组织结构形式..... 34
 - 2.3.1 直线职能结构..... 34
 - 2.3.2 事业部结构..... 35

- 2.3.3 模拟分权结构..... 36
- 2.3.4 矩阵结构..... 37
- 2.3.5 网络型结构..... 38
- 2.3.6 两个典型的组织单元..... 39
- 2.4 组织权力..... 39
 - 2.4.1 职权..... 39
 - 2.4.2 权力..... 40
 - 2.4.3 集权与分权..... 41
 - 2.4.4 组织授权..... 41
- 2.5 组织变革..... 42
 - 2.5.1 组织变革概述..... 42
 - 2.5.2 组织变革的原因..... 43
 - 2.5.3 组织变革的实施..... 43
 - 2.5.4 组织变革的方式..... 44
 - 2.5.5 组织变革的阻力..... 45
 - 2.5.6 学习型组织..... 47
- 2.6 组织文化..... 48
 - 2.6.1 组织文化的概念和特征..... 48
 - 2.6.2 组织文化的结构..... 49
 - 2.6.3 组织文化的功能..... 49
 - 2.6.4 组织文化的建设..... 50
- 习题..... 54

第 3 章 运营管理..... 55

- 3.1 运营管理概述..... 56
 - 3.1.1 运营管理的基本知识框架..... 56
 - 3.1.2 运营管理的基本概念..... 57
 - 3.1.3 运营管理的作用和意义..... 59
- 3.2 产品开发与设计..... 60
 - 3.2.1 产品设计..... 60
 - 3.2.2 并行工程——产品开发组织的新方法..... 61



3.3 运营计划.....	63	4.6.1 零售商竞争力的提升	102
3.3.1 三种主要的生产运营计划	63	4.6.2 注重销售人员的培训	103
3.3.2 综合计划的制订	64	4.6.3 客户关系管理	104
3.3.3 主生产计划的制订	66	4.7 促销策略	104
3.3.4 物料需求计划(MRP).....	68	4.7.1 人员推销策略	104
3.4 制造资源计划(MRP II)和企业资源 计划(ERP).....	70	4.7.2 广告策略	106
3.4.1 制造资源计划(MRP II).....	70	4.7.3 公共关系策略	108
3.4.2 企业资源计划(ERP).....	72	4.7.4 营业推广策略	109
3.4.3 ERP 同 MRP II 的主要区别	74	习题	111
3.5 过程控制.....	75	第 5 章 人力资源管理	112
3.5.1 准时生产(JIT)方式	76	5.1 人力资源管理概论	113
3.5.2 精益生产方式	79	5.1.1 人力资源管理的基本知识 框架	113
习题	83	5.1.2 人力资源管理的基本概念	114
第 4 章 市场营销	84	5.2 人力资源规划	115
4.1 市场营销概述	85	5.2.1 人力资源规划的含义	116
4.1.1 市场营销的基本知识框架	85	5.2.2 人力资源规划的内容	116
4.1.2 市场营销的基本概念	86	5.2.3 人力资源规划制订与实施 程序	118
4.1.3 市场营销观念的发展	87	5.3 工作分析	118
4.1.4 市场营销理论	88	5.3.1 工作分析的概念和作用	118
4.2 市场营销环境分析	89	5.3.2 工作分析的主要内容	120
4.2.1 市场营销环境的含义	89	5.3.3 工作分析的程序	120
4.2.2 市场营销环境的分类	90	5.3.4 工作分析的基本方法	121
4.3 营销 STP	91	5.4 员工招聘	123
4.3.1 市场细分	91	5.4.1 员工招聘的含义与意义	123
4.3.2 目标市场选择	92	5.4.2 员工招聘的程序	124
4.3.3 市场定位	92	5.4.3 员工招聘的方法	125
4.4 产品策略	93	5.5 员工培训	126
4.4.1 整体产品策略	94	5.5.1 员工培训的含义与目的	126
4.4.2 产品生命周期策略	95	5.5.2 员工培训的方法	127
4.4.3 产品组合优化策略	98	5.6 绩效考评	128
4.5 定价策略	99	5.6.1 绩效考评的含义及意义	128
4.5.1 指导企业定价的基本理论	99	5.6.2 绩效考评的内容	129
4.5.2 定价策略	101	5.6.3 绩效考评的程序	130
4.6 渠道策略	102		

5.6.4 绩效考评的方法	131	6.6.2 财务分析的步骤	164
5.7 薪酬设计	132	6.6.3 财务报表资料	165
5.7.1 薪酬概述	132	6.6.4 财务分析的内容	167
5.7.2 薪酬设计的原则	134	习题	172
5.7.3 薪酬体系设计的基本流程	134	第 7 章 质量管理	173
5.8 劳动关系	136	7.1 质量管理概述	174
5.8.1 劳动关系的含义与内容	136	7.1.1 质量管理的基本知识框架	174
5.8.2 劳动合同	136	7.1.2 质量管理的基本概念	175
5.8.3 劳动争议处理	138	7.1.3 质量管理的发展过程	177
习题	141	7.2 全面质量管理模式	180
第 6 章 财务管理	142	7.2.1 戴明博士质量理论—— PDCA 循环法	180
6.1 财务管理概述	143	7.2.2 约瑟夫·朱兰质量理论	182
6.1.1 财务管理的基本知识框架	143	7.3 质量管理体系与认证	184
6.1.2 财务管理的基本概念	144	7.3.1 质量管理体系	184
6.1.3 财务管理目标	145	7.3.2 ISO 9000 是国际上通用的 质量管理体系	185
6.1.4 财务管理环节	146	7.3.3 质量管理体系认证	187
6.1.5 企业财务管理机构	148	7.4 质量控制的方法	188
6.2 融资管理	149	7.4.1 调查表	188
6.2.1 企业融资的动因	149	7.4.2 排列图	189
6.2.2 企业融资的类型	149	7.4.3 因果图	190
6.2.3 企业融资决策分析	150	7.4.4 分层法	191
6.3 投资管理	152	7.4.5 直方图	191
6.3.1 企业投资的意义与投资管理 的基本原则	152	7.4.6 散布图	192
6.3.2 固定资产投资	153	7.4.7 控制图	192
6.3.3 对外长期投资	155	7.5 质量管理的系统化方法	193
6.3.4 营运资金管理	156	7.5.1 六西格玛管理	193
6.4 成本和费用管理	157	7.5.2 标杆管理分析法	195
6.4.1 成本费用概念、分类及作用	157	习题	198
6.4.2 成本费用控制	159	第 8 章 安全管理	199
6.5 利润及利润分配管理	162	8.1 安全管理概述	200
6.5.1 利润的形成	162	8.1.1 安全管理的基本知识框架	200
6.5.2 利润分配	162	8.1.2 安全管理的基本概念	201
6.6 财务分析	163		
6.6.1 财务分析的目的	163		





8.1.3	企业安全文化的建设	203
8.1.4	安全管理的发展与实践历程	204
8.2	企业安全管理过程	206
8.2.1	安全管理过程的基本框架	206
8.2.2	安全管理决策	206
8.2.3	安全管理计划	206
8.2.4	安全管理实施	207
8.2.5	安全管理监督	207
8.3	安全目标管理	208
8.3.1	安全目标管理概述	208
8.3.2	安全目标管理的制订	209
8.3.3	安全目标管理的实施	209
8.3.4	安全目标成果的考评	210
8.4	安全信息管理	211
8.4.1	安全信息管理概述	211
8.4.2	计算机在安全管理信息 系统中的应用	212
8.5	事故管理	213
8.5.1	事故预测与预防原理	214
8.5.2	伤亡事故的调查处理	214
8.5.3	事故抢救与事故处理工作	215
8.6	职业安全	216
8.6.1	健康、安全与环境(HSE) 管理体系	216
8.6.2	职业安全卫生管理体系	218
习题		222

第2篇 管理基本技能

第9章	领导行为	223
9.1	领导行为概论	224
9.1.1	领导行为的基本知识框架	224
9.1.2	领导行为的基本概念	224
9.1.3	领导的特点	226
9.1.4	领导的影响力	227
9.1.5	成功的领导者	228
9.2	领导素质	229
9.2.1	领导者素质的含义	229

9.2.2	领导者的素质结构	229
9.2.3	提高领导者素质的途径	229
9.2.4	领导者的素质评价	230
9.3	领导行为模式	231
9.3.1	领导行为理论	231
9.3.2	领导行为模式理论	231
9.4	领导方法	235
9.4.1	领导方法的特征	236
9.4.2	领导的基本方法	237
9.5	领导艺术	238
9.5.1	决策的艺术	238
9.5.2	授权的艺术	239
9.5.3	激励的艺术	240
9.5.4	选才用人的艺术	241
9.5.5	处理日常事务的艺术	242
9.5.6	指挥与协调的艺术	243
9.6	领导效能	244
9.6.1	领导效能的定义及特点	244
9.6.2	领导效能的考评	245
9.6.3	领导效能的提高	246
习题		248

第10章 团队管理

10.1	团队管理概述	250
10.1.1	团队管理的基本知识框架	250
10.1.2	团队管理的基本概念	251
10.1.3	团队的类型	253
10.1.4	团队发展的四个阶段	254
10.1.5	高效团队的特征	255
10.2	团队组建	256
10.2.1	团队组建的四种方法	256
10.2.2	团队组建的四个阶段	257
10.2.3	团队成员的选择	258
10.3	团队建设	260
10.3.1	团队中的角色与职责	260
10.3.2	团队的领导方式	262



10.3.3 团队冲突	263	11.5.6 成功交往的心理基础	296
10.4 团队学习	265	习题	298
10.4.1 团队学习的重要性	265	第 12 章 情绪管理	299
10.4.2 建立学习型团队	266	12.1 情绪管理概述	300
10.4.3 如何使团队成为学习型 组织	266	12.1.1 情绪管理的基本知识框架	300
10.5 创新团队	267	12.1.2 情绪管理的基本概念	301
10.5.1 虚拟团队的产生	267	12.2 冲突管理	305
10.5.2 打造知识型团队	268	12.2.1 冲突的含义	305
习题	271	12.2.2 冲突的类型	306
第 11 章 人际沟通	272	12.2.3 冲突的改善	306
11.1 人际沟通概述	273	12.3 时间管理	307
11.1.1 人际沟通的基本知识框架	273	12.3.1 时间管理的含义	308
11.1.2 人际沟通的基本概念	273	12.3.2 时间管理的方法	308
11.1.3 人际沟通的分类	274	12.3.3 时间管理的策略	310
11.1.4 人际沟通的特征	275	12.4 压力管理	311
11.1.5 人际沟通的功能	275	12.4.1 认识压力	311
11.1.6 人际沟通的原则	276	12.4.2 压力管理的方法	313
11.2 人际沟通过程和障碍	277	12.5 倦怠管理	314
11.2.1 人际沟通的过程	277	12.5.1 工作倦怠的含义	314
11.2.2 人际沟通的障碍	278	12.5.2 工作倦怠的克服	315
11.3 人际沟通策略	279	12.6 企业情绪管理	316
11.3.1 沟通主体策略	279	12.6.1 员工个人情绪的管理	317
11.3.2 沟通客体策略	281	12.6.2 员工情绪的管理	318
11.3.3 信息策略	283	习题	321
11.4 人际沟通技巧	285	第 13 章 职业生涯规划	323
11.4.1 倾听	285	13.1 职业生涯规划概述	324
11.4.2 演讲	287	13.1.1 职业生涯规划的基本知识 框架	324
11.4.3 谈判	288	13.1.2 职业生涯规划的基本概念	325
11.4.4 与上司的沟通技巧	290	13.1.3 职业生涯规划的类型	327
11.5 人际关系	291	13.1.4 职业生涯规划的制订原则	327
11.5.1 人际关系的特点	292	13.1.5 职业生涯成功	328
11.5.2 人际关系的作用	292	13.2 自我分析与定位	329
11.5.3 影响人际关系的因素	293	13.2.1 自我分析	329
11.5.4 协调人际关系的方法	294	13.2.2 自我分析的方法	331
11.5.5 处理人际冲突	295		



13.3 生涯机会评估	334
13.3.1 对他人的了解	334
13.3.2 对组织环境的了解	334
13.3.3 对社会环境的了解	335
13.4 职业选择	335
13.4.1 霍兰德的职业性向理论	335
13.4.2 性格与职业选择	337
13.4.3 兴趣与职业选择	338
13.4.4 能力与职业选择	340
13.5 职业生涯规划路线设计	340
13.5.1 职业生涯规划目标的确定	341
13.5.2 职业生涯规划路线的设计	342
13.6 职业生涯规划发展计划	342
13.6.1 职业生涯规划阶段理论	343
13.6.2 职业锚理论	343
13.7 职业生涯规划开发计划	345
13.7.1 自我要素的开发	345
13.7.2 社会资本的开发	346
习题	348

第 3 篇 管理基本素养

第 14 章 职业伦理

14.1 职业伦理概述	352
14.1.1 职业伦理的基本知识框架	352
14.1.2 职业伦理的基本概念	353
14.1.3 职业伦理的主要构成要素	355
14.1.4 影响职业伦理的主要因素	356
14.1.5 提高职业伦理意识	359
14.2 职业伦理在现实中的作用	360
14.2.1 职业伦理对个人发展的 作用	360
14.2.2 职业伦理对企业发展的 作用	361
14.2.3 职业伦理对社会经济发展 的作用	363

14.3 职业伦理在几大主要行业的实际 应用	364
14.3.1 教师伦理	364
14.3.2 商业伦理	366
14.3.3 科技伦理	367
习题	370

第 15 章 企业伦理

15.1 企业伦理概述	372
15.1.1 企业伦理的基本知识框架	372
15.1.2 企业伦理的基本概念	373
15.1.3 企业伦理的内容	374
15.1.4 企业伦理与企业文化	375
15.2 企业的社会责任与道德规范	379
15.2.1 企业的社会责任	379
15.2.2 企业伦理与企业道德规范	380
15.2.3 企业失德行为的伦理反思	381
15.3 企业内部管理的伦理道德规范	381
15.3.1 企业所有者的伦理道德 规范	381
15.3.2 企业会计的伦理道德规范	382
15.3.3 企业与员工之间的伦理 道德规范	384
15.4 企业外部管理的伦理道德规范	385
15.4.1 企业与消费者间的责任和 伦理道德	385
15.4.2 企业与其竞争者之间的 伦理规范问题	387
15.4.3 企业与其外部供应者之间 的伦理规范问题	388
15.4.4 企业与环境间的伦理规范 问题	389
习题	391

参考文献	392
------------	-----



第 1 篇 管理基本知识

第 1 章 战略管理

教学目标与要求

通过本章学习,使学生对战略管理基本知识有全面的了解和认识,要求学生能够充分理解和接受战略管理的思想,掌握战略管理的基本理论与方法,使学生能够运用这些方法制订战略决策、有效选择战略策略和实施战略。
