



教育部经济管理类核心课程教材

Management

管理学

▸▸ 主编 刘 刚

3



教育部经济管理类核心课程教材

Management

管理学

▸▸ 主编 刘 刚

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学/刘刚主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 1

教育部经济管理类核心课程教材

ISBN 978-7-300-19846-0

I. ①管… II. ①刘… 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 (2015) 第 288396 号

教育部经济管理类核心课程教材

管理学

主编 刘 刚

Guanlixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京密兴印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2016 年 1 月第 1 版

印 张 25.5 插页 1

印 次 2016 年 1 月第 1 次印刷

字 数 616 000

定 价 45.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

序 言

管理学

伴随着经济体制和政府机构改革,国有企业的市场竞争意识越来越强,政府机构的管理也面临许多新现象、新问题,对企业及公共管理人才的需求非常强烈。随着所有制改革的深入,各种非公有制企业从小到大,蓬勃发展,对管理人才也提出了强烈的需求。1998年,在国务院学位委员会的领导下,完成了本科专业目录的调整工作,旨在建立口径较宽、适应面较广的新型学科专业体系。这次专业目录调整形成了一个新的独立的学科门类——管理学,在管理学下设置了5个类别、18个专业,其中,工商管理类下设工商管理、市场营销、会计学、财务管理、人力资源管理、旅游管理等6个专业;管理科学与工程类下设管理科学、信息管理与信息系统、工业工程、工程管理等4个专业;作为国家重点扶持和发展的专业,公共管理专业在滞后企业管理专业十余年后诞生,公共管理类下设行政管理、公共事业管理、劳动与社会保障、土地资源管理等4个专业。同时,研究生专业目录也进行了相应的调整。

作为管理学这一学科门类的学科基础课,管理学这门课程具有基础性、综合性的特点,是工商管理类、管理科学与工程类、公共管理类等各专业的同学学习相关管理专业课程的基础。从这个角度来看,管理学这门课程的教材建设就显得极为重要了。有鉴于此,在编写过程中,本教材始终本着更好地服务同学的原则,在内容与形式上努力创新,力求突出以下五个特色:

第一,脉络清晰,布局合理。本教材以管理的四项基本职能——计划、组织、领导、控制为主线,将内容分为18章。其中,第1~3章是总论,对管理、管理者及管理学这些核心概念做了详细的界定,并对中国古代管理思想及西方管理思想的演进做了系统的介绍。第4~8章聚焦于计划职能,主要内容包括:计划的内涵;计划工作的原理、程序与方法;目标与目标管理;战略管理;预测与决策;创新;企业社会责任等。第9~11章聚焦于组织职能,主要内容包括:组织的内涵及基本原则;组织职能的要素;组织设计与组织结构;组织变革等。第12~16章聚焦于领导职能,主要内容包括:领导的定义、职能及类型;主要领导理论;人员配备;领导力来源;沟通与跨文化管理;激励;人本管理;领导修养与艺术等。第17~18章聚焦于控制职能,主要内容包括:控制的内涵及类型;管理信息系统;危机管理等。

第二,与时俱进,内容新颖。随着科技的发展、环境的变化,企业管理实践对管理学教材提出了许多新的要求。因此,本教材在内容选择上力求体现时代的要求。就管理思想史这一部分而言,与大多数管理学教材只关注西方管理思想演进不同,本教材增加了中国古代管理思想的内容,对儒家、道家、法家、兵家等主要学派的管理思想精髓进行了讨论。就计划职能这一部分而言,本教材专门用一章的篇幅讨论创新的内涵及类型,并对互联网商业模式创新做了详细的论述;同时,专门用一章的篇幅讨论企业社会责任的问题,以培养学生良好的社会责任感。就组织职能这一部分而言,本教材对组织变革着了大量笔

墨,探讨了组织变革的内涵、动因、阻力及趋势,并对学习型组织及业务流程再造做了深入的分析。就领导职能这一部分而言,考虑到中国企业国际化的深入,在沟通这一章专门设立了一节来讨论跨文化沟通与管理的话题;单辟一章来讨论人本管理的问题,包括人本管理的内涵、理论基础、人性假设等,并深入分析了情感管理、参与管理、自主管理与企业文化建设等人本管理的具体形式;在领导修养与艺术方面,重点讨论了时间管理、权变管理的内容。就控制职能这一部分而言,考虑到不确定性环境下危机管理对企业的重要性,单列一章对危机管理的内涵、作用及原则、危机预防、危机处理做了专门的介绍。

第三,案例丰富,覆盖面广。本教材非常注重案例教学,全书共收录60余个相关案例。除了第2、3章讲述中西方管理思想史的内容之外,其余各章均以一个个案例来引出本章的基本理论与原理的内容,在讲解相关理论与原理的过程中也插入了相应的案例,便于同学们理解相关内容,并且在每一章的结尾部分都给出了一个供课后讨论的案例,以方便同学们进一步对本章的知识加以整合、提升。在案例选择上,既涵盖了以往年份的经典案例,又囊括了最近几年发生的具有影响力的典型案例,以最近年份的案例为主;涉及的企业既有知名跨国公司,又有我国本土企业,以本土企业案例为主。这样,同学们在分析与讨论案例的过程中,既可以深入体验跨国公司的管理情境,又可以很好地结合我国企业的实际情况,真正做到国际化与本土化的结合。

第四,重点突出,易于把握。本教材每一章的开篇都引用了两句经典的名人名言,提纲挈领地概括出每一章的核心思想。同时,每一章给出了各自的学习目标以及课后思考题,以便让学生更好地把握各章的学习重点。

第五,语言生动,可读性强。为了激发学生的兴趣,本教材无论是对管理基本理论与原理的阐释,还是对案例的描述,都尽可能采用简洁、明快的行文风格,以便更贴近读者,尤其是案例部分,更是以讲故事的形式将相关素材娓娓道来,强调案例的可读性。总之,本教材力求做到集知识性与趣味性于一体,使同学们能够更加轻松地学习并掌握管理学的基本知识。

本教材的适用范围非常广,既可以作为管理学各专业本科生和学术型研究生的指定教材,也可以作为MBA、EMBA、MPA、工程硕士等专业硕士及各种企业管理、公共管理培训班学员学习管理学知识的教学用书。另外,大学阶段未系统学习过管理相关课程的各类企业管理人员、机关工作人员也可以通过阅读本教材来弥补自己管理理论的不足,提升自己的管理水平。

本教材的写作提纲由刘刚拟定,刘刚、吕文静、刘静、梁晗、黄振江、程熙镕、王丹、李明、于晓东、王泽宇、李佳参与了本教材的编写工作,具体分工如下:第1、2章(刘刚、刘静);第3章(刘静);第4章(于晓东、黄振江);第5章(刘刚、黄振江);第6章(黄振江);第7章(程熙镕);第8章(刘静);第9章(吕文静、梁晗);第10章(李佳、梁晗);第11章(刘刚、梁晗);第12章(刘刚、刘静、王丹);第13章(王丹);第14章(梁晗);第15章(刘刚、程熙镕);第16章(李明);第17章(王泽宇、黄振江);第18章(刘刚、李明)。全书由刘刚负责统稿,吕文静参与了统稿工作。

本书的顺利出版,得益于中国人民大学出版社工商管理分社各位编辑老师的大力支持,对于她们耐心、细致的编辑工作和认真、精心的出版组织工作,我们表示由衷的感谢!

由于编者的水平限制,本教材的错误和不足之处在所难免,恳请读者给予批评、指正!

刘 刚

于中国人民大学商学院

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（www.rdjg.com.cn）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，62515987

传真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

第1篇 总 论

第1章 管理与管理学	003
引例：一夜倒闭的安蒙卫浴	003
第1节 管理概述	004
一、管理的内涵	004
二、管理的科学性与艺术性	006
案例 1—1 日航“起死回生”背后的稻盛和夫	007
三、管理的职能	009
第2节 管理者	010
一、管理者的类型	011
二、管理者的角色	011
案例 1—2 杰克·韦尔奇和他的 GE 帝国	016
三、管理层级与组织规模对管理角色的影响	018
第3节 管理学	019
一、管理学的特性	019
二、管理学的研究内容	020
课后案例讨论：福喜事件之后的麦当劳	021
第2章 中国古代的管理思想	024
第1节 儒家管理思想	024
一、仁者爱人	025
二、齐之以礼	025
三、道之以德	026
四、中庸之道	026
案例 2—1 恰到好处与过犹不及	027
第2节 道家管理思想	027
一、道法自然	028
二、无为而治	028
三、阴阳调和	029
案例 2—2 萧规曹随	030

第3节 法家管理思想	030
一、法者王本	031
二、法、术、势结合	031
三、事因于世	032
案例 2—3 司马穰苴杀监军庄贾立威	033
第4节 兵家管理思想	033
一、谋而后动	034
二、求之于势	034
三、因敌制胜	034
四、为将五德	035
案例 2—4 减灶诱敌与增灶断追	036
第3章 西方管理思想的演进	038
第1节 早期的管理思想	038
一、西方文明古国的管理思想	039
二、西方中世纪的管理思想	039
三、文艺复兴时期的管理思想	040
四、工业革命时期的管理思想	040
第2节 古典管理理论	041
一、泰勒的科学管理理论	041
案例 3—1 泰勒的搬运生铁实验	043
二、法约尔的组织管理理论	044
三、韦伯的行政组织理论	045
第3节 行为科学理论	046
一、霍桑实验与人际关系理论	046
案例 3—2 霍桑实验	047
二、行为科学的建立和发展	048
第4节 现代管理理论丛林	048
一、管理科学学派	049
二、经验学派	049
三、过程学派	049
四、系统管理学派	049
五、社会系统学派	049
六、决策理论学派	050
七、权变学派	050

第2篇 计划

第4章 计划职能概述	053
引例：康宁公司的经营计划	053

第 1 节 计划的内涵	054
一、计划的定义	055
二、计划的任务	055
三、计划的类型	056
案例 4—1 美国强生的宗旨与危机处理	057
四、计划的作用	059
第 2 节 计划工作的开展	060
一、计划工作的原理	060
二、计划工作开展的程序	062
第 3 节 计划工作的常见方法	063
一、滚动计划法	063
二、甘特图法	064
三、网络计划技术	065
课后案例讨论：中海壳牌公司的计划	066
 第 5 章 目标与战略	 069
引例：格力电器的腾飞	069
第 1 节 目标的内涵	070
一、目标的定义	071
二、目标的层次	071
三、目标的意义	072
第 2 节 目标的分类	073
一、长期目标和短期目标	073
二、控制性目标和突破性目标	073
三、主要目标和次要目标	073
四、定量目标和定性目标	074
第 3 节 目标管理	074
一、目标管理的内涵	074
二、目标管理的步骤	076
三、目标管理的意义	077
四、目标管理的局限性	078
第 4 节 战略管理	079
一、企业战略与战略管理	079
二、战略的层次	080
案例 5—1 美国西南航空公司成本领先战略	082
三、战略管理过程	084
四、战略分析工具	085
课后案例讨论：研华公司在中国大陆的竞争战略	091

第6章 预测与决策	094
引例：凡客品类扩张之痛	094
第1节 预测	096
一、预测的内涵及作用	096
二、预测的分类	096
三、预测的程序	097
四、预测的方法	098
第2节 决策	099
一、决策的内涵与程序	099
案例 6—1 海尔砸冰箱决策	101
二、决策的标准	102
三、决策的影响因素	103
四、决策的类型	106
第3节 程序化决策与非程序化决策	108
一、程序化决策	108
二、非程序化决策	109
三、程序化决策和非程序化决策的关系	110
第4节 个体决策与群体决策	110
一、个体决策	111
二、群体决策	112
课后案例讨论：“蛇吞象”：双汇 71 亿美元收购史密斯菲尔德	114
第7章 创新	117
引例：华为的“蓝军参谋部”	117
第1节 创新的内涵	119
一、创新的含义	119
二、创新的特点	119
三、创新的过程	121
四、创新的意义	123
第2节 创新的类型	124
一、基于创新内容的分类	124
二、基于创新程度的分类	126
三、基于创新合作模式的分类	127
案例 7—1 海尔的创新之路	129
四、基于知识利用的分类	130
五、基于自主性的分类	131
第3节 互联网商业模式创新	132
一、互联网商业模式的特征	132
二、互联网商业模式的类型	134

课后案例讨论：京东“白条”	135
---------------------	-----

第8章 企业社会责任 137

引例：企业社会责任的“哈佛论战”	137
------------------------	-----

第1节 企业社会责任的起源与内涵	138
------------------------	-----

一、企业社会责任的起源和发展	138
----------------------	-----

二、企业社会责任的内涵	139
-------------------	-----

三、企业社会责任的作用	140
-------------------	-----

第2节 企业社会责任的主要形式	141
-----------------------	-----

一、经济责任	141
--------------	-----

二、法律责任	142
--------------	-----

三、伦理责任	143
--------------	-----

案例 8—1 白酒行业塑化剂超标风波	144
--------------------------	-----

四、慈善责任	145
--------------	-----

第3节 企业社会责任的实践	146
---------------------	-----

一、美国的企业社会责任实践	146
---------------------	-----

二、欧洲的企业社会责任实践	147
---------------------	-----

三、日本的企业社会责任实践	147
---------------------	-----

四、我国的企业社会责任实践	148
---------------------	-----

课后案例讨论：走在责任前端的格兰富集团	149
---------------------------	-----

第3篇 组 织

第9章 组织职能概述 153

引例：谷歌：创新型组织	153
-------------------	-----

第1节 组织的内涵	155
-----------------	-----

一、组织理论的发展	155
-----------------	-----

二、组织的概念	156
---------------	-----

三、管理与组织的关系	157
------------------	-----

四、组织职能的特点	157
-----------------	-----

第2节 组织的基本原则	160
-------------------	-----

一、目标统一原则	160
----------------	-----

二、分工协调原则	160
----------------	-----

三、精干高效原则	160
----------------	-----

四、权责一致原则	161
----------------	-----

五、统一指挥原则	162
----------------	-----

六、均衡性原则	162
---------------	-----

七、集权与分权相结合原则	162
--------------------	-----

八、稳定性与适应性相结合原则	163
----------------------	-----

案例 9—1 沃尔玛的组织优势	163
-----------------------	-----

第3节 组织职能的要素	165
一、组织职能基本构成要素	165
二、部门划分的依据	165
三、职权	167
课后案例讨论：巴林银行的破产	169
第10章 组织设计与组织结构	172
引例：稻盛和夫：“阿米巴经营”的诠释	172
第1节 组织设计	173
一、组织设计的主要内容	173
二、组织设计的影响因素	174
第2节 管理幅度与管理层次	177
一、管理幅度	177
二、管理层次	178
三、管理层次与管理幅度的关系	179
四、集权、分权与授权	179
案例10—1 小米的管理之道	181
第3节 组织结构类型	184
一、直线型结构	184
二、职能型结构	184
三、直线职能型结构	185
四、事业部制结构	186
案例10—2 通用汽车公司的破茧重生	186
五、矩阵型结构	189
六、控股公司型结构	189
七、多维立体型结构	190
八、网络型结构	190
课后案例讨论：耐克：虚拟生产的转型	191
第11章 组织变革	193
引例：IBM：大象也能跳舞	193
第1节 组织变革概述	195
一、组织变革的内涵与意义	195
二、组织变革的动因	196
案例11—1 柯达帝国：从辉煌到衰落	197
三、组织变革的阻力	199
四、组织变革的趋势	202
第2节 学习型组织	203
一、学习型组织的内涵	203

二、学习型组织的学习过程与内容	204
三、学习型组织的五项修炼	205
案例 11—2 联想：学习型组织的缔造	208
第 3 节 业务流程再造	209
一、业务流程再造的起源	209
二、业务流程再造的内涵	211
三、业务流程再造的应用	211
四、业务流程再造的另一面	213
课后案例讨论：苏宁的云商之路	214

第 4 篇 领 导

第 12 章 领导职能概述	219
引例：黑莓手机——从风靡全球到一败涂地	219
第 1 节 领导概述	220
一、领导的定义	220
二、领导工作的职能	222
三、有效领导应达到的效果	223
第 2 节 领导类型	224
一、按领导者与下属关系划分	225
二、按领导风格划分	227
第 3 节 领导理论	228
一、领导特质理论	228
二、领导行为理论	229
三、领导权变理论	231
第 4 节 人员配备	234
一、员工选聘	234
案例 12—1 宝洁公司的用人之道	236
二、员工考评	237
三、员工培训	240
四、员工解聘	242
第 5 节 领导力	243
一、职位权力	243
案例 12—2 沃尔顿的草裙舞	246
二、非职位权力	248
课后案例讨论：汽车行业的传奇——李·艾柯卡	251
第 13 章 沟 通	254
引例：首席信息官——大数据时代的新贵	254

第 1 节 沟通概述	255
一、沟通的内涵与分类	255
二、沟通的主要方式	256
三、沟通的作用	257
四、沟通的障碍	258
第 2 节 正式沟通	259
一、正式沟通的特点	260
二、正式沟通的基本模式	260
三、正式沟通的管理	262
第 3 节 非正式沟通	262
一、非正式沟通的特点	263
二、非正式沟通的基本模式	263
三、非正式沟通的管理	263
案例 13—1 丰田的非正式教育	265
第 4 节 跨文化沟通与管理	266
一、文化差异与跨文化沟通	266
二、跨文化沟通的障碍	268
三、跨文化管理	269
课后案例讨论: 零售巨头 Tesco 撤离中国	271
第 14 章 激 励	274
引例: 海底捞管理的秘笈	274
第 1 节 激励概述	276
一、激励的内涵	276
二、激励的过程	276
三、激励的类型	277
四、激励的效果与作用	278
第 2 节 激励理论	279
一、内容型激励理论	279
二、过程型激励理论	283
第 3 节 激励的手段	289
一、物质激励	289
案例 14—1 华为的全员持股制	291
二、精神激励	293
课后案例讨论: 星巴克: 赢在人心	295
第 15 章 人本管理	297
引例: 谷歌的人性化管理	297

第1节 人本管理的内涵与理论基础	299
一、人本管理的含义和维度	299
二、人本管理的理论基础	300
第2节 人本管理的人性假设和主要形式	303
一、人本管理的人性假设	303
案例 15—1 郎酒集团：中国郎的“狼道”	303
二、人本管理的主要形式	305
课后案例讨论：幸福企业：王品集团	311
第16章 领导修养与艺术	313
引例：柳传志“分槽喂马”的用人艺术	313
第1节 领导者个人修养	315
一、知识修养	315
二、能力修养	315
三、品质修养	316
第2节 领导艺术	317
一、领导艺术的含义和特征	317
二、领导艺术的内容	318
案例 16—1 为什么是陆兆禧？	318
第3节 时间管理	320
一、时间与时间管理	320
二、时间管理的方法	321
第4节 权变管理	323
一、权变与权变管理	323
案例 16—2 洛克菲勒家族捐建联合国总部大厦	323
二、权变管理学派产生的背景	324
三、权变管理的理论框架	325
案例 16—3 美国西南航空公司的权变之策	327
四、权变管理的主要内容	328
课后案例讨论：尼西奇公司的权变之道：日本“尿垫大王”的传奇	331

第5篇 控制

第17章 控制职能概述	335
引例：民生银行的精益六西格玛管理	335
第1节 控制的内涵	337
一、控制的定义	337
二、控制的必要性	337
三、控制过程	338

第2节 控制的主要类型	340
一、基于控制时间的分类	340
二、基于控制手段的分类	342
第3节 管理信息系统	342
一、管理信息系统的内涵及作用	343
案例 17—1 燕京啤酒的管理信息系统建设	343
二、管理信息系统的结构	344
三、管理信息系统发展历程	345
四、管理信息系统建设的内容	348
课后案例讨论：麦当劳的标准化化管理	349
第18章 危机管理	352
引例：一把吉他引发的危机	352
第1节 危机与危机管理	353
一、危机的内涵与分类	353
二、危机管理的内涵与作用	356
三、危机管理的基本原则	359
案例 18—1 东芝笔记本电脑事件	360
四、危机管理的过程	364
第2节 危机预防	367
一、危机预防的内涵	367
二、危机意识的培养	368
三、危机预警与预控	370
四、危机管理计划	373
第3节 危机处理	377
一、危机处理的内涵	377
二、危机处理的步骤	378
三、危机处理的注意事项	380
案例 18—2 埃克森公司油轮漏油事件	381
课后案例讨论：蒙牛还能继续“牛”吗？	384
参考文献	387



第 1 篇

总论