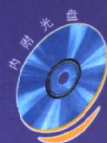


MBA联考 (2004年)



管理

实战指南

周毕文 马立君 编著

李培煊 主审



清华大学出版社

MBA 联考（2004 年）

管 理 实 战 指 南

周毕文 马立君 编著

李培煊 主审

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书融“教与学”、“学与考”，以实战为主。近两年 MBA 联考管理的考试成绩连续走低。考题突出灵活性和对教材中重点、难点及企业热点、难点的分析考察，已成为部分学生的入学障碍，也越来越引起考生对这门课复习的重视。一般来讲，许多考生比较重视对管理学基本知识的理解复习，这方面的复习材料也比较多，但恰恰在如何使管理理论与管理实践有机结合从而有效应对考试方面，缺乏有效的复习途径和必要的教材。

本书旨在帮助考生从理论复习走向考试实战，这是本书的精华之处，也符合近几年全国 MBA 联考管理试题：侧重管理理论与实践的结合，加强潜能考察的趋势。

本书也可以说是受到大家好评的《2003 年 MBA 联考管理考试应试指南与模拟试卷》一书的更新版，对 MPA 考生同样适用。书中不足之处，欢迎大家指正。

版权所有，翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签，无标签者不得销售。

图书在版编目（CIP）数据

管理实战指南/周毕文、马立君编著. —北京：清华大学出版社，2003

（MBA联考（2004年））

ISBN 7-302-07172-1

I. 管… II. ①周…②马… III. 企业管理—研究生—入学考试—自学参考资料试题 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字（2003）第077249号

出 版 者：清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机：010-62770175

地 址：北京清华大学学研大厦

邮 编：100084

客户服务：010-62776969

责任编辑：杜春杰

封面设计：秦 铭

版式设计：俞小红

印 刷 者：北京国马印刷厂

发 行 者：新华书店总店北京发行所

开 本：185×260 印张：23.75 字数：544 千字

版 次：2003 年 9 月第 1 版 2003 年 9 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 7-302-07172-1/F·615

印 数：1~5000

定 价：36.00 元（附光盘 1 张）



近年 MBA 管理考试平均成绩持续走低，试题难度不断增加。特别是 2002 年 1 月管理考试成绩不如人意，许多考生因管理考试没有取得理想成绩而未能如愿地考上 MBA。某校对管理成绩进行了统计，平均成绩为 54.8 分。有些考生认为实际成绩与感觉相差太大。两位同学的查分结果如下：一位同学管理 60 分，主观题得分仅为 10 分，其中简述题得 6 分，5 个小题分别得分为（3、1、0、2、0），分析题得分为 3 分。另一位同学管理 53 分，主观题得分仅为 9 分，其中简述题得 5 分，5 个小题分别得分为（0、1、1、2、1），分析题得分为 4 分。可见考生备考管理考试时还存在许多误区。这对每一个复习备考的 MBA 考生来说，都是一个不容忽视的问题。

管理考试的成绩取决于以下四个方面的因素：

1. 是否正确理解 MBA 教育指导委员会考试大纲的中心思想和核心内容，对管理学的基本知识体系是否把握。一般同学和老师在学习和辅导过程中都比较重视，但这部分只能对考试成绩有 50% 的作用。

2. 是否吃透了考试出题者的思路。可以把历年考试试卷作为最好的模拟考题，它们真正反映了出题者的思路。一部分同学在复习过程中不太注重往年考题的练习，盲目去做一些模拟试题，有些同学只看书本知识，很少进行实战练习，对试题解答不熟练，不肯定。

3. 考生对管理复习的投入和把握。答题是有规律可循的，看你是否能对知识熟练运用，看你是否具有答题技巧。最好改掉最后两个月才复习管理的习惯。管理是突击不出来的，应该早点动手，让技巧真正变成自己身上的功夫。

4. 出题难度、辅导老师的“应试辅导”水平和阅卷者的政策松紧程度。

总之，出题难度、阅卷准则、答题技巧、辅导水平、自身努力程度对管理成绩都有不容忽视的影响。管理这门课很不好辅导，有人甚至说管理有无辅导都一样。可以说这门课确实不能单纯地只讲理论，它是和实践结合得最紧密，和学习者年龄相关度最低的一门课。在复习中要注意把书本中的理论和实践中的行为有机地结合起来。

复习管理要注意如下几点：

1. 要把管理学知识运用到指导整个管理学复习当中。一句话：要统筹规划，重点突破（4 种题型：简答 20 分、分析 10 分、选择 40 分、案例 30 分）。一个最简单的做法是，找一套去年的考题做做看，知道哪儿是自己的弱项，哪儿是自己的强项，有重点地、循序渐进地去复习。不能平均使劲，因为没有时间，也没有必要。

2. 每次管理考下来都有同学说，感觉很不错，为什么分数很低？要特别注意不能跟着辅

导班完全被动地学习,要善于把理论、概念技巧变为本能的行为,要注意学用结合,学考结合,循序渐进,要反复练习,不要一看就懂,一说就会,一上考场就不行,一出考场就明白。

3. 自我约束,互助互学。内因是根本,外因是条件。可以依靠团队的力量,几个人组成一个互助小组,你帮大家,大家帮你。这不仅能解决技术上的难题,还能解决精神上的困惑,不要小看团队的力量,因为人到一定阶段就累了,不想干了,这时候有个团队就会推你一把,会起到一种意想不到的作用。

4. 坚持到底,树立信心。管理进入容易,提高难,宜早动手。

5. 正确选择教材、习题和学会利用网上信息。

为有效解决管理成绩不高的问题,作者根据近几年从事管理教学、辅导、阅卷、监考的经验 and 一定的市场、考生调研,不单纯从辅导角度,而是结合考生应试角度,精心编写了这本《MBA 联考(2004 年)管理实战指南》,希望能对考生有所帮助。因时间紧张,文中的不当之处在所难免,欢迎大家指正。在编写过程中,参考了 MBA、MPA 考试复习相关书籍,使用了历年考题和各培训班提供的模考资料,在此对被引用内容的原作者表示衷心的感谢,对提供资料的人士表示致意。

本书的部分初稿在北京理工大学管理与经济学院院长李金林教授、副院长韩伯棠教授、吴祁宗教授,培训部主任褚永红老师的支持和帮助下,首先在北京理工大学的 MBA 考前培训班进行了试用,并随后在中国石油干部管理学院、郑州大学、山西财经大学、清华大学深圳研究生院、上海交通大学、复旦大学、中国 MBA 网太奇培训中心(北京、上海、广州、成都)、SUCCESS—MBA 培训中心、华宏世纪文化交流中心、北京燕园培训学校、远景拓能 MBA 培训中心、现代工商管理学校(济南、青岛)、石家庄世纪人和管理培训、上海协进企业管理咨询有限公司等多家 MBA、MPA 考前辅导班进行了讲授,先后得到了赵国浩教授、王伟副教授、王辉主任、黄国春主任,顾琳娣、冉东、马敏、张树涛,李朝新、张松柏、张彬、蒋悦炜、陈志刚、裴民、郭威、郑思权、刘庆梅、肖璇、问好等老师提出的许多有益的建议。尊敬的管理辅导名师李培煊教授在百忙中对文稿进行了审阅,在此,向他表示衷心的感谢。同时,上海交通大学陈海泉老师和中央财经大学邱明老师在本书写作过程中也给予了许多有益的建议,在此一并表示谢意。

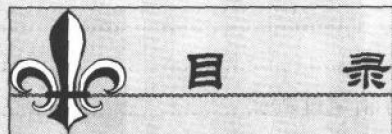
本书得以正式出版,要感谢清华大学出版社编辑同志卓越高效的工作和独特的选题眼光,以及中国 MBA 备考网和 e 慧通网、北京理工大学远程教育学院、北京理工大学 MBA 办公室的鼎力支持。同时向为本书编写完成了大量文字处理等繁琐工作的夏丽、章继虹、李德煌、章继宁同志,及在思维导图制作过程中给予灵感和帮助的谭雷、敖尔玛、朱三梅表示感谢!

在本书出版使用过程中,希望得到广大同仁的指正、考生的建议,以便不断完善。

周毕文 chineseimba@263.net

马立君 mba_21cn@tom.com

2003. 7. 1 于北京



第一章 管理概述	1
❖ 精华知识点	1
一、管理的含义和重要性	1
二、管理工作的性质	2
三、管理的应用范围	2
四、管理的基本矛盾	3
五、管理者	3
六、管理人员的分类	4
七、管理人员的技能	4
八、管理的基本职能	5
九、古典管理思想	8
十、现代管理理论丛林	9
十一、各种管理理论的评价	11
❖ 典型习题解析	13
简述题精练	13
选择题精练	13
简述题精练答案	19
选择题精练解析与答案	22
❖ 历年联考真题解析	25
第二章 环境、产品与市场	35
❖ 精华知识点	35
一、管理与环境	35
二、市场营销概述	37
三、基本经济概念	38
❖ 典型习题解析	40
简述题精练	40
选择题精练	40
简述题精练答案	48
选择题精练解析与答案	49

	历年联考真题解析	52
第三章	计划	56
	精华知识点	56
	一、计划的种类与制定过程	56
	二、常用的计划方法	58
	三、易混淆概念	59
	四、计划的基本形式	60
	五、参考实践理念	61
	六、(德鲁克)战略计划的四个“不”	62
	典型习题解析	63
	简述题精练	63
	选择题精练	63
	简述题精练答案	66
	选择题精练解析与答案	68
	历年联考真题解析	69
第四章	决策	77
	精华知识点	77
	一、决策的概念	77
	二、决策的过程	77
	三、决策的类型	78
	四、决策的有效性及其影响因素	79
	五、计划过程中的决策及其方法	80
	典型习题解析	81
	简述题精练	81
	选择题精练	82
	简述题精练答案	86
	选择题精练解析与答案	88
	历年联考真题解析	90
第五章	组织	98
	精华知识点	98
	一、分工	98
	二、管理幅度与管理层次	99
	三、集权与分权	100
	四、正式组织与非正式组织	102
	五、直线与参谋	103

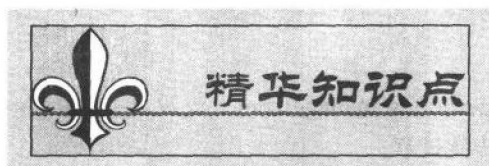
六、组织类型	103
七、组织变革	105
八、人力资源管理	107
 典型习题解析	109
简述题精练	109
选择题精练	110
简述题精练答案	119
选择题精练解析与答案	125
 历年联考真题解析	129
第六章 领导	149
 精华知识点	149
一、领导和领导者	149
二、领导理论	151
三、领导风格的基本类型	154
 典型习题解析	158
简述题精练	158
选择题精练	159
简述题精练答案	168
选择题精练解析与答案	171
 历年联考真题解析	175
第七章 激励	181
 精华知识点	181
一、基本概念	181
二、马斯洛的层次需要论	181
三、赫兹伯格的双因素理论	182
四、弗隆的期望理论	183
五、公平理论	183
六、斯金纳的强化理论	184
七、大卫-麦克莱兰的三种需求理论	185
八、激励一般原则	185
 典型习题解析	186
简述题精练	186
选择题精练	186
简述题精练答案	191
选择题精练解析与答案	193

❖	历年联考真题解析	196
第八章	沟通与协调	201
❖	精华知识点	201
一、沟通的分类		201
二、沟通的方式		201
三、信息沟通及其重要性		202
四、信息沟通网络		202
五、信息沟通的失真问题		203
六、团体		204
七、冲突		206
八、人际关系		208
❖	典型习题解析	209
简述题精练		209
选择题精练		209
简述题精练答案		213
选择题精练解析与答案		214
❖	历年联考真题解析	216
第九章	控制	221
❖	精华知识点	221
一、控制的含义及特点		221
二、控制的类型		222
三、控制的有效性		222
❖	典型习题解析	225
简述题精练		225
选择题精练		226
简述题精练答案		228
选择题精练解析与答案		230
❖	历年联考真题解析	231
第十章	管理热点	235
❖	冲突	235
一、冲突的概念		235
二、冲突管理方法		236
❖	现代企业制度	237
一、企业所有制及其典型形态		237
二、两权分离与现代企业制度建设		237

三、企业财产组织形式	238
四、公司治理结构	238
❖ 变革与创新	238
一、变革管理	238
二、变革型管理的特点	239
三、激发组织的创造力	239
四、创建学习型组织	240
❖ 团队组织与合作	240
一、目的	241
二、形式	241
三、高效团队的特征	241
四、团队种类	242
五、团队队员的不同风格	242
六、领导人的团队建立策略	242
❖ 典型习题解析	243
简述题精练	243
选择题精练	244
简述题精练答案	246
选择题精练解析与答案	252
❖ 历年联考真题解析	253
第十一章 管理案例题、分析题精练	257
案例一 兰州华联综合超市有限公司	257
案例二 张经理的决策为什么失误	260
案例三 ××药厂的管理咨询	262
案例四 新跃科技发展有限公司	264
案例五 销售部经理人选	269
案例六 麦当劳的“营销革命”	271
参考答案	272
第十二章 管理各章节思维导图	274
第十三章 管理题型解析及应答策略	282
一、简述题特点分析与对策	282
二、选择题特点分析与对策	299
三、案例选择题的特点分析与对策	312
四、案例分析题的特点分析与答题技巧	318
六、案例分析例题与思考题	326

附录 A MBA 管理考点精要	331
附录 B 管理资料库（节选）	347
一、民营企业与跨国公司在企业运作上的差异	347
二、好企业的标准	347
三、优秀管理者追求十种素质	347
四、有效沟通技巧	348
五、人员培训方法	349
六、企业组织设计的五个原则	349
七、现代营销的十大原则	349
八、中国企业管理的发展趋势	350
九、企业的发展与培训	350
十、管理者易患“病”——格式化职场十大病毒	351
十一、21 世纪优秀领导人所具备的素质	351
十二、人力资源管理	352
十三、企业在奖励员工方面最易犯的十大错误	352
十四、成为 CEO 的 10 点忠告	352
十五、阻碍员工实现自我激励的 10 大要素	353
十六、成功管理的法宝	353
十七、成功企业家所具备的素质	354
十八、联邦快递公司成功的 11 项管理原则	354
十九、人力资源管理“七忌”	354
二十、如何当一个轻松的企业管理者	355
二十一、如何提高员工的满意度	355
二十二、引爆员工潜力十大法则	356
二十三、新的企业管理理念	356
二十四、感悟管理	356
二十五、杰出企业的八大基本原则	357
附录 C 管理谚语/俗语比喻集结	360

第一章 管理概述



一、管理的含义和重要性

1. 含义

管理，是指在特定环境下，对组织所拥有的资源进行有效的计划、组织、领导、控制，以便实现既定的组织目标的过程。

2. 什么是管理（即“借力”“盘人”）

此定义包含下面四层含义：

（1）管理是为实现组织目标服务的，是一个有意识、有目的的进行过程。

（2）管理工作的过程是由一系列相互关联、连续进行的活动所构成的。这些活动包括计划、组织、领导、控制等，它们成为管理的基本职能。

（3）管理工作要通过综合运用组织中的各种资源来实现组织的目标。

（4）管理工作是在一定的环境条件下开展的，环境既提供了机会，也构成了威胁。

结论：（1）多、杂、乱、快、短。（2）大量直接的口头沟通。（3）大量涉及人事性、权力性矛盾。

3. 其他专家学者的见解和定义

（1）西蒙：管理就是决策（强调决策的重要性）。

（2）孔茨：管理是在正式组织起来的团体中，通过他人并同他人一起把事情办妥的艺术。

（3）法约尔：管理，就是实行计划、组织、指挥、协调和控制。

（4）布恩和克茨：管理就是使用人力及其他资源去实现目标。

（5）罗宾斯：管理（management），就是同别人一起或通过别人使活动有效地完成的过程。

二、管理工作的性质

1. 管理工作不同于作业工作

管理工作是独立进行，有别于作业工作又为作业工作提供服务的活动。管理人员的工作，从本质上说，是通过他人并使他人同自己一起实现组织的目标。

注意：管理人员应该适度地参加作业工作，但必须把主要精力放在管理活动中。

联系：

（1）作业管理（operations management）→设计、运行和控制将资源转化为完工产品和服务的转换过程。

（2）操作者（operatives）→直接完成职务或任务工作，不负有监督他人工作责任的人。

2. 管理工作既有科学性又有艺术性（“管理即管人的工作”）

管理是一门科学，并且还只是一门精确的科学，也是一门正在发展的科学。

管理又是一门艺术，即利用了系统化的知识——科学，并根据实际情况发挥创造性的艺术。

3. 管理工作的性质

管理既具有科学性，又具有艺术性。

管理是一门科学，它由大量学者和实业家在总结管理工作的客观规律基础上形成，可以用来指导人们从事管理实践。

管理并不能为管理者提供解决一切问题的标准答案，它要求管理者以管理理论和基本方法为基础，结合实际，具体情况具体分析，以求得问题的解决，实现组织的目标。因此，管理又具有艺术性。

管理的科学性和艺术性并不互相排斥，而是相互补充的。

三、管理的应用范围

管理普遍适用于任何类型的组织。包括营利和非营利组织。

管理的任务就是正确地做正确的事。

管理工作要通过综合运用组织中的各种资源来实现组织的目标，这涉及效率和效果两个方面。如果说效率（efficiency）→投入与产出之间的关系；寻求使源成本最小化）涉及组织是否“正确地做事”，那么，是否选择“正确的事”去做就是与效果（effectiveness）→目标达到程度）相关的问题。管理的任务就是获取、开发和利用各种资源来确保组织效率和效果双重目标的实现。

四、管理的基本矛盾

管理的基本矛盾，即：有限的资源与相互竞争的多种目标的矛盾。

注意：管理活动的普遍性（任何组织都存在）。

（1）管理职能的普遍性（计划、组织、领导、激励、控制、创新、协调等）。

（2）管理方法的不普遍性（“放之四海而皆准”的管理方法不存在）。

对比：

（1）管理万能论（omnipotent view of management）→一种认为管理者对组织的成功与失败负直接责任的观点。

（2）管理原则（principles of management）→管理的普启迪真理，它可以在学校中教授。

（3）管理象征论（symbolic view of management）→一种认为管理对组织的大量成果只有有限影响的观点，因为存在着大量管理无法控制的因素。

五、管理者

1. 管理者的定义

教材：管理人员是那些在组织中行使管理职能、指挥或协调他人完成具体任务的人。

作业人员是指在组织中直接从事具体的业务，且不承担对他人工作监督职责的人。

联系：

（1）（管理者（managers）→组织中指挥其他人活动的人。

（2）企业家（entrepreneurship）→不顾手中现有资源，追求机会、满足需要和创新的人。

（3）内企业家（intrapreneurship）→在大型组织内部创造企业家精神。

启发：

企业家与管理者的区别：企业家是那些寻求机会，通过创新满足顾客的需要和愿望而不顾手中现有资源的人。企业家看待战略，首先寻找能够开发的机会，而官僚型的管理者则首先是看手头有多少资源。

2. 管理者的重要性

（1）管理者的重要性在于一个组织的生存发展、兴衰存亡在很大程度上取决于管理的决策，特别是高层管理者的战略决策，取决于高层管理能否审时度势，把握环境的变化，抓住环境的变化，抓住机遇，有胆略地进行风险决策。

（2）管理者之所以重要在于一个组织的良好效益必须要有严格的管理，而严格的管理

要依靠管理者设计、拟订和实施一整套符合组织所处环境的管理制度。

（3）管理者之所以重要还在于合格的管理者本身往往又是创新者和改革者。

（4）管理者之所以重要还在于一个组织的业绩在很大程度上依靠组织中各部门间的协调和配合。

（5）管理者之所以重要还在于一个组织的目标能否实现和其效益的好坏，都要依靠组织中广大员工的工作热忱和奉献精神。正如德鲁克所写道：“管理者是事业的最基本的、最稀有的、最昂贵的，而且是最易消逝的资源……”；“管理比所有权更重要，更为优先，所有权必须依存于适当的管理体制之中……”。可以这样认为：没有良好的管理者队伍，就不可能有组织的兴盛和优良业绩。

3. 管理者的责任

（1）执行责任与终级责任

（2）应承担的后果：奖励/惩罚/坐牢/赔偿/没有前途/监督。

六、管理人员的分类

1. 管理人员的层次分类

（1）高层管理人员（“挥手”）：即对整个组织的管理负有全面责任的人，它们的主要职责是，制定组织的总目标、总战略、掌握组织的大政方针并评价整个组织的绩效。

（2）中层管理人员（“插腰”）：它们的主要职责是，贯彻执行高层管理人员所制定的重大决策，监督和协调基层管理人员的工作。与高层管理人员相比，中层管理人员特别注意日常的管理工作。

（3）基层管理人员（“监工”）：它们的主要职责是，给下属作业人员分派具体工作任务，直接指挥和监督现场作业活动，保证各项任务的有效完成。

不同管理人员在行使管理基本职能时的侧重点不同。

2. 高层管理者同基层管理者在执行管理职能上的区别

一般而言，高层管理人员花在组织和控制工作上的时间要比基层管理人员多，而基层管理人员花在领导工作上的时间要比高层管理人员多。

3. 管理人员的领域分类

（1）综合管理人员，即负责管理整个组织或组织中某个事业部的全部活动的管理者。

（2）专业管理人员，即仅仅负责管理组织中某一类活动的管理者。

七、管理人员的技能

管理人员的技能要求

(1) 技术技能 (“懂行”、“一技之长”、“才重一技”、“隔行如隔山”、“不熟不做”都是它的意思):指使用某一专业领域内有关的工作程序、技术和知识完成组织任务的能力(一般基层管理人员要求较高)。

(2) 人际技能 (“懂人”):指与处理人事关系有关的技能,即理解、激励他人并与其他人共事的能力。

(3) 概念技能:概念技能是指综观全局,认清为什么要做某事的能力,也就是洞察企业与环境相互影响之间复杂性的能力。具体包括:理解事物的相互关联性从而找出关键影响因素的能力。确定和协调各方面关系的能力。权衡不同方案优劣和内在风险的能力等(一般高层管理人员要求较高,“外行领导内行”的说法,指对管理者来说,概念技能比技术技能更重要)。

八、管理的基本职能

1. 计划

(1) 什么是计划?

计划是对未来活动如何进行的预先筹划。

(2) 计划工作主要包括以下内容。

① 研究活动条件:

内部能力研究 主要是分析组织内部在客观上对各种资源的拥有状况和利用的能力。

外部环境研究 主要分析组织活动的环境特征及其变化趋势,以了解环境的变化规律,从而预测环境在明天可能呈现的状态。

② 制定业务决策:所谓业务决策是在活动条件研究的基础上,根据这种研究所揭示的环境变化中可能提供的机会或造成的威胁以及组织在资源拥有和利用上的优势和劣势,确定组织在未来某个时期内的活动方向和目标。

③ 编制行动计划。

注意: 联系实际,体会一下以上计划工作内容的三点要求。

2. 组织

管理的组织职能要完成下述工作:

(1) 设计组织 包括设计组织的机构和结构;

(2) 人员配备 将适当人员安置在组织结构的适当岗位上;

(3) 开动组织 向配备人员发布指令,提供必要条件;

(4) 监视组织运行及再造组织。

3. 领导 (即“造势”)

所谓领导是指利用组织赋予的权力和自身的能力去指挥和影响下属为实现组织目标而

努力工作的管理活动过程。

4. 控制

控制是为了保证系统按预定要求运作而进行的一系列工作。

5. 管理职能间的关系

计划是管理的首要职能，是组织、领导和控制职能的基础和依据；组织、领导和控制职能是有效管理的重要环节和必要手段，是计划及其目标得以实现的保障。只有统一协调这四方面，使之形成连续一致的管理活动整体过程，才能保证管理工作的顺利进行和组织目标的圆满完成。

启发：

不同业务领域在管理职能内容上有所差别。

不同组织层次在管理职能重点上存在差别。

对管理职能的认识不断深化。

有人认为，决策、创新、激励、协调也是管理的单独职能。

明茨伯格的管理者角色理论：

角色特征活动

（1）人际关系方面：

- ① 挂名首脑 迎接来访者，签署法律文件；
- ② 领导者 实际上从事所有的有下级参与的活动；
- ③ 联络者 发感谢信，从事外部委员会工作，从事其他有外部人员参加的活动。

（2）信息传递方面：

- ① 监听者 阅读期刊和报告，保持私人接触；
- ② 传播者 举行信息交流会，用打电话的方式传达信息；
- ③ 发言人 举行董事会议，向媒体发布信息。

（3）决策制定方面：

- ① 企业家制定战略，检查会议决议执行情况，开发新项目；
- ② 混乱驾驭者 制定战略，检查陷入混乱和危机的时期；
- ③ 资源分配者 调度、询问、授权，从事涉及预算的各种活动和安排下级的工作；
- ④ 谈判者 参与工会进行合同谈判。

6. 管理学探求管理现象的发展规律

（1）管理的人本规律。即任何管理都必须研究人的本性、人的必要动机和需要，考虑如何调动人的积极性和创造性以形成强大的工作和生产动力，从而实现管理的目标。

（2）管理的组织规律。即任何规律都必须以特定的组织为载体、采取特定的组织形式，运用组织资源，使得管理按照有序、规范、协调和高效的方向发展。

（3）管理过程的循环规律。即任何管理都要经过计划、实施、检查、处理等几个基本阶段的循环。