

M
MANAGEMENT

尤建新 编著

管理学概论

(第四版)



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

管理学概论

(第四版)

尤建新 编著

内容简介

本书是一本管理学基本理论教材。全书体系完整、结构清晰、可读性强，并在每章后都附有小结和研讨题。本书可供高等院校经济与管理类专业管理学概论和管理学基础理论课程使用，也可供其他专业选修管理类课程或各类管理干部培训使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学概论/尤建新编著. --4 版. --上海: 同济大学出版社, 2015.12

ISBN 978-7-5608-6114-2

I. ①管… II. ①尤… III. ①管理学—概论
IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 298817 号

管理学概论 (第四版)

尤建新 编著

责任编辑 马继兰 责任校对 徐春莲 封面设计 陈益平

出版发行 同济大学出版社 www.tongjipress.com.cn

(地址: 上海市四平路 1239 号 邮编: 200092 电话: 021-65985622)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 常熟市大宏印刷有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 18.25

印 数 1—4100

字 数 365 000

版 次 2015 年 12 月第 4 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5608-6114-2

定 价 36.00 元

前 言

(第四版)

从开始讲授《管理学概论》课程至今，已经三十年。这三十年中，不仅是中国，全世界都发生了巨大变化，尤其是世界经济格局，用“翻天覆地”一词来形容，一点也不夸张。互联网的出现，改变了许许多多企业的组织体系和运营模式，也使得市场变得更加眼花缭乱。许多百年老店在变化的大潮中被冲垮，也有许多新创企业被这一波又一波的大潮推上巅峰。

新的世界格局下，新思维、新理论、新方法不断涌现，一些传统的管理理论和方法受到了冲击和挑战。但是，有句话说得好“产品是壹，营销是零”，在一个又一个的商业模式光环背后，都有着实实在在的核心竞争力。虽然与时俱进的管理实践迸发出形形色色耀眼的火花，但是管理的实质，在去掉光环后所呈现的主流仍然是很传统、很基础、很简单思想和方法，所基于的管理学的基本概念和理论仍然有着很强的生命力，尤其像 Peter F. Drucker 这类管理学大师的思想贡献，不仅影响了 20 世纪的管理实践，更是今天管理创新发展的指南。

第四版《管理学概论》是在前三版的基础上修改而成，保持了第三版 5 篇 20 章的结构，结合新世纪以来管理实践的发展增加了案例研讨，期望大学生们能够主动地融入现实的管理实践中，从管理问题中学习和获得提升。

第四版《管理学概论》由尤建新执笔进行修订。在第四版的修订过程中，听取了许多授课老师的意见，在此，向使用本书和对作者提出改进建议的所有师生、专家以及参加过本书第二、第三版修订的雷星晖、彭正龙、周文泳、陈守明等教授们表示衷心的感谢！并期望大家继续对第四版《管理学概论》给予积极支持和不吝赐教！

尤建新
2015 年 8 月于温哥华

前 言

(第三版)

时间飞驰,《管理学概论》一书出版已经十年有余,从作者开始讲授这门课至今,已有 20 余年。在这 20 多年中,中国的经济有了翻天覆地的变化,人民的物质生活和精神生活水平有了显著的提高。在世界经济一体化和全球变革的浪潮中,管理的学问也有了飞速的发展。新的思维、新的理论不断涌现,一些传统的管理思想受到了冲击和挑战。然而,热闹过后,能够沉淀下来、为后人指明前进道路的成系统的理论模式不多,甚至可以讲是寥寥无几。回过头来,我们发现,许多管理中暴露的问题还是很传统、很基础的,那些差点被扔掉的被视为陈糠烂谷子的基本概念和理论竟然有很强的生命力。这就更加肯定了《管理学概论》的作用,也推动了我们加快修订出版第三版的步伐。

第三版《管理学概论》是在前两版的基础上修改而成,特别是第一版的影响。虽然第一版出版至今已经有 11 年多的时间,第二版是在此基础上修订的,在使用中大家却对第一版的感受要好一些。这也许是习惯的缘故,但我们在第三版修订时不得不对这个问题进行重新审视。所以,虽然第三版在内容上还是有许多变化,但这次修订后的风格与第一版更为相似,并且更注重基本理论和概念的陈述。

第三版《管理学概论》分为 5 篇 20 章,全书的结构保持了原来的计划、组织、领导及控制的四项职能划分方式,由尤建新博士和陈守明博士执笔进行修订。第 1 篇总论在对第二版进行修订的基础上,增加了第 5 章社会责任和管理道德;第 2 篇是计划职能,以第二版为基础进行了部分内容的调整和补充,增加了第 8 章计划职能中的战略问题;第 3 篇是组织职能,在对第二版内容进行调整和补充的基础上增加了第 13 章组织文化;第 4 篇是领导职能,对第二版内容作了部分调整和补充;第 5 篇是控制职能,对第二版的内容作了较大的调整和补充。在修订中还删减了第 6 篇,从而保持了原第一版的总体结构。全书由尤建新博士拟订修订大纲并最后统稿。

在第三版《管理学概论》的修订过程中,听取了许多授课老师的意见,在此,向使用本书和对作者提出改进建议的所有师生、专家以及参加过第二版修订的雷星晖博士、彭正龙博士、周文泳博士等表示衷心的感谢!并期望大家继续对第三版《管理学概论》给予积极支持和不吝赐教!

尤建新

2006 年 11 月于云通楼

前 言

(第二版)

本书第一版自 1995 年出版发行以来, 已 4 次印刷, 不仅在同济大学作为教材使用, 也受到兄弟院校的青睐, 并被推荐为报考研究生的参考读物。由于本书相对其他管理学教材而言, 既保持了全面、完整的优点, 又具有精练、简明的特点, 故在使用中深受广大师生的欢迎, 并在 1998 年获得上海高校优秀教材奖。

随着社会经济的迅速发展, 有必要对本书进行修订, 以满足读者和管理学教学的需要。为此, 原作者组织并主持了本书的修订工作, 其中: 第 1 篇由原作者和陈守明负责修订, 增加了第 5 章管理创新; 第 2 篇由周文泳负责修订, 重点对第 7 章的内容作了调整和补充; 第 3 篇由彭正龙负责修订, 重点对第 9 章的内容作了调整和补充, 并增加了第 11 章人力资源; 第 4 篇由原作者修订; 第 5 篇由雷星晖负责修订, 对第 17 章和第 18 章都做了调整和补充; 新增加的第 6 篇由陈守明执笔。全书由原作者拟订大纲并统稿。

在对本书修订过程中, 听取了雷星晖、彭正龙、叶明海等授课教师的意见, 在此, 向使用本书和对原作者提出改进建议的所有师生和专家表示衷心的感谢, 并期望对本书的第二版继续给予支持和指教。

尤建新

2002 年 3 月于同济园

前 言

(第一版)

管理是人类组织社会活动的一个最基本的手段。大至一个国家，小至三人组成的群体，无论进行何种社会活动，都离不开管理。通过管理，人们才能被组织起来，为实现某种目标而行动。

管理是一种资源。在不增加物资资源、人力资源和财力资源的情况下，甚至在减少上述资源的情况下，通过加强管理，改善资源利用，可以取得提高效益的目的。与物质资源、人力资源和财力资源相比，管理具有无形的和潜在的特点。

随着现代科学技术和各国经济活动的迅猛发展，管理对于任何一个组织都愈来愈显示出其重要性。管理的优劣是关系到一个组织兴衰存亡的根本大事，这一点已成为人们的共识。

管理理论在人类活动的各个领域中的发展，不断吸收了诸如心理学、社会学、政治学、军事学、教育学以及自然科学各学科的成果，形成了许多专门的管理学科以及与其他学科交叉渗透的边缘学科或学科群。尽管如此，管理的基本功能、基本原理和基本方法是相同的，这就是管理学研究的对象。

本书是作者在 10 余年讲授“工业企业管理导论”和“管理学概论”的基础上编写而成。全书共分 5 篇 16 章，第一篇阐述了管理的概念、管理理论的发展、管理与环境、管理的目标和方法。第 2 篇至第 5 篇分别对管理的四大职能（即计划职能、组织职能、领导职能和控制职能）展开讨论，其中包括对一些主要学派作了简要的介绍。为便于讲授和自学，本书每章末都附有小结和研讨题。

本书可供高等院校经济管理类专业管理概论课程和其他专业选修管理类课程的教学使用，也可供各类管理干部培训使用。

鉴于作者水平有限，不妥之处，敬请斧正。

尤建新

1995 年 5 月于同济大学

目 录

前言

第一篇 总 论

1 管理的概念	3
1.1 管理的定义和性质	3
1.1.1 管理的任务	3
1.1.2 管理的定义	4
1.1.3 管理的职能	5
1.2 管理者和管理绩效	6
1.2.1 管理者	6
1.2.2 管理者的作用	7
1.2.3 管理者的技能	7
1.2.4 管理绩效	8
1.3 学习管理的目的	9
本章小结	9
案例研讨 1-1 女子被卷入扶梯身亡	10
本章思考题	11
2 管理理论的发展	12
2.1 工业革命与工厂制度	12
2.2 古典管理理论	13
2.2.1 Taylor 的科学管理	13
2.2.2 Fayol 的 14 条管理原则	15
2.2.3 其他代表人物的主要贡献	16
2.3 人际关系理论	17
2.3.1 E. Mayo 和 Hawthorne 实验	18
2.3.2 A. Maslow 与“需要层次理论”	19
2.3.3 D. McGregor 与“X 理论, Y 理论”	19
2.3.4 K. Lewin 与“团体力学理论”	20
2.3.5 R. Blake 和 J. Mouton 与“管理方格图”	20
2.4 现代管理理论	20
2.4.1 社会系统学派	20
2.4.2 决策理论学派	21
2.4.3 系统管理学派	21

2.4.4	经验主义学派	22
2.4.5	权变理论学派	22
2.4.6	管理科学学派	23
2.4.7	管理现代化	23
2.5	管理理论的新进展	24
	本章小结	26
	案例研讨 2-1: 游侠电动车	26
	案例研讨 2-2: 关于 Uber 的现象	29
	本章思考题	31
3	管理与组织环境	32
3.1	组织环境的概念	32
3.1.1	输入	32
3.1.2	过程	33
3.1.3	输出	33
3.2	环境对组织的影响	34
3.2.1	经济环境的影响	34
3.2.2	社会环境的影响	35
3.2.3	技术环境的影响	36
3.3	组织的直接环境因素	37
3.3.1	竞争者	37
3.3.2	政府	37
3.3.3	顾客	38
3.3.4	供应商	38
3.3.5	金融机构与资本市场	38
3.4	环境对管理实践的影响	39
	本章小结	39
	案例研讨 3-1: 百度的市值大考	40
	案例研讨 3-2: IMF 支持中国救市	40
	案例研讨 3-3: 中国央行主动调整人民币对美元中间价	41
	本章思考题	42
4	管理的目标和方法	43
4.1	管理的目标	43
4.1.1	目标的定义和目标原则	43
4.1.2	目标的类型	44
4.1.3	企业的目标范畴	45
4.2	目标管理	46
4.2.1	目标管理的理论	46
4.2.2	目标管理的内容	47

4.2.3 目标管理的任务	49
4.3 目标管理有助于组织自我改善	49
4.3.1 增强沟通和理解	49
4.3.2 提高积极性和自律性	50
4.3.3 推进组织变革和人力资源重新整合	50
4.3.4 监督组织整体按计划付诸行动	50
本章小结	50
案例研讨 4-1: 王安电脑的“子承父业, 传奇谢幕”	51
本章思考题	52
5 社会责任和管理道德	53
5.1 什么是社会责任	53
5.2 关于社会责任的观点	54
5.2.1 古典观	54
5.2.2 社会经济观	55
5.3 社会责任的体现	55
5.3.1 企业对社会公众的责任	55
5.3.2 企业对政府的责任	56
5.3.3 企业对投资者的责任	56
5.3.4 企业对员工的责任	56
5.3.5 企业对顾客的责任	57
5.3.6 企业对竞争者的责任	57
5.4 管理者受到的社会责任压力	57
5.4.1 法律法规的压力	57
5.4.2 成本的压力	57
5.4.3 竞争的压力	58
5.4.4 公众压力	58
5.4.5 长远目标和可持续发展的压力	58
5.5 管理者怎么做	58
5.5.1 系统思想	58
5.5.2 战略方面的行动	59
5.5.3 法律领域的行动	59
5.5.4 生产与运作方面的行动	59
5.5.5 营销方面的行动	59
5.5.6 财会方面的行动	59
5.5.7 融资方面的行动	60
5.6 管理道德	60
本章小结	61
案例研讨 5-1: 湖北吃人电梯事故	62
案例研讨 5-2: 中国人寿减持打擦边球	62

本章思考题	64
本篇进一步阅读的参考书目	64

第二篇 计划

6 计划工作	67
6.1 计划工作的意义	67
6.1.1 计划工作的地位	67
6.1.2 计划工作的作用	68
6.2 计划工作的条件	69
6.2.1 计划工作的外部条件	69
6.2.2 计划工作的内部条件	70
6.3 计划的类型	70
6.3.1 按时间分类的计划	71
6.3.2 按业务职能分类的计划	71
6.3.3 按广度分类的计划	71
6.4 计划工作程序	72
6.4.1 明确组织定位	72
6.4.2 认识发展机会	72
6.4.3 定义计划目标	72
6.4.4 明确前提条件	73
6.4.5 拟定备择方案	73
6.4.6 评价备择方案	73
6.4.7 选择方案	73
6.4.8 拟定派生计划	74
6.4.9 编制预算	74
6.5 计划的评价标准	74
6.5.1 程序性评价	74
6.5.2 经济性评价	75
本章小结	76
案例研讨 6-1: 柯达与富士的沉浮	76
本章思考题	81
7 计划工作的方法和工具	82
7.1 滚动计划法	82
7.2 网络计划法	83
7.2.1 绘制网络图	83
7.2.2 计算网络参数与网络计划的优化	85
7.3 盈亏平衡分析	86
7.4 运筹学方法	87
7.4.1 运筹学方法的基本步骤	87

7.4.2 运筹学方法的模型	87
7.4.3 运筹学方法的常用工具	88
7.5 脚本计划	89
本章小结	90
案例研讨 7-1: 选课问题	90
本章思考题	90
8 计划职能中的战略问题	91
8.1 战略概述	91
8.1.1 战略计划与战术计划	91
8.1.2 战略管理过程	92
8.1.3 战略的层次	93
8.2 公司层战略	95
8.2.1 公司稳定战略	95
8.2.2 公司增长战略	95
8.2.3 公司收缩战略	96
8.3 业务层战略	96
本章小结	98
案例研讨 8-1: 跨界竞争的战略思考	98
本章思考题	99
9 决策	101
9.1 决策问题概述	101
9.1.1 决策问题的三种类型	101
9.1.2 决策问题的四个要素	102
9.2 决策过程	103
9.2.1 建立目标, 明确问题	103
9.2.2 分析信息资料	103
9.2.3 制定备择方案	104
9.2.4 选择决策	104
9.2.5 执行和反馈控制	104
9.3 决策方法	105
9.3.1 决策的类型	105
9.3.2 竞争型决策	105
9.3.3 风险型决策	107
9.3.4 完全不确定型决策	109
9.4 决策的人为因素	112
9.4.1 个人因素	112
9.4.2 群体因素	113
本章小结	114

案例研讨 9-1: 博弈决策	114
本章思考题	116
本篇进一步阅读的参考书目	116

第三篇 组 织

10 组织理论	121
10.1 组织概述	121
10.1.1 组织含义	121
10.1.2 组织的重要性	122
10.1.3 组织的功能和类型	122
10.2 组织理论发展	123
10.2.1 古典组织理论	123
10.2.2 新古典组织理论	124
10.2.3 权变组织理论	125
本章小结	127
案例研讨 10-1: 管理体制和组织机构	127
案例研讨 10-2: 董事会	131
本章思考题	139
11 组织结构与组织关系	140
11.1 组织结构	140
11.1.1 部门化	140
11.1.2 管理幅度	142
11.1.3 一些基本的组织结构形式	143
11.2 组织关系	146
11.2.1 权力	146
11.2.2 权力委任	148
11.2.3 集权与分权	150
11.2.4 直线权力和参谋权力	151
本章小结	152
案例研讨 11-1: 经营管理层和监事会	153
案例研讨 11-2: 复旦大学章程	155
案例研讨 11-3: 上海汽车集团股份有限公司章程	156
本章思考题	157
12 人力资源管理	158
12.1 人力资源概述	158
12.1.1 人力资源概念	158
12.1.2 人力资源特征	158
12.1.3 人力资源管理的含义与发展趋势	159

12.2	人力资源战略和发展规划	161
12.3	人力资源管理的内容与过程	162
12.3.1	岗位分析和评价	162
12.3.2	人力资源管理的主要内容和过程	163
	本章小结	168
	案例研讨 12-1: 院长系主任的岗位说明书	168
	案例研讨 12-2: 教授岗位	168
	本章思考题	169
13	组织文化	170
13.1	组织文化概要	170
13.1.1	组织文化的定义	170
13.1.2	Edgar H. Schein 对组织文化的分析	171
13.1.3	组织文化的生成和领导的作用	172
13.2	组织文化的作用形式	172
13.2.1	强文化和弱文化	172
13.2.2	组织文化如何传给员工	173
13.3	跨文化组织管理	174
	本章小结	175
	案例研讨 13-1: 上汽兼并双龙	176
	本章思考题	176
14	组织变革	177
14.1	组织变革的动因	177
14.1.1	组织变革的一般原因	177
14.1.2	组织变革“内因论”的一个演化模型	178
14.2	组织变革的过程	181
14.3	组织变革的目标和内容	184
14.3.1	变革的目标模型	184
14.3.2	组织变革的内容	185
14.4	组织变革和发展的阻力及克服	186
14.5	组织结构变革的方向	188
	本章小结	190
	案例研讨 14-1: 上汽集团整体上市	190
	本章思考题	193
	本篇进一步阅读的参考书目	193

第四篇 领 导

15	行为理论	197
15.1	个体行为	197

15.1.1	行为模式	197
15.1.2	需要	198
15.1.3	动机	199
15.1.4	激励	200
15.2	群体行为	201
15.2.1	群体和群体规范	201
15.2.2	群体压力与从众行为	202
15.2.3	群体凝聚力	202
15.2.4	群体冲突	203
15.3	组织行为	204
15.3.1	组织中的角色	204
15.3.2	组织中的冲突	204
15.3.3	组织中的压力	205
	本章小结	206
	案例研讨: 15-1: 群体压力与从众行为	206
	本章思考题	207
16	激励理论	208
16.1	内容型激励理论	208
16.1.1	需要层次论	208
16.1.2	双因素理论	210
16.1.3	成就需要理论	212
16.2	过程型激励理论	213
16.2.1	目标设置理论	213
16.2.2	期望理论	214
16.2.3	公平理论	215
16.3	强化和综合型激励理论	217
16.3.1	强化理论	217
16.3.2	综合型激励理论	220
	本章小结	221
	案例研讨 16-1: 激励您的员工, 引爆企业核能	221
	本章思考题	222
17	领导理论	223
17.1	领导的概念	223
17.1.1	领导的三要素	223
17.1.2	领导者与管理者的区别	224
17.1.3	领导的影响力	224
17.1.4	三类领导理论	226
17.2	领导的特质理论	226

17.2.1 古典领导特质理论	226
17.2.2 现代领导特质理论	228
17.3 领导的行为理论	230
17.3.1 X理论与Y理论	230
17.3.2 领导行为四分图	231
17.3.3 管理方格图	231
17.3.4 第四型领导体制	232
17.3.5 PM领导类型理论	233
17.4 领导的权变理论	234
17.4.1 超Y理论	234
17.4.2 领导的生命周期理论	234
17.4.3 有效领导的权变理论	234
17.5 领导理论的新进展	236
17.5.1 转型领导	236
17.5.2 中国特色家长式领导理论	236
17.6 领导者团队的合理结构	237
本章小结	238
案例研讨 17-1: 周鸿祎与领导力	238
本章思考题	242
18 管理沟通	244
18.1 沟通概述	244
18.1.1 沟通的含义	244
18.1.2 沟通的类型	245
18.2 常见的沟通障碍	246
18.3 沟通的改进	248
本章小结	249
案例研讨 18-1: 新官上任	249
本章思考题	250
本篇进一步阅读的参考书目	250

第五篇 控制

19 控制的基础	253
19.1 管理控制及其必要性	253
19.1.1 何谓管理控制	253
19.1.2 控制的必要性	253
19.2 管理控制思想的演变	254
19.3 控制过程	255
19.3.1 明确控制标准	256
19.3.2 测量实际绩效	256

19.3.3 比较	257
19.3.4 采取管理行动	258
19.4 控制类型	258
19.4.1 前馈控制	259
19.4.2 同期控制	259
19.4.3 反馈控制	260
本章小结	260
案例研讨 19-1: 融券操作 T+0 改为 T+1	261
案例研讨 19-2: 奶粉事件	261
本章思考题	263
20 控制的方法	264
20.1 管理者可以控制的因素	264
20.1.1 人员	264
20.1.2 财务	264
20.1.3 作业	265
20.1.4 信息	265
20.1.5 组织绩效	265
20.2 控制方法	265
20.2.1 预算控制法	266
20.2.2 财务比率控制法	266
20.2.3 审计控制法	267
20.2.4 统计和图表控制法	268
20.3 有效控制系统的特性	269
20.3.1 准确性	270
20.3.2 经济性	270
20.3.3 适度性	270
20.3.4 例外性	270
20.3.5 控制标准的全面性	271
本章小结	271
案例研讨 20-1: 霸王车	271
案例研讨 20-2: 骚扰电话	272
案例研讨 20-3: 申龙电梯的融资困局	273
本章思考题	273
本篇进一步阅读的参考书目	273
参考文献	275