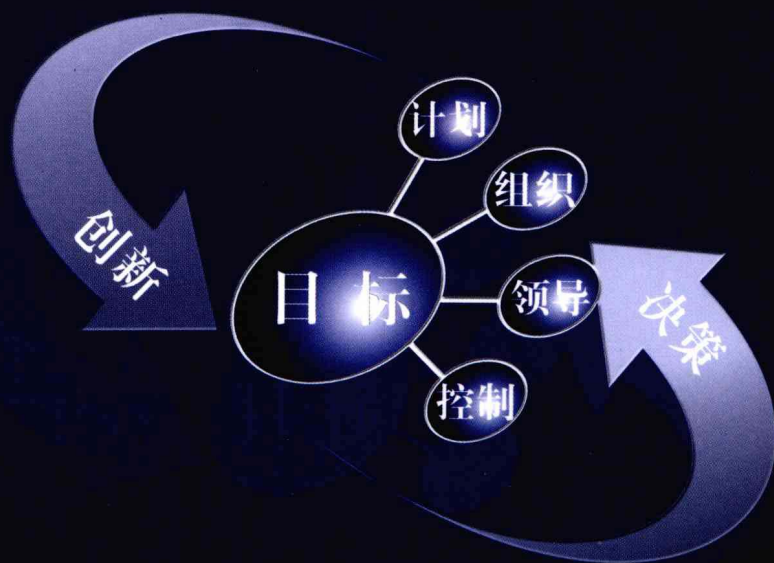


 2006 年北京市精品教材

MANAGEMENT

管理学

张明玉 等 编著



科学出版社
www.sciencep.com

精品课程立体化教材
2006 年北京市高等教育精品教材

管 理 学

张明玉 等 编 著

科学出版社
北 京

内 容 简 介

本书分为管理绪论、管理职能、管理艺术、管理应用和管理发展五篇,系统论述了管理学的基础常识,管理学的产生与发展,管理的计划、组织、领导、控制、决策等职能,以及管理学的沟通、激励和团队,管理学在人力资源、营销、物流、生产、财务、信息、质量等方面的专业管理和管理学目前及未来的创新、知识、战略等研究热点。

本书可作为高等院校管理专业本科生、研究生、MBA、EMBA 以及建筑项目工程硕士、物流工程硕士等应考参考书。

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学/张明玉等编著. —北京:科学出版社, 2007

精品课程立体化教材

ISBN 978-7-03-015385-2

I. 管… II. 张… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 035603 号

责任编辑:王伟娟 李俊峰/责任校对:桂伟利

责任印制:张克忠/封面设计:耕者工作设计室

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2005年5月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2007年11月第四次印刷 印张:34 1/4

印数:6 501—8 500 字数:794 000

定价:49.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈新欣〉)

作者介绍



张明玉教授，工学博士，经济学博士后，管理学博士生导师。北京交通大学经济管理学院党委书记，发展战略研究所所长，北京市高校学科带头人，北京市教学名师，铁道部科技拔尖人才。国家“十五”科技攻关项目“农产品现代物流技术研究示范”首席专家，中国国际工程咨询公司专家委员会委员。研究领域是企业战略与创新战略、区域战略与产业战略。近年来主持国家级课题9项、省部级、地方政府、企业委托课题28项，发表学术论文110余篇，出版专著5本，获北京市科学技术二等奖等省部级学术奖励5项、省部级教学奖励4项。

张明玉教授领导的管理学教学团队由10位工商管理专业的教授、副教授和讲师组成，其中，教授3名（张明玉，李培煊，邬文兵），副教授4名（张文松，吕海军，陈运涛，顾元勋），讲师3人（杨湘玉，王树祥，姜文生）。8名具有博士学位。他们分别从北京大学、南开大学、中国人民大学、西安交通大学、北京交通大学等全国重点大学获得博士学位。团队平均年龄38.6岁。其中，北京市教学名师奖1人，校级优秀教师2人，优秀主讲教师4人。团队主要成员知识面广，一专多能。主讲教师均具有10年以上的教学经历，以管理学教学为主，兼顾战略管理、企业创新学、生产管理、质量管理、管理沟通、营销管理、企业诊断与咨询等与管理相关课程的教学工作，教学经验丰富。



《管理学》第三次印刷的说明

《管理学》自 2005 年出版以来，由于教材独特的编写结构以及理论性、实践性、趣味性于一体的风格，得到了广大读者的欢迎和厚爱。很多学校把该书作为管理学的教材使用。由于需求量的不断增大，科学出版社于 2006 年进行了第二次印刷。随着需求的继续扩大，科学出版社计划进行 2007 年的第三次印刷。此次印刷，除了对有些内容进行修改完善外，增加了两方面的内容，一个内容是在第四章增加了 4.3 节人员配备，另一个内容是增加了第二章第三节中的有关对科学管理理论的评价、一般管理理论的评价以及理想的行政组织理论的评价。目的是使得重点内容更加全面与完整。希望《管理学》第三次印刷后，能够继续得到广大读者的厚爱，并希望提出宝贵的意见和建议。

前 言

管理水平与科学技术是现代文明的两大支柱，科学技术是硬件，管理水平是软件，只有两者紧密结合，才能产生出巨大的效能。

管理学的研究和运用，对于提高管理水平，调动组织成员的积极性、主动性和创造性，合理组织社会生产力，推动社会经济发展，具有重要意义。现代管理追求科学化的管理，科学的管理需要管理科学的指导。“企业兴衰，三分靠技术，七分靠管理”，从某种意义上讲，管理水平的高低代表着生产力发展水平的高低，也是经济发达、社会发展的重要因素之一。

管理学作为研究人类社会管理活动中各种现象及其规律的科学，是在近代社会化大生产条件下和在自然科学与社会科学日益发展的基础上形成的一门边缘性、交叉性、综合性科学。它不仅运用于工商组织，也运用于医院、学校、研究单位以至军队、政府机关等公共组织。因此，不仅各级经济部门和企业的工作者，而且非经济组织的工作者都有必要学习和掌握管理学的理论和方法。管理学课程已经成为各高等学校普遍开设的热门课程之一。

本书力求简明扼要、全面系统地介绍现代管理学的原理和方法，并努力反映国内外管理学理论和实践的新发展和新变化。本书分为管理绪论、管理职能、管理艺术、管理应用和管理发展五篇，系统论述了管理学的基础常识，管理学的产生与发展，管理的计划、组织、领导、控制、决策等职能，管理学的沟通、激励和团队，管理学在人力资源、财务、信息、物流、质量等方面的专业管理以及管理学目前以及未来的比如战略、知识、创新等研究热点。

与国内外已经出版的同类书籍比较，本书具有如下特点：

■ 全面性。本书参阅并引用了许多著名学者的观点，借鉴吸收了国内外管理学权威著作的精华，结合中国教师的教学特点和学生的学习特点，力求内容丰富全面。

■ 系统性。本书以周而复始的管理过程中诸要素、各环节的内在联系及其发展变化所发生的管理活动为研究对象，系统而概括地论述了现代管理的基础理论、基本原理、方法技能和发展应用。

■ 创新性。本书按照管理的内在逻辑创新了管理学的内容结构体系，并把 20 世纪国际管理理论界最新的研究成果有机地结合起来。突破了目前管理学的条框限制，创造性地按照“管理绪论、管理职能、管理艺术、管理应用和管理发展”的组织结构，把管理学庞大的体系有机、有序地组合起来。

■ 简洁性。本书力求用大量的图表、简洁的语言、精辟的案例和最有说服力的故事来讲解一些相对深奥的道理。每章的开头给出了一个学习目标，以明确学习的主要内容及目的，而结尾则附有学习小结及讨论题，便于读者进一步深入思考和加深理解。

■ 实用性。本书立足现代中国，从我国国情出发，理论联系实际，专设管理应用篇，为管理理论和管理方法的运用提供案例，也为无机会学习专业管理知识的非工商管

理专业学生拓宽知识面。特别需要指出的是,编著本书的主要作者具有多年为众多企业咨询的丰富经验,其中许多观点、案例、模型和方法是在北京交通大学发展战略研究所为众多企业量身定做的咨询报告的基础上提炼出来的,从这方面讲,本书更具有实战性和操作性。

本书由张明玉、李培焯、张文松担任主编;邬文兵、姜文生、陈运涛、吕海军、王树祥、杨湘玉、蒋宏伟担任副主编。各章初稿完成后,由主编对全书进行了修改、定稿。

全书共分为五篇二十章,各章节分工如下:张明玉(第十八章);张文松(第一章、第十三章、第二十章);邬文兵(第二章、第四章、第十一章);姜文生(第五章);陈运涛(第六章、第十二章、第十七章);吕海军(第三章、第八章、第十五章、第十九章);王树祥、蒋宏伟(第七章、第十四章、第十六章);杨湘玉(第九章、第十章)。

本书融学术性、实践性和可读性于一体,既有对管理学的发展史、基本理论、原则和方法的系统梳理,又有对管理学的艺术性和应用性的科学概括,同时也对当代管理学发展的新趋势做了全面诠释。因此,本教材的读者面比较广泛,既可以用作高等院校本科生及研究生(MBA、EMBA、项目管理工程硕士、物流管理工程硕士)的教材,也可以供其他层次的管理类专业学生选用。此外,对管理学界广大教师、研究人员和企业中的实际管理工作及其他对管理理论与实践感兴趣的读者,本书也具有重要的参考价值。

本书出版以来,承蒙广大读者的厚爱和支持,在《管理学》课程组的持续努力下,北京交通大学的《管理学》课程在2006年被评为北京市精品课、北京交通大学精品课。

本书再版前,作者对第一版中存在的问题进行了认真细致的检查、修正,力求做到完善无缺。尽管如此,由于本书编者的水平有限,书中难免会出现一些错误和不妥之处,恳请读者不吝批评指正,以便于再版时修订。

编著者

2006年8月

《管理学》第三次印刷的说明

前言

第一篇 管理绪论

第一章 管理与管理学	3
1.1 管理的概念与特点	4
1.2 管理的性质与作用	7
1.3 管理的主体与职能	11
1.4 管理学原理及方法	17
1.5 管理学性质及对象	26
1.6 管理学科体系结构	28
案例及习题	33
第二章 管理思想的演进	36
2.1 中国管理思想	38
2.2 西方管理萌芽	44
2.3 古典管理理论	49
2.4 行为科学理论	57
2.5 现代管理理论	65
案例及习题	72

第二篇 管理职能

第三章 计划	77
3.1 计划概述	78
3.2 计划工作	84
3.3 目标管理	88
3.4 计划制定	97
案例及习题	100
第四章 组织	105
4.1 组织理论	106
4.2 组织设计	108
4.3 人员配备	121
4.4 组织结构	133
4.5 组织变革	142

4.6 组织文化	145
案例及习题	149
第五章 领导	150
5.1 领导概述	151
5.2 特质理论	155
5.3 行为理论	157
5.4 权变理论	162
案例及习题	170
第六章 控制	173
6.1 控制概念	174
6.2 控制目的	177
6.3 控制过程	179
6.4 控制类型	182
6.5 控制原理	190
6.6 控制方法	194
案例及习题	204
第七章 决策	208
7.1 决策概述	209
7.2 决策理论	213
7.3 决策过程	215
7.4 决策方法	221
案例及习题	230

第三篇

管理艺术

第八章 沟通	237
8.1 沟通概述	238
8.2 沟通障碍	244
8.3 沟通原则	247
8.4 沟通技巧	249
案例及习题	259
第九章 激励	261
9.1 激励概述	262
9.2 激励理论	264
9.3 人性理论	276
9.4 激励方法	278
案例及习题	283
第十章 团队	285
10.1 团队概述	286

10.2 团队工作	292
10.3 团队建设	299
案例及习题	301

第四篇

管理应用

第十一章 人力资源管理	307
11.1 人力资源战略地位	308
11.2 人力资源管理体制	311
11.3 人力资源管理循环	312
11.4 人力资源管理系统流程	314
第十二章 营销管理	333
12.1 营销管理概述	334
12.2 营销管理过程	340
12.3 营销管理理念	348
12.4 顾客关系管理	350
第十三章 物流管理	357
13.1 物流概论	358
13.2 企业物流	370
13.3 第三方物流	377
第十四章 生产管理	381
14.1 生产管理概述	382
14.2 生产设计与组织	385
14.3 生产计划与控制	390
14.4 现代生产管理方式	395
第十五章 财务管理	400
15.1 财务管理概述	401
15.2 投资决策	402
15.3 筹资决策	407
15.4 资产管理	412
15.5 利润管理	416
15.6 财务分析	418
第十六章 信息管理	423
16.1 信息与企业管理	424
16.2 管理信息系统概述	426
16.3 管理信息系统开发	433
第十七章 质量管理	439
17.1 质量管理理念	440
17.2 质量管理范式	452

17.3 质量管理工具与方法.....	459
---------------------	-----

第五篇

管理发展

第十八章 创新管理.....	469
18.1 企业创新概述.....	470
18.2 企业创新动力.....	474
18.3 企业创新环境.....	475
18.4 企业创新战略.....	477
第十九章 知识管理.....	487
19.1 知识经济时代的企业管理.....	488
19.2 知识管理的内涵.....	493
19.3 知识管理的实践.....	496
19.4 惠普公司知识管理案例.....	500
第二十章 战略管理.....	502
20.1 企业战略与战略管理.....	503
20.2 企业使命与战略目标.....	511
20.3 企业战略选择与制定.....	517
20.4 企业战略实施与控制.....	529
主要参考书目.....	534

管 理 绪 论

- ☆ 管理与管理学
- ☆ 管理思想的演进

第一篇

管理与管理学

- ◇ 掌握管理、效率与效益、管理基本职能等基本概念
- ◇ 了解管理者的分类、管理者的基本素质
- ◇ 掌握管理学的性质特点
- ◇ 认识管理学的价值

在人类的历史上，还很少有什么事比管理的出现和发展更为迅猛，对人类具有更为重大和更为激烈的影响。

——彼德·德鲁克

卓越管理无止境，只有不断学习、不断留意世界的发展，管理者才有可能不断超越自己，为公司或组织开创美好的未来！

——汤姆·比得斯

强化企业管理，提高科学管理水平，是建立现代企业制度的内在要求，也是国有企业扭亏增盈、提高竞争能力的重要途径。必须高度重视和切实加强企业管理工作，从严管理企业，实现管理创新，尽快改变相当一部分企业决策随意、制度不严、纪律松弛、管理水平低下的状况。

——摘自《中共中央关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》

1.1 管理的概念与特点

1.1.1 管理的含义

在现代社会中，管理可以说无时不在，无处不在。不管人们从事何种职业，人人都在参与管理：或管理国家，或管理家庭，或管理业务，或管理子女。国家的兴衰、企业的成败、家庭的贫富，无不与管理是否得当有关。因此，管理是一个广义的名词，它包括各种各样的管理，如政治管理、军事管理、城市管理、交通管理、教育管理、经济管理、企业管理等。虽然这些领域都有自己的具体对象，但在管理的含义上却有着共性，即一般意义上的管理实质。由于考察角度不同，人们对管理含义的解释也不尽相同，主要有以下几种：

1) 赫伯特·A. 西蒙 (Herbert A. Simon) 等认为：决策贯穿于管理的全过程和所有的方面；组织是由一些决策者构成的系统；决策正确与否直接关系到组织工作的成败。因此“管理就是决策”。

2) 孔茨 (Koontz) 的定义是：“管理就是设计和保持一种良好环境，使人们在群体里高效率地完成既定目标。”

3) 小詹姆斯·H. 唐纳利 (James H. Donnelly) 等认为：“管理就是由一个或更多的人来协调他人活动，以便收到个人单独活动所不能收到的效果而进行的各种活动。”

4) 法约尔 (Fayol) 等人则认为：“管理，就是实行计划、组织、指挥、协调和控制。”

5) 路易斯·布恩和戴维·克茨 (Boone, Kurtz) 认为：“管理就是使用人力及其他资源去实现目标。”

6) 德鲁克认为：“管理是一种以绩效责任为基础的专业职能。管理是一种实践，其本质不在于‘知’而在于‘行’；其验证不在于逻辑，而在于成果；其唯一权威就是成就。”

7) 管理就是协调人际关系，激发人的积极性，以达到共同目标的一种活动。该理

论从组织行为学的观点出发,强调管理的核心是协调人际关系,管理通过激励、沟通等方法激发人的积极性,完成组织目标。

8) 管理就是领导。这种说法强调了管理者个人在管理活动中的领导作用。

9) 管理就是经由他人完成任务。这种说法强调了管理者发挥下属人员作用的重要性。

上述各类定义,可以概括为三个方面的内容:首先,管理是计划、组织、控制、激励和领导五项基本活动,这五项活动也称为管理的五大基本职能;其次,管理是通过协调人力、物力和财力资源实现组织目标的活动,即围绕着组织目标使组织的各类资源的利用和谐化、同步化的活动;再次,管理是协调组织资源使组织成员更加高效率地达到组织目标的过程。

根据以上三个方面的内容,管理可以定义为:管理是通过计划、组织、领导和控制等环节,经过不断地创新与决策,协调人力、物力和财力等资源以期高效率地达到组织目标的过程。如图 1-1 所示。

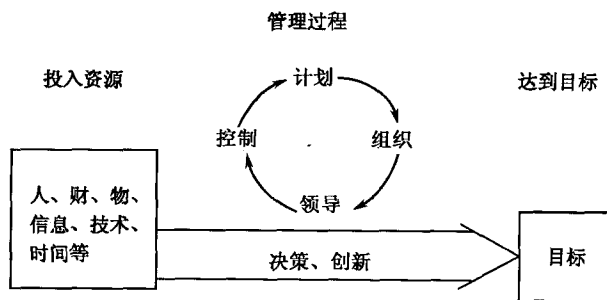


图 1-1 管理过程

这一定义包含着以下七重含义:

- 1) 管理是一种有意识、有组织的群体活动,不是盲目无计划的、本能的活动。
- 2) 管理是围绕着某一共同目标进行的。
- 3) 管理是一个动态的协调过程,协调人与人之间的活动和利益关系,它贯穿于整个管理过程的始终。
- 4) 管理包括一系列相互关联的职能,即计划、组织、领导、控制等。
- 5) 管理工作强调有效合理地利用资源,确保组织的效率和效果。
- 6) 管理是在特定环境下开展工作的,有效的管理必须审时度势,根据环境的特点进行活动。
- 7) 管理是人类改造世界的实践过程,是一种特殊形态的实践活动。

1.1.2 管理的要素

管理是一项有组织的社会活动,它包括 5 个基本要素:管理主体、管理客体、管理目标、管理职能和管理手段。

1. 管理主体

所谓管理主体是指从事管理活动的人员。组织中的管理主体由两类人构成:一类是

根据组织既定目标将目标任务分解为各类管理活动、工作任务，并督促完成既定目标的人。这类人员通常是组织的核心人物，或者说是组织的高层管理人员。另一类人员是从事各方面具体管理活动的人，这类人员通常是组织中的骨干人物，即组织的中层管理人员和基层管理人员。没有他们，组织既定的目标难以实现。后者在成为管理主体的同时，又是前者管理活动的作用对象，即受前者领导和控制，从而执行前者分解的组织目标和任务。因此，后者既是管理活动的发出者，又是管理活动的收受者。也就是说，其既是管理的主体又是管理的客体。

2. 管理客体

管理客体是指管理活动所作用的对象，即管理的收受者。从这个定义出发，管理的客体可以分成3类：

1) 组织中的一般成员。组织中的一般成员均是管理的客体，他们执行组织分配给予的工作任务，遵守一定的运行规则进行工作。

2) 组织中的其他资源。组织中的其他资源包括物质资源、信息资源、关系资源等，这些资源均是管理的客体，都是管理的收受者，它们在管理的作用下经过特定的技术转换过程就成为组织的产出物。

3) 与组织的扩张和发展相关的人力、财力、物力、信息和其他组织。这一类客体具有很大的不确定性，经常发生变动。

3. 管理目标

管理目标——管理活动的努力方向和所要达到的目的。凡是管理活动都必然有目标，尽管各种管理活动的主体不同、客体不同、内容不同、范围不同，甚至具体的目标也有很大差别，但都不会没有目标，否则，就不成为管理活动。

管理目标具有层次性。低层的管理目标是指一项具体的管理活动或管理工作的目标。如企业的利润管理就是要通过增加企业的销售收入，降低产品成本，以达到利润增加的目标；市场营销管理就是要通过市场调查，生产市场所需的产品，在满足消费者需求的基础上实现组织营利的目标。这一层次的目标对于具体的管理活动或管理工作来说是非常重要的、不可缺少的。因为管理活动若没有这一具体的欲达成的目标，这个活动本身就没有存在的必要了；另外，低层管理目标又是组织高层管理目标规定下的产物，管理的终极目标就是组织的最高层的战略目标。因为具体的管理活动或管理工作的目标若与组织高层目标相脱离，则管理就不可能实现组织的最终目标。

4. 管理职能

管理职能是指为了达到管理目标，管理者和管理对象之间用什么方式对管理活动进行计划、组织、领导和控制的问题，它是管理者和管理对象之间发生联系的纽带，是管理活动的主要体现。

5. 管理手段

管理手段是指为了达到管理目标和实现管理职能，管理者所使用的管理方法和管理