



21世纪全国高等院校艺术与amp;设计系列丛书

艺术管理

管顺丰 陈汗青 编著
杜娟 姚善良



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

G114/27

2008

21 世纪全国高等院校艺术与设计系列丛书

艺术管理

管顺丰 陈汗青 杜娟 姚善良 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书运用管理的基本原理,结合相关案例,从艺术企业管理与艺术产业管理两个层面对艺术管理进行系统的研究与探索,为我国艺术市场健康有序的发展提供有益的参考与指导。本书的主要内容包括管理的基础知识,艺术企业的战略管理、运营管理、营销管理与知识产权管理,以及艺术产业政策、艺术产业技术创新、艺术产业集群与艺术行业管理等。

本书作为《21 世纪全国高等院校艺术与设计系列丛书》之一,概念明确,条理清晰,便于课堂教学和业余自学,可作为艺术院校本科生的基础理论教材,也可作为艺术学和美学专业研究生的参考教材以及大学艺术通识课程的教材。

图书在版编目(CIP)数据

艺术管理/管顺丰等编著. —北京:北京大学出版社, 2008.7

(21 世纪全国高等院校艺术与设计系列丛书)

ISBN 978-7-301-14005-5

I. 艺… II. 管… III. 艺术—管理学—高等学校—教材 IV. J0-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 096369 号

书 名: 艺术管理

著作责任者: 管顺丰 陈汗青 杜 娟 姚善良 编著

总 策 划: 林章波

责 任 编 辑: 房兴华

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-14005-5/J · 0209

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

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

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×1092mm 16 开本 17 印张 387 千字

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 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 世纪全国高等院校艺术与设计系列丛书》

专家编审委员会

主任委员 陈汗青

副主任委员 (按拼音排序)

程建新 戴 端 过伟敏 何人可 何晓佑

鲁晓波 邱泽阳 全 森 汤重熹 涂 伟

汪尚麟 许 平 张成忠

委 员 (按拼音排序)

丁长河 管顺丰 何 辉 何新闻 黄祥清

李春富 柳 林 吕杰锋 吕淑梅 宁绍强

陆 平 王 强 王 辉

丛 书 序

人类的文明史也是一部人类的设计史、艺术史。人类通过艺术与设计将理想、情感、智慧或意志具体化、形象化，甚而情趣化、可用化。艺术与设计是人类独有的创造性活动和伟大特质，涉及人类所见、所闻、所想、所为、所用、所乐；它也是人类传承文明、走向未来、不断创新、持续发展的工具和手段；其主旋律是彰显人与自然的和谐发展，其原动力就在于人类对理想、对创造美好生活方式的不懈追求。

一

艺术与设计在现代化建设中占有举足轻重的地位。在各国迈入信息时代的过程中，艺术与设计外延至创意产业，以“个体创意、技巧及才干，通过知识产权的生成与利用”而“创造财富”（英国《创意产业图录报告》）。这已经是世界工业化国家发展的成功之路，艺术与设计已经成为各国提高自主创新能力、国际竞争能力、抗御风险能力和推动持续发展的重要支撑。

自 20 世纪 80 年代以来，以微电子、信息、新材料、系统科学等为代表的新一代科学技术的发展，及其在艺术与设计领域中的广泛渗透、应用和衍生，极大地拓展了艺术学科与设计艺术学学科的深度和广度。享受到科技发展成就的人们，对于精神生活品质的需求越来越强烈，渴望更为合理、和谐、美好的生活。特别是改革开放以来，我国艺术教育发展迅猛，艺术与设计界的变化史无前例。全国越来越多的高等院校设置了艺术与设计类学科，同类学位点有了明显增长，开设艺术与设计类专业的院校已逾 1400 所。艺术与设计作品的日新月异，各种流派的空前活跃，艺术学著作的不断增加，艺术理论研究取得的瞩目成就，国民艺术素质的普遍提高，都表明了当代艺术与设计领域已呈现花团锦簇、百家争鸣的局面。在蓬勃发展的过程中，艺术学与设计艺术学的内涵得到了丰富，其外延也有令人瞩目的拓展，并已成为衡量当今城市和国家综合实力强弱的标志之一。

艺术学在整个艺术与设计领域中占有重要的学术地位。它与文学、哲学、史学、民俗学、美学、心理学、考古学等历来有广泛的联系，是对艺术与设计进行综合研究、探讨其规律的学科。艺术的门类很多，形式、样式和题材的纷繁决定了它的多样性，并不断地推陈出新。在美术、设计、音乐、电影与电视等艺术门类中，如何对创作、设计、表演等纷繁现象做整体性的对照，区别其个性与共性，构建完整的体系等问题，使之纳入人文科学和社会科学的轨道，都是艺术学科的主要任务。艺术学科与相邻的二级学科，如美术学、艺术设计学、音乐学、舞蹈学、电影学、广播电视艺术学、戏剧戏曲等有广泛、密切的定位。它也与各二级学科的专业史论等接近，其关系有同有异、互为补充。艺术学的研究分成若干分支。除艺术原理外，有中外艺术史、艺术美学、艺术评论、比较艺术、艺术分类学、艺术形态学、民间艺术学、艺术文献学、艺术教育、艺术管理学等；艺术与多学科结合，有许多带有边缘性质和交叉性质的分支学科产生，如艺术心理学、艺术伦理学、艺术文化学、宗教艺术学、艺术考古学、艺术经济学、艺术市场学、艺术传播学、艺术设计学、工业艺术学、环境艺术学等。

设计艺术学与上述二级学科艺术学和美术学有着紧密的联系。设计艺术学是一门多学科交叉的、实用性的艺术学科，其内涵是按照文化艺术与科学技术相结合的规律，创造人类生活的物质产品和精神产品的一门科学。其范围宽广、内容丰富，是功能效用与审美意

识的统一,也是现代社会物质生活和精神生活必不可少的组成部分,在一定程度上影响和改变着人们的生活方式和生活质量。简言之,设计是人类有目的地改变原有事物,使其更新、易用、宜人、致美、增益,且具有多方面品质的活动,也是在限定性条件下,以满足人的物质需求和精神需求为目的,应用科学、经济、艺术要素,系统构想解决问题的方案、实现其价值的创造性活动。它已被列为社会发展急需的专业,其内容涵盖工业设计、创意产业、动漫与信息艺术、设计教育等方面。在对艺术学全面理解和整体把握的基础上,能够更好地研究设计艺术的理论与实践。

艺术与设计理论研究虽然呈现出“芝麻开花节节高”的趋势,但与实践相比仍较滞后,主要体现在研究作品远少于创作与设计实践作品,理论研究人员远少于创作与设计实践人员,在基础发展薄弱的高校,出现了艺术与设计专业“上马”仓促、膨胀过度、“削足适履”等问题;或是忽视艺术与设计的交叉性、创造性、前沿性,忽视艺术学理论对艺术与设计实践的指导作用;或是对与现代生产生活和科技密切相关的课程缺乏支撑,对培养创新能力与综合素质重视不够。这就要求艺术与设计理论研究者在不断开拓进取的实践中,面对各种问题和诱惑,始终保持良好的心态;要求理论家以厚实的理论基础来拓宽研究视野和研究领域。

无论是从人的本性出发,还是从社会现实方面去考虑,人人都需要艺术与设计,人人都需要懂得艺术与设计,人人都应该具有欣赏艺术与设计作品的能力,成为有能力满足自身需要的设计爱好者、艺术爱好者。经济发达国家一般都比较重视艺术与设计教育,其中许多国家还以法律形式确立了艺术与设计教育的地位。随着“入世”进程的不断深入,国外颇有实力的院校或集团正对中国这个庞大的市场虎视眈眈。全球性的、超国界的力量也在对人类文化、人类社会行为、思想、价值判断发挥其作用。不同国家、不同文化之间正呈现新的对话,正从经济、技术、产品、艺术、生存与传播方式等方面进行文化的碰撞与交流。促成了物质领域生成规则的信息革命,深刻影响了艺术与设计文化的传达与表现,影响了艺术与设计的认知模式,引发了新的国际性竞争。这也带来了一系列新观念、新思维,诸如创意产业与设计文化阐释、文化表现、价值观、思维方式等问题。这种新观念与新思维的导入,特别是改革开放的新视角,为我们重新审视产业观念和艺术与设计体系提供了更多的思考维度。这都对艺术与设计的研究和应用提出了更高的要求,我们正面临新的挑战。

二

毋庸置疑,艺术理论的指导意义十分重要,没有理论指导的实践是盲目的实践,感觉到的东西不一定能够理解,只有理解了的东西才能深刻地感觉到。因此,加强对艺术与设计的研究,探讨其本质,创建同时代发展相适应的、科学的理论与实践体系,实属当务之急。

因此,研究艺术与设计必须以科学的态度,不断思考艺术学科与设计艺术学科的范围、对象、特征,探寻艺术的发展规律与研究方法;从不同的角度探索其发展的思路和途径;宏观地、辨证地分析世界艺术与设计教育的建设、管理经验、教训和成果,以为己所用。同时,重视和加强基础研究、创新研究,并针对艺术与设计实践发展过程中产生的艺术规律、方法、语意表达等进行理性思考、梳理,把握我国艺术与设计发展的脉络和规律,加强对中华传统艺术与设计的发掘、保护、整理和开发利用;加强对新兴边缘交叉学科和跨学科的综合研究,不断处理好弘扬优秀民族传统、时代精神同有较高学术水准、有较大推广应用价值、代表先进文化前进方向的关系,处理好理论与实践统一的关系;处理好历史、现实与未来之间的关系,将基础研究、综合研究、分类研究与艺术与设计教育研究结合起来,进行分析、凝练,做出科学论证,全力使研究方向、梯队、基地、成果等学科发展要素体现出创新性、时代性和前瞻性,进而实现从材料积累、观点创新,到构建科学的、具

有时代特点和中国特色的艺术与设计学科体系,造就一批又一批的艺术与设计人才。当然,这是全体投身于艺术与设计研究和实践者的共同目标。本丛书中可能只做了其中很少一部分的工作,希望能起到抛砖引玉的作用。

艺术与设计类专业主要着眼于培养国民经济发展所需要的德智体美全面发展的高素质专门人才,要求其具有较高的文化素质和艺术修养,广博的人文科学知识、艺术学基础知识,以及与本专业相关的学科知识;具有国际交流的能力;既具有较扎实的理论功底、良好的发展后劲、丰富的社会知识,又具有较强的专业技能、创新精神、实践能力和国际视野;要求注重专业理论的系统学习,提高学生的专业素质和应用能力;要求注重实践、注重规范、注重国际交流,并与其他学科相互交融、协调发展。因此,进行深入的教学改革和创新,探讨艺术与设计类专业创新人才的培养模式,建立培养创新人才的教学体系和教材资源环境,是我们努力的目标;也是我们组织编写、出版面向艺术与设计类专业丛书的意义所在。

北京大学出版社的领导和编辑通过实际调研,在与众多专家学者讨论的基础上,决定编写和出版本丛书,这是一项有利于促进高校艺术与设计教育改革发展的措施。

三

本丛书立足于 21 世纪艺术与设计学科发展的需要,以科学性、先进性、系统性和实用性为目标进行编写,以适应不同类型、不同层次院校的实际需要。其特色体现在以下几个方面。

(1) 关注全球艺术学科与设计艺术学科发展的大背景,建立学科交叉与综合的新理念。力求使新兴学科与艺术学学科结合的内容在该系列丛书中得以生动体现。

(2) 进一步密切学科内各专业知识间的内在联系,建立系统性的知识体系结构。从探讨艺术本体论、认识论、方法论等,到艺术与设计创作与批评的实践,整个系列形成了一套较完整的知识结构体系。

(3) 在保持较宽学科专业知识的前提下,突出重点,拓宽理论基础和专业知识,涵盖艺术与设计类相关专业的课程,把握相关课程之间的关系。

(4) 理论联系实际。本丛书特别列举了我国艺术与设计工作中的大量实际案例,可大大增强学生的实际操作能力,力求做到不断强化其适应能力、实践能力和实干精神。

(5) 注重能力培养,特别是突出创造能力和创新意识。力求做到不断强化读者的自学能力、思维能力、创造性地解决问题的能力、不断自我更新知识的能力,促进读者朝着富有鲜明个性的方向发展。

(6) 随着信息时代的来临,现代理论和技术方法的不断发展,艺术与设计不只是单纯追求某方面的先进和高低,而是综合考虑质量、市场、价格、安全、美学、资源、环境等方面的影响。

(7) 内容新颖。融会当前有关艺术与设计学科的最新理论和实践经验,用最新知识充实丛书内容。

(8) 本丛书主要是由国内高校教师共同编写而成的,在进行相互学术交流、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。本丛书是合作交流的成果,具有较强的适应性。

总之,本丛书注意加强学科基础,调整课程结构,反映各课程之间的联系和衔接,既相互联系又避免不必要的重复,努力拓宽知识面,在培养创新能力方面进行了探索。丛书从不同的角度探索艺术与设计发展的基本思想和途径,宏观地、辩证地分析艺术创作与设计的规律、方法;对艺术与设计之本源论、方法论、主体论、本体论、欣赏观、价值观、艺术观等都进行了深入、细致、广泛的研究。本丛书将以全新的面貌来传播现代艺术与设

计教育的新成果,将学术性、知识性、趣味性融于一体,力求深入浅出,图文并茂,使读者在艺术的天地里得到美的享受,进一步陶冶情趣,提高审美能力。

四

笔者希望本丛书有助于我国艺术学理论的健康发展,更有助于大学生艺术与设计修养的提高、艺术思维的完善、艺术与设计作品水平的提升。

对艺术、设计做充分的认识和了解,熟悉具有代表性的艺术作品、艺术家和风格流派,在对艺术学的全面理解和整体把握下进行艺术与设计的创作实践;较好地使用外语和古汉语,全面而准确地鉴赏艺术作品,洞察艺术的魅力和奥妙;掌握调研与实地考察的方法,占有较厚实的第一手资料和间接的研究材料,独立思考问题和处理问题,深入分析、归纳和阐述艺术的规律;对不同艺术的特点与个性有深刻的了解,并对艺术的发展有一定的前瞻性和预见性;统观大局,审时度势,善于策划,又能在无数的艺术作品中归纳其共性,由个别上升到一般,再由一般上升到理论……应当说,这都是进行艺术与设计研究时必须具备的品质。而作为高要求,系列丛书应充分汲取中华民族优秀文化和西方精华,形成中国自己的特色。上述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进行创新才能达成。笔者希望本丛书的编写,将是我们追求高质量丛书的新尝试和新起点。

最后,笔者要感谢参加本丛书编著和审稿的各位老师、作者和同仁,武汉理工大学艺术与科学学院许多师生也做了大量工作,对他们付出的辛勤劳动,在此一并致谢。由于编写时间紧、相互协调难度大,本书在编辑、翻译、引用上不无舛误;虽经审校,未必尽如人意,疏漏之处在所难免,敬请专家、读者指正。笔者相信,在使用本丛书的教师和学生关心和帮助下,本丛书一定能得到不断的改进和完善,并在我国艺术学类学科专业体系建设中起到应有的促进作用。

陈汗青

2008年1月于武汉

陈汗青 现任武汉理工大学艺术与设计学院院长,国家精品课程《设计概论》负责人、湖北省优秀研究生导师、工业设计品牌专业学术带头人。他先后兼任中国工业设计协会常务理事、教育部高校工业设计专业教学指导分委员会委员、中国美术家协会工业设计艺术委员会委员、教育部艺术硕士学位教育委员会委员,中国建设环境艺术委员会副会长、湖北艺术研究院副院长、湖北省高教学会艺术设计专业委员会理事长,湖北科技美术研究会副理事长,发表了近70篇学术论文。他是创建工业设计工程硕士领域与中南地区设计艺术学博士点的先行者、武汉理工大学艺术学博士后学术带头人。

注:本文参考和摘引了国务院学位委员会办公室和教育部研究生工作办公室编写的《授予博士硕士学位和培养研究生的学科专业简介》中第115页和第118页的内容。该书由高等教育出版社于1998年出版。

前 言

把艺术活动当作一种社会性的生产活动是马克思主义对文艺理论科学的重大贡献。马克思在关于艺术生产特性、艺术生产和物质生产的不平衡、艺术与商品等方面的论述中阐述了丰富的艺术管理思想。而当前我国经济的快速发展,特别是人民群众对艺术的迫切需求,对艺术管理活动提出了更高的要求。在这种形势下,探索提高艺术管理水平的途径和方法,研究艺术管理如何更好地适应我国社会主义市场经济发展的要求,对于保障我国艺术市场健康有序地发展有着重要的现实意义。

有别于一般艺术管理研究的架构,本书结合管理的基本原理与相关案例,理论与实践相结合,从艺术企业管理与艺术产业管理两个层面对艺术管理进行系统的研究。全书共分为3部分,第1篇为管理的基本原理,包括第1章、第2章、第3章,主要介绍管理与管理者、西方管理理论的发展史和管理的职能;第2篇为艺术企业管理,包括第4章、第5章、第6章、第7章、第8章,阐述艺术企业管理的基本内容,包括艺术企业管理概论、艺术企业战略管理、艺术企业运营管理、艺术企业营销管理与艺术企业知识产权管理;第3篇为艺术产业管理,包括第9章、第10章、第11章、第12章、第13章,集中阐述艺术产业概述、艺术产业政策、艺术产业技术创新、艺术产业集群与艺术行业管理知识。

本书可以作为艺术院校本科生的基础理论教材,建议授课的总学时为48学时,各章具体授课的学时见下表。

章 节	授课学时	章 节	授课学时
第1章	2	第8章	6
第2章	2	第9章	3
第3章	4	第10章	3
第4章	2	第11章	2
第5章	5	第12章	4
第6章	6	第13章	3
第7章	6		

在本书的撰写过程中,参考和借鉴了众多专家和学者的研究成果,在此致以衷心的感谢!武汉理工大学王敏、杨诚、刘军、黄楚楠等研究生参与了部分章节和案例的撰写工作,在此对他们表示感谢。

艺术管理是一门不断发展变化的交叉性学科,它的许多理论和实践问题还在探索过程中,本书的内容也远不够成熟,甚至可能存在有争议之处。希望本书的出版能起到抛砖引玉之效,望专家和读者给予批评、指正!

作 者
2008年5月

目 录

第 1 篇 管理的基本原理

第 1 章 管理与管理者	1	2.3.6 经理角色学派	19
1.1 管理的含义与性质	2	2.3.7 企业流程再造理论	19
1.1.1 管理的含义	2	2.3.8 学习型组织理论	20
1.1.2 管理的性质	3	2.3.9 企业文化理论	20
1.2 管理者	3	2.3.10 目标管理	21
1.2.1 管理者及其类型	3	重点与难点	21
1.2.2 管理者扮演的角色	4	思考题	21
1.2.3 管理者的基本技能	6	第 3 章 管理的职能	24
1.2.4 管理者应具备的素质	7	3.1 计划	25
重点与难点	8	3.1.1 计划的含义与内容	25
思考题	8	3.1.2 计划体系	26
第 2 章 西方管理理论的发展史	10	3.1.3 制订计划的程序	27
2.1 古典管理理论	11	3.1.4 制订计划的方法	27
2.1.1 泰罗的科学管理理论	11	3.2 组织	28
2.1.2 法约尔的一般管理理论	12	3.2.1 组织的相关概念	28
2.1.3 韦伯的理想行政组织体系	13	3.2.2 组织结构	30
2.2 行为科学理论	14	3.3 领导	33
2.2.1 行为科学理论的早期理论		3.3.1 领导的含义与作用	33
——人际关系理论	14	3.3.2 领导方式及其理论	34
2.2.2 行为科学理论的主要内容	16	3.3.3 激励理论	36
2.3 现代管理理论	16	3.4 控制	38
2.3.1 管理科学学派	17	3.4.1 控制的含义、类型与要求	38
2.3.2 决策理论学派	17	3.4.2 控制的过程	39
2.3.3 系统管理理论学派	18	3.4.3 控制的方法	42
2.3.4 权变管理学派	18	重点与难点	43
2.3.5 经验主义学派	18	思考题	43

第 2 篇 艺术企业管理

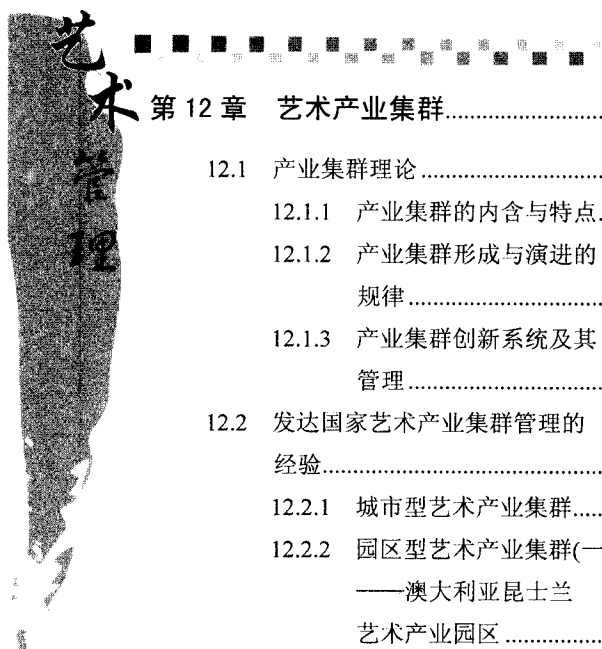
第 4 章 艺术企业管理概论	45	4.1.1 艺术企业的含义	46
4.1 艺术企业管理概述	46	4.1.2 艺术企业的特征	47

第6章 艺术企业运营管理.....71

7.5 客户关系管理	161	8.1.3 著作权	181
7.5.1 客户关系管理的含义和 管理机制	161	8.2 艺术企业专利战略	185
7.5.2 客户数据库	163	8.2.1 专利引进与利用战略	185
7.5.3 CRM 的实施过程	164	8.2.2 竞争防御的专利战略	186
重点与难点	165	8.3 艺术企业专利战略实施的 组织管理	188
思考题	165	8.3.1 组织管理部门的 设置与规模	188
第 8 章 艺术企业知识产权管理	175	8.3.2 组织管理部门的职责	188
8.1 艺术企业知识产权的内容	176	8.3.3 专利开发的激励措施	189
8.1.1 专利	176	重点与难点	189
8.1.2 商标	178	思考题	189

第 3 篇 艺术产业管理

第 9 章 艺术产业概述	191	10.2.2 间接引导	212
9.1 艺术产业与创意产业	192	10.2.3 法律规制	212
9.1.1 产业与艺术产业	192	10.3 发达国家艺术产业政策的经验	212
9.1.2 艺术产业与创意产业的 关系	192	10.3.1 发达国家艺术产业 策略性政策的运用	212
9.2 艺术产业的分类	194	10.3.2 发达国家艺术产业 直接政策的运用	213
9.2.1 美术产业	194	10.3.3 发达国家艺术产业 环境政策的运用	214
9.2.2 设计产业	196	重点与难点	214
9.2.3 摄影产业	197	思考题	214
9.2.4 博物馆与展览艺术产业	198	第 11 章 艺术产业技术创新	217
9.2.5 影视表演产业	200	11.1 产业技术创新的含义与模式	218
9.3 艺术产业的特点与全球化	202	11.1.1 产业技术创新的含义	218
9.3.1 艺术产业的特点	202	11.1.2 产业技术创新的模式	219
9.3.2 艺术产业的全球化	204	11.2 艺术产业技术创新的作用	224
9.3.3 艺术产业发展中的 多维延伸	205	11.2.1 促进信息技术在艺术产业 发展中的应用	224
重点与难点	206	11.2.2 发挥艺术产业在产业技术 集成创新中的核心作用	226
思考题	206	11.2.3 发挥艺术产业对关联产业 技术创新的推动作用	228
第 10 章 艺术产业政策	207	重点与难点	228
10.1 产业管理的政策体系	208	思考题	228
10.1.1 产业政策及其作用	208		
10.1.2 艺术产业政策体系	208		
10.2 产业政策运用的手段	211		
10.2.1 直接干预	211		



第12章 艺术产业集群.....230

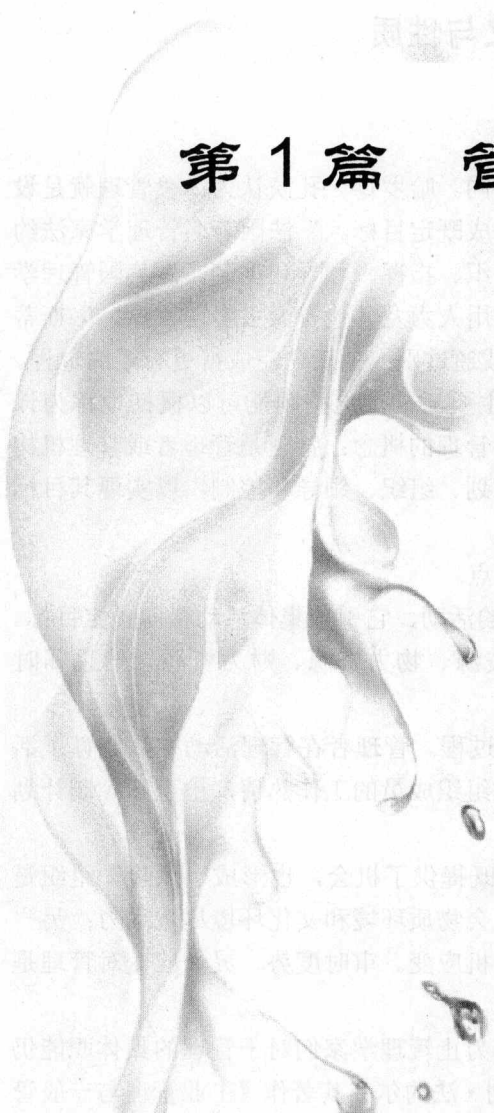
12.1 产业集群理论	231
12.1.1 产业集群的内涵与特点	231
12.1.2 产业集群形成与演进的 规律	232
12.1.3 产业集群创新系统及其 管理	234
12.2 发达国家艺术产业集群管理的 经验	237
12.2.1 城市型艺术产业集群	237
12.2.2 园区型艺术产业集群(一) ——澳大利亚昆士兰 艺术产业园区	238
12.2.3 园区型艺术产业集群(二) ——韩国数字媒体城	239
12.3 我国艺术产业集群管理	239
12.3.1 城市型艺术产业集群	239
12.3.2 园区型艺术产业集群	242
12.3.3 深圳文化创意产业园	243

12.3.4 中国香港数码港	244
重点与难点	245
思考题	245

第13章 艺术行业管理.....247

13.1 行业管理概述	248
13.1.1 行业管理的含义和模式	248
13.1.2 大型公司与行业管理	249
13.2 行业协会	250
13.2.1 行业协会的功能及其 运行方式	250
13.2.2 发达国家典型的 艺术行业组织	250
13.3 中国艺术行业协会	252
13.3.1 中国行业协会的 基本情况	252
13.3.2 中国艺术行业协会简介	254
重点与难点	256
思考题	256

参考文献.....257



第1篇 管理的基本原理

第1章

管理与管理者

本章导读：管理活动作为人类最重要的一项活动，广泛存在于现实生活之中，无论是国家、企业，还是军队、医院、学校等任何组织都离不开管理。管理是一切组织活动中必不可少的重要组成部分。因此，在社会生活中，特别是在组织活动中，有必要了解什么是管理，为什么要进行管理，怎样才能有效地进行管理。

通过本章的学习，准确把握管理的概念，深刻理解管理的性质，从而能够认识遇到的管理问题、探索管理活动的规律、运用管理原理指导管理实践；了解组织中管理者的类型，在理论上掌握管理者所应承担的角色和技能，以及管理者应该具备的基本素质。

关键词：管理 管理者 管理的性质



1.1 管理的含义与性质

1.1.1 管理的含义

不同历史时期、不同学派对管理的看法不尽相同。哈罗德·孔茨认为：“管理就是设计和保持一种良好环境，使人在群体里高效率地完成既定目标。”法国著名管理学家法约尔等人则把管理定义为：“管理就是执行计划、组织、指挥、领导和控制。”美国管理学家路易斯·布恩和戴维·克茨认为：“管理就是使用人力及其他资源去实现目标。”斯蒂芬·P·罗宾斯认为：“管理就是指同别人一起，或通过别人使活动完成得更有效的过程。这里过程的含义表示管理者发挥的职能或从事的主要活动，这些职能可以概括地称为计划、组织、领导和控制。”综上所述观点可以得出管理的概念：管理是管理者或管理机构在特定的环境下，对其所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导和控制，以实现其目标的过程。

根据管理的定义可以得出管理具有如下几个特点。

- (1) 管理具有明确的目标。管理是一种有目的的活动，它引导集体活动指向预定目标。
- (2) 管理的对象是组织中的资源，包括人力资源、物力资源、财力资源、信息和时间等。
- (3) 管理是一系列相互关联、连续进行的活动过程。管理者在管理活动中，制订了行动计划、做出决策后，还要组织计划的实施，激发组织成员的工作热情，检查和控制计划的执行。
- (4) 管理活动是在一定的环境下开展的。环境既提供了机会，也形成了风险。组织是一个开放的系统，一方面要求组织为创造优良的社会物质环境和文化环境尽心尽力；另一方面管理的方法和技巧必须因环境条件的不同而随机应变。审时度势、灵活应变对管理是否成功是至关重要的。

管理的职能是指管理系统的作用和功能，至今为止管理学家们对于管理的具体职能仍有许多不同的看法。在20世纪初，法国工业家亨利·法约尔在其著作《工业管理与一般管理》中写到，所有管理者都行使5种管理职能：计划、组织、指挥、协调和控制。到20世纪50年代中期，美国UCLA(加州大学洛杉矶分校)的教授哈罗德·孔茨等认为管理的具体职能应包括计划、组织、控制、人事和领导5种职能。我国管理学教科书里对管理职能的划分也不尽相同，本书认为根据管理理论的发展，对管理职能的认识也应该有所发展。一般将管理的职能划分为计划、组织、领导和控制4个职能。

各项管理职能都有独特的表现形式，例如，决策职能通过方案和计划的形式表现出来；组织职能通过组织结构设计和人员配备表现出来；领导职能通过领导者的关系表现出来；控制职能通过对计划执行情况的信息反馈和纠正偏差表现出来。每一项管理工作一般都从决策开始，经过组织、领导到控制结束，各职能之间同时相互交叉渗透，控制的结果可能又导致新的决策，开始新一轮新的管理循环，如此循环往复，把工作不断地推向前进。



1.1.2 管理的性质

任何社会的生产过程都是在一定的社会生产方式下进行的,是生产力与生产关系的统一。由于生产过程具有二重性,既是物质资料的再生产,又是生产关系的再生产,因此,对生产过程的管理也存在着二重性。一种是与生产力、科学技术、社会化大生产等相联系的管理的自然属性,另一种是与生产关系、社会制度等相关联的管理的社会属性。

1. 管理的自然属性

管理的自然属性是指管理要处理人与自然的关系,要合理组织生产力,因此也称为管理的生产力属性。因为管理是一切共同活动所要求的,是适应社会生产力发展和社会分工发展的要求而产生的,是社会协作过程本身的要求。所以,管理的自然属性是合理组织生产力和进行社会化大生产的客观要求,与生产关系、社会制度无关。任何社会,不管其社会制度如何,要有效地分工协调、合理分配资源、发展生产力,就必须进行科学管理。随着科学技术的不断发展和进步,管理的内容越复杂,管理的科学化程度就越高。

2. 管理的社会属性

管理活动既要反映生产力的要求,又要反映生产关系的要求。管理的社会属性是指管理要处理人与人之间的关系,要受到一定的生产关系、政治制度和意识形态的影响和制约,所以它也称为管理的生产关系属性。任何管理活动都是在一定的生产关系中进行的,受到生产关系的影响和制约,并反映生产资料所有者的利益和要求。例如,管理权属于谁,管理的目的是什么,管理的基本方式是什么?这些归根到底要反映社会制度的性质。因此,管理在不同生产关系下有不同的社会属性。管理的社会属性是社会生产关系的体现,是实现生产目的的重要手段。

学习和掌握管理的二重性对学习和理解管理学、认识我国的管理问题、探索管理活动的规律,以及运用管理原理来指导管理实践都具有重要的现实意义。

1.2 管 理 者

1.2.1 管理者及其类型

管理者是指一个组织中按照组织的目的指挥别人活动的人。一个组织内有各种类型的管理者。可以从一个组织的纵向和横向两方面来分析各种类型的管理者。

1. 纵向分析

从纵向分析一个组织内的管理者,就是从一个组织的垂直方向来分析其管理者。从纵向分析大多数人把管理者分为高层、中层和基层(或作业层)3个层次。

(1) 高层管理者。这一层次的管理者在一个组织内的管理者中占的数量较少,主要包括企、事业组织中的董事会董事、总经理、副总经理及其他高级管理职员等。高层管理者负责制订组织目标、总体战略,掌握方针政策和评价整个组织的业绩。他们在对外交往中,往往以组织的“官方”身份出现。

(2) 中层管理者。这一层次的管理者数量很大,包括分厂、分公司的厂长、经理、总公司下属分部经理等。他们的主要职责是执行高层管理者做出的计划和决策,把高层制订的战略目标付诸实现。他们负责向最高管理层报告工作,同时负责监督和协调基层管理者的工作。与高层管理者相比,他们更注重组织日常的管理事务。据有关调查报告表明:如果中层管理者被授权,组织内生产和改革的步伐就会更快。

(3) 基层管理者。该管理层的人数众多,主要包括车间主任、工长、基层单位负责人和办公室负责人等。他们的主要职责是给下属人员安排具体的工作任务,监督下属人员的工作情况、协调下属人员的活动,使大家都能完成既定的目标,他们直接向中层管理者报告工作。

2. 横向分析

从横向分析管理者就是从其作用着手,而不是从其在组织层次中的地位高低来分析。以企业为例,一般有下列几种类型的管理者。

(1) 市场管理者,他们的基本工作都与市场有关,如市场调查分析、广告与产品宣传、产品调拨与销售,以及分析顾客心理、需求和竞争对手的有关情况等。在市场经济条件下,市场对企业的决定性决定了市场管理者的重要作用。

(2) 财务管理者,他们基本上都是与组织的金融资源打交道。具体讲,财务管理的主要职责包括资金的筹集、预算、核算、投资和财务监控等。

(3) 生产管理者,他们的工作主要包括:建立能为组织制造产品和服务的系统,负责制订生产计划和控制组织日常的生产活动、生产规划、质量控制、工厂及设备的选择和布局等。现在由于提高产品质量、保护和合理利用有限的资源等问题日益被人们所重视,这就使得生产管理者在企业中的地位变得越来越重要。

(4) 人事管理者,他们的主要职责是从事对人力资源的管理。在组织中,人事部门是从事人力资源的计划、招聘和选择组织所需要的合格人才,并对这些人才进行有效的培训和合理的使用,建立合理而高效的业绩评估、晋升、奖励和惩罚以及报酬制度等。在市场经济条件下,企业之间的竞争本质是人才竞争。随着国内外对人才竞争态势的日趋加剧,人事部门的工作将会变得越来越繁琐和重要。

(5) 行政管理者,对一个组织而言,行政管理者也是极为重要的,比起从事某一专业方面的管理者来说,他们从事的工作更加综合化,管理实践的面更宽广,因此,他们更富有各个方面的管理经验,对管理职能也更加熟悉。

(6) 其他方面的管理者,除了上述的各种管理者以外,在国内外的事业单位里还有其他专职的管理者。例如,公共关系管理者,他们主要负责处理公共关系方面的事务;研究与开发方面的管理者,他们专门负责协调科技人员和工程师,以便进行科技项目和新产品的开发。

1.2.2 管理者扮演的角色

根据亨利·明茨伯格的一项被广为引用的研究,管理者扮演着 10 种不同的角色。这 10 种角色可分为三大类:人际角色、信息角色和决策角色,如图 1.1 所示。