



全国高等农林院校“十一五”规划教材

管 理 学

刘燕娜 刘秀琴◎主编

GUANLIXUE

 中国农业出版社

全国高等农林院校“十一五”规划教材

管 理 学

刘燕娜 刘秀琴 主编

中 国 农 业 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学/刘燕娜, 刘秀琴主编. —北京: 中国农业出版社, 2007. 8

全国高等农林院校“十一五”规划教材

ISBN 978 - 7 - 109 - 11901 - 7

I. 管… II. ①刘…②刘… 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 117245 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

责任编辑 夏之翠

北京通州皇家印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月北京第 1 次印刷

开本: 720mm×960mm 1/16 印张: 24.25

字数: 422 千字

定价: 31.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

目 录 提 要

管理学是一门新兴学科,也是一门发展迅速的学科。管理学原理是一门经济管理类专业的基础性课程,是一系列管理理论、原理、过程、职能、制度、方法等组成的科学体系。

为使读者对管理学的体系和管理学的主要思想有较为完整的认识,本教材沿用了国内外同类教材通行的体系,按照管理职能来组织内容,全书共分12章。为更好地满足教学的需要,本教材不仅为每章配有要点、小结和复习思考题,而且在每章后面还附有国内外经典案例、网上冲浪和阅读提示。此外,全书还穿插了许多生动的小案例,极大地提高了教材的可读性。

本教材是一部专门为全国高等农林院校经济管理类专业学生使用所编写的教材,同时也适应非经济管理类学生、有关部门管理人员以及企业经营管理人员使用。

郑 重 声 明

中国农业出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 65005894, 64194974, 64194971

传 真：(010) 65005926

E - mail: wlxyaya@sohu.com

通信地址：北京市朝阳区农展馆北路 2 号中国农业出版社教材出版中心

邮 编：100026

购书请拨打电话：(010) 64194972, 64195117, 64195127

数码防伪说明：

本图书采用出版物数码防伪系统，用户购书后刮开封底防伪密码涂层，将 16 位防伪密码发送短信至 95881280，免费查询所购图书真伪，同时您将有机会参加鼓励使用正版图书的抽奖活动，赢取各类奖项，详情请查询中国扫黄打非网 (<http://www.shdf.gov.cn>)。

短信反盗版举报：编辑短信“JB，图书名称，出版社，购买地点”发送至 9588128

短信防伪客服电话：(010) 58582300/58582301

主 编 刘燕娜 (福建农林大学)

刘秀琴 (华南农业大学)

副主编 阮文彪 (安徽农业大学)

宁 凌 (广东海洋大学)

史金善 (仲恺农业技术学院)

龙 勤 (西南林学院)

编 者 (以姓氏笔画排序)

龙 勤 (西南林学院)

史金善 (仲恺农业技术学院)

宁 凌 (广东海洋大学)

刘秀琴 (华南农业大学)

刘德钦 (西南林学院)

刘燕娜 (福建农林大学)

阮文彪 (安徽农业大学)

肖友智 (福建农林大学)

徐 辉 (长江大学)

戴永务 (福建农林大学)

前 言

管理学是一门新兴学科，也是一门发展迅速的学科。管理学是一门经济管理类专业的基础性课程，是一系列管理理论、原理、过程、职能、制度、方法等组成的科学体系。为使读者对管理学的体系和管理学的主要思想有较为完整的认识，本教材沿用了国内外同类教材通行的体系，按照管理职能来组织内容。全书共分 12 章。

本教材力求博采各家之长，既综合地反映管理学的基本思想、基本内容、基本原则和基本方法，全面系统、简明扼要地介绍国内外主要管理理论、最新管理实践成就以及 21 世纪管理理论和实践的新态势，突出现代管理的人本观念，反映适应可持续发展管理的新思路，也力求理论联系实际，贴近中国社会经济发展的实际，使学生既能掌握管理的科学思想，又能得到管理理论对实际应用的指导。与同类教材相比，本教材具有以下特点：

1. 可读性强 本教材在每章的前面设计了“开篇管理格言”和“导入案例”，以作为激发学生对每一章内容的学习兴趣；在每章节的中间插入了许多经典的小范例；在每章后面都有案例分析题，极大地提高了教材的生动性和可读性。

2. 指导性强 本教材的每章不但配有本章学习目标、学习小结和复习思考题，而且还在每章的后面设计了“阅读提示”环节；不但列出了该章相关内容的经典参考书，而且还列出了国内外著名管理类期刊的经典论文，十分有利于指导读者进一步的学习。

3. 时代性强 本教材不但吸收了当代管理的理论和实践的最新发展，如“学习型组织”、“蓝海战略”、“绿色管理”、“虚拟组织”等，而且还在每章的后面设计了“网上冲浪”环节，充分地反映了互联网时代的学习方式，并根据建设创新型国家的要求，把“创新”专门作为一个章节来进行

编写。

4. 针对性强 针对本教材主要在高等农林院校中经济管理类专业使用的情况,本教材不但在内容上增加了绿色管理等方面的内容,而且所编写的案例大量采用了国内外著名农林领域企业的相关管理案例。

本教材是集体智慧的结晶。全书由刘燕娜、刘秀琴负责框架设计以及写作工作的组织、协调。本教材的第一章、第十二章由刘燕娜编写;第二章由阮文彪编写;第三章、第四章由刘秀琴编写;第五章由徐辉编写;第六章由龙勤编写;第七章由肖友智编写;第八章由史金善编写;第九章由刘德钦编写;第十章由宁凌编写;第十一章由戴永务编写。全书由刘燕娜、刘秀琴负责最后的统稿与定稿。在此感谢大家的辛勤努力。

本教材是一部为高等院校经济管理类专业学生使用所编写的教材,同时也适应非经济管理类学生、有关部门管理人员以及企业经营管理人员使用。

由于编写时间的仓促和编者的学识所限,本教材中难免有不足之处,敬请广大读者提出宝贵意见和建议。

编 者

2007年6月

目 录

前言

第一章 管理与管理学	1
第一节 管理的内涵	2
一、管理的起源与涵义	2
二、管理的特性	4
三、管理的职能	6
第二节 管理者的分类与技能	8
一、管理者的含义及其要务	8
二、管理者的分类	9
三、管理者的技能	11
四、管理者所扮演的角色	13
第三节 管理学的研究内容与研究方法	15
一、管理学的研究内容	15
二、管理学研究方法论的科学主义和人文主义之争	16
三、管理学研究的一般方法	18
第四节 管理的基本假设	19
一、人性的基本假设	19
二、管理主体的假设	22
三、知识经济时代管理需要解决的基本假设	24
第五节 管理面临的挑战	26
一、面对新的社会价值观冲击的挑战	26
二、面临经济全球化、市场环境瞬息万变的挑战	28
三、信息化的挑战	29

四、如何驾驭知识资源的挑战	29
五、变革的挑战	30
六、对文化多元化做出响应的挑战	30
第二章 管理理论的产生与发展	35
第一节 古典管理理论	36
一、泰罗及其科学管理理论	37
二、法约尔与管理过程理论	40
三、马克斯·韦伯与理想的行政组织体系	42
四、古典管理理论的系统化	43
第二节 行为科学理论	43
一、梅奥及其霍桑实验	44
二、人际关系学说的创立及其基本论点	46
三、行为科学的主要管理思想	47
第三节 管理理论丛林	50
一、管理科学理论及其基本特征	50
二、现代管理理论的丛林	51
三、管理理论的新近发展	55
第三章 管理环境	60
第一节 管理环境的构成与影响	61
一、组织	61
二、组织的环境结构及环境分析	62
三、组织与环境的关系	65
四、21 世纪的环境	68
第二节 企业文化	69
一、企业文化理论的兴起	69
二、企业文化的内涵	70
三、企业文化的表现形式及功能	71

四、建设企业文化的途径	73
第三节 利益相关者、社会责任与企业管理伦理	75
一、利益相关者	75
二、社会责任	80
三、管理伦理	83
第四章 决策	90
第一节 决策的含义与类型	91
一、决策的含义	91
二、决策的类型	92
第二节 决策的评价标准和影响因素	94
一、决策的评价标准	94
二、决策的影响因素	95
第三节 决策的过程	97
一、识别问题	97
二、明确目标	97
三、拟定备选方案	98
四、评估方案	99
五、选择方案	99
六、实施方案	100
第四节 决策的技术	101
一、定性决策方法	101
二、定量决策方法	105
第五章 计划与战略管理	116
第一节 计划概述	118
一、计划的定义与作用	118
二、计划的性质	119
三、计划的类型	120

四、计划的编制过程	123
第二节 作业计划的制定	125
一、甘特图	125
二、滚动计划法	126
三、网络计划技术	127
第三节 战略管理	131
一、战略管理的定义	131
二、战略管理过程	132
第四节 目标管理法	135
一、目标管理的内涵	136
二、目标管理的特点	137
三、目标管理的过程	137
四、对目标管理的评价	137
第六章 组织	145
第一节 组织概述	147
一、组织的含义	147
二、组织的分类	148
三、组织管理职能	150
第二节 组织设计原理	152
一、组织设计的目的和任务	152
二、组织设计的基本原则	153
三、管理幅度与管理层次	154
四、集权与分权	156
五、直线与参谋	158
第三节 组织结构模式	161
一、组织结构设计的影响因素	161
二、组织结构的基本类型	162
第四节 组织力量整合与组织变革	170

一、组织力量整合	170
二、组织变革的原因与目的	171
三、组织变革的程序	173
四、组织变革的动态性与创新性	174
第五节 群体与团队工作	176
一、群体与团队的概念	176
二、群体行为	178
三、团队结构	179
四、团队工作的效率与绩效	180
第七章 人力资源管理	186
第一节 战略性人力资源管理	188
一、人力资源是组织的战略性资源	188
二、战略性人力资源管理的目标与内容	189
三、战略性人力资源管理与传统人事管理的区别	192
四、人力资源战略与企业总体经营战略的整合	193
第二节 员工招聘与选拔	196
一、员工招聘	196
二、人员选拔	201
第三节 员工的培训与发展	202
一、员工培训的目的	202
二、员工培训的基本程序	203
三、员工培训方法	205
第四节 绩效考核与薪酬管理	207
一、绩效考核	207
二、薪酬管理	210
第八章 领导	216
第一节 领导与领导者	217

一、领导的本质	217
二、领导者	221
第二节 领导理论	225
一、吉赛利 (E. Ghiselli) 领导特质理论	225
二、勒温的领导方式理论	226
三、利克特的领导模式	226
四、领导连续统一体模型	227
五、管理方格图理论	228
六、菲德勒的领导权变理论	229
七、领导生命周期理论	232
八、途径—目标理论	234
九、转换型领导	234
十、领导理论的新观点	235
第三节 领导艺术	238
一、领导者的用权艺术	238
二、领导者的用人艺术	239
三、提高工作效率的艺术	239
四、领导者的协调艺术	240
五、“无为”的领导者艺术	240
第四节 沟通与人际交往技能	241
一、沟通概述	241
二、沟通联络的方法	244
三、沟通的障碍与控制	245
四、人际交往技能	248
第九章 激励	254
第一节 激励的含义与过程	255
一、激励的来源	255
二、激励的概念、模式	256

第二节 激励理论	258
一、内容型激励	258
二、过程型激励理论	266
三、其他激励理论	270
四、激励理论的综合	271
第三节 激励技巧	272
一、激励是一项复杂的系统工程	272
二、激励是一门艺术	273
三、激励要求完善的制度保障	274
第四节 激励理论的发展趋势	276
一、激励对象趋向集中于企业经营者	276
二、从激励方法、方式的研究过渡到对经济机制的设计和研究	277
三、研究手段和研究结果数量化	278
第十章 控制	282
第一节 控制的内涵及类型	283
一、控制的含义	283
二、控制的类型	284
三、管理控制系统的组成	286
四、有效控制系统的特性	286
第二节 控制的过程	288
一、制定标准	288
二、衡量绩效	290
三、实际绩效与标准的比较	291
四、采取措施	291
第三节 控制方法	293
一、预算控制方法	293
二、定额控制	299
三、计划控制	299

四、进度控制	299
五、规章制度控制	299
六、目标管理	299
第四节 战略控制	300
一、战略控制的概念与必要性	300
二、战略控制的组成要素	301
三、战略控制的程序	301
四、战略控制系统	304
五、战略控制的原则	304
六、战略控制的方法	305
第十一章 创新	309
第一节 创新的一般理论	310
一、创新的内涵与类型	310
二、创新的特征	311
三、创新理论的演变	312
四、创新的基本规则	313
五、激发创新的因素	313
第二节 管理创新	314
一、管理创新的重要性	314
二、管理创新的内涵	315
三、管理创新的要素	316
第三节 技术创新	320
一、技术创新的内涵与基本特征	320
二、技术创新的主要类型	321
三、技术创新的动力因素	322
四、技术创新的组织模式	324
五、技术创新的战略选择	325
第四节 制度创新	327

一、制度创新的内涵	327
二、制度创新、管理创新和技术创新的关系	328
三、我国企业制度创新的途径	329
第十二章 管理学应用的热点	336
第一节 战略管理的热点	337
一、核心竞争力理论	337
二、绿色管理	338
三、知识管理	340
四、蓝海战略	342
第二节 组织管理的热点	347
一、学习型组织理论	347
二、业务流程重组理论	349
三、虚拟组织理论	352
第三节 绩效管理的热点	353
一、战略平衡计分卡理论	353
二、6 西格玛理论	355
三、标杆管理	357
主要参考文献	367