

Mc
Graw
Hill
Education

国际工商管理精选教材

Management

Leading & Collaborating in a Competitive World

(10th edition)

翻译版

管理学

竞争世界中的领导与合作 (第10版)

[美] 托马斯·S. 贝特曼 (Thomas S. Bateman) 著
斯科特·A. 斯奈尔 (Scott A. Snell)

张捷译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

国际工商管理精选教材

Management

Leading & Collaborating in a Competitive World

(10th edition)

翻译版

管理学

竞争世界中的领导与合作 (第10版)

〔美〕 托马斯·S.贝特曼 (Thomas S. Bateman)
斯科特·A.斯奈尔 (Scott A. Snell)

著



张捷 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号 图字:01-2012-6863

图书在版编目(CIP)数据

管理学: 竞争世界中的领导与合作: 第10版/(美) 托马斯·S. 贝特曼(Thomas S. Bateman), (美) 斯科特·A. 斯奈尔(Scott A. Snell) 著; 张捷译. —北京: 北京大学出版社, 2016. 11

(国际工商管理精选教材)

ISBN 978-7-301-27659-4

I. ①管… II. ①托…②斯…③张… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第246939号

Thomas S. Bateman Scott A. Snell

Management: Leading & Collaborating in a Competitive World

ISBN 0-07-802933-3

Copyright © 2013 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and Peking University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2016 by McGraw-Hill Education and Peking University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由北京大学出版社和麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权©2016由北京大学出版社与麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

书 名 管理学: 竞争世界中的领导与合作(第10版)

GUANLIXUE: JINGZHENG SHIJIE ZHONG DE LINGDAO YU HEZUO

著作责任者 [美] 托马斯 S. 贝特曼(Thomas S. Bateman) [美] 斯科特 A. 斯奈尔(Scott A. Snell) 著
张 捷 译

策 划 编 辑 张 燕

责 任 编 辑 李笑男 张 燕

标 准 书 号 ISBN 978-7-301-27659-4

出 版 发 行 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>

电 子 信 箱 em@pup.cn QQ: 552063295

新 浪 微 博 @北京大学出版社 @北京大学出版社经管图书

电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

印 刷 者 北京大学印刷厂

经 销 者 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 41.75印张 1153千字

2016年11月第1版 2016年11月第1次印刷

定 价 88.00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 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

出版者序

作为一家致力于出版和传承经典、与国际接轨的大学出版社，北京大学出版社历来重视国际经典教材，尤其是经管类经典教材的引进和出版。自2003年起，我们与圣智、培生、麦格劳希尔、约翰威利等国际著名教育出版机构合作，精选并引进了一大批经济管理类的国际优秀教材。其中，很多图书已经改版多次，得到了广大读者的认可和好评，成为国内市面上的经典。例如，我们引进的世界上最流行的经济学教科书——曼昆的《经济学原理》，已经成为国内最受欢迎、使用面最广的经济学经典教材。

呈现在您面前的这套“国际工商管理精选教材”，是主要面向工商管理专业师生，尤其是MBA与EMBA的系列教材。经过多年的沉淀和累积、吐故和纳新，本丛书在延续之前优秀教材版本的基础上，根据工商管理专业与实践结合紧密的特点，增加了能够反映商业前沿知识的更加细化的创新型教材，希望让学生了解最新的商业实践，增强创新意识，改善沟通技能，提高在复杂环境下分析与解决问题的能力，进而使商业更加造福社会、造福人类。

同时，我们在出版形式上也进行了一些探索和创新。例如，为了满足国内双语教学的需要，我们的部分产品改变了影印版图书之前的单纯影印形式，而是在此基础上，由资深授课教师根据该课程的重点，添加重要术语和重要结论的中文注释，使之成为双语注释版。此次，我们更新了丛书的封面和开本，将其以全新的面貌呈现给广大读者。希望这些内容和形式上的改进，能够为教师授课和学生学习提供便利。

在本丛书的出版过程中，我们得到了国际教育出版机构同行们在版权方面的协助和教辅材料方面的支持。国内诸多著名高校的专家学者、一线教师，更是在繁重的教学和科研任务之余，为我们承担了图书的推荐、评审和翻译工作；正是每一位推荐者和评审者的国际化视野和专业眼光，帮助我们书海拾慧，汇集了各学科的前沿和经典；正是每一位译者的全心投入和细致校译，保证了经典内容的准确传达和最佳呈现。此外，来自广大读者的反馈既是对我们莫大的肯定和鼓舞，也总能让我们找到提升的空间。本丛书凝聚了上述各方的心血和智慧，在此，谨对他们的热忱帮助和卓越贡献深表谢意！

“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金”。在图书市场竞争日趋激烈的今天，北京大学出版社始终秉承“教材优先，学术为本”的宗旨，把精品教材的建设作为一项长期的事业。尽管其中会有探索，有坚持，有舍弃，但我们深信，经典必将长远传承，并历久弥新。我们的事业也需要您的

热情参与！在此，诚邀各位专家学者和一线教师为我们推荐优秀的经济管理图书（请发送至 em@pup.cn），并期待来自广大读者的批评和建议。您的需要始终是我们为之努力的目标方向，您的支持是激励我们不断前行的动力源泉！让我们共同引进经典，传播智慧，为提升中国经济管理教育的国际化水平做出贡献！

北京大学出版社
经济与管理图书事业部

译者序

本书是贝特曼和斯奈尔两位教授所著英文教材《管理学》（第10版）的中译本，此前最新的中译本是清华大学王雪莉教授翻译的第6版，由北京大学出版社2007年出版。七年的时间过去，其间两位教授又先后推出四个英文修订版本，原著第10版与第6版相比，有近4/5的内容进行了更新。新版本中结合当前全球商业环境的最新变化，增加了大量新概念、理论、方法和工具，同时也收录了管理实践中的新变革、新观念和新案例，从而保证了本书与这个不断变化着的商业时代的趋势和前沿接轨。

多年来，这本教材深受管理学教师和学生的欢迎。第10版更是以其鲜明的主题、完整的体系、经典与时代感兼具的内容，以及丰富、实用的课程资源，给我们带来了极大的惊喜。总体来说，本书的特点表现在以下三个方面：

（1）鲜明的主题和完整的体系：两位作者在全书通篇围绕组织在当前竞争日益激烈的时代构建竞争优势的六个方面——成本、质量、速度、创新、服务和可持续发展展开论述，并且在每一章中不同的地方都以“提示”的方式提醒读者围绕这六个方面进行思考，这种结果导向的方式是本书的独特标志；与此同时，本书的编排也遵循管理学的经典理论框架，将不同管理职能安排在各个章节进行介绍，从而使得本书能够紧扣“竞争世界中的领导与合作”这一主题，同时也确保了教材内容的体系性和完整性。

（2）经典与时代感兼具的内容：本书的两位作者多年来在著名的高校从事工商管理方面的教学，同时还担任了许多管理领域学术期刊的编委，此外，他们还与业界保持着紧密的联系——多年来从事企业咨询和高层管理者的培训工作。由此，本书在延续商学院管理学教科书经典编排的同时，紧跟时代变化的趋势，增加了许多管理理论和实践中的新观点、新概念和新做法，并引入了大量业界最近发生的极富代表性的案例，从而使得本书具有很强的可读性。

（3）丰富、实用的课程资源：每一章在案例安排上，通过“开篇案例”“案例进展”和“案例展望”，针对同一家公司的经营过程中与本章主题相关的实践分阶段进行讨论；同时，每章还灵活有机地穿插着与本章内容密切相关的“管理实践”等案例小品，以说明或强调相关概念；每一篇的最后还有一个涉及多方面问题的综合案例和补充案例，从而能够更好地激发学生学习和讨论的兴趣和热情，同时也提高了教学过程中的灵活性和方便性。

本书的英文原版教材有七百多页，翻译的过程非常艰苦。本书的翻译得到了许多人的支持和



帮助：我的学生耿欣协助我翻译了第 6 章到第 9 章，周曾海协助我翻译了第 10 章到第 14 章，李大壮协助我翻译了第 15 章到第 18 章，特别感谢周曾海、李大壮、朱丽、周育红、毕砚昭和王海谊在后期校对中所做的大量烦琐而细致的工作；感谢北京大学出版社的张燕和李笑男两位编辑在本书翻译和出版过程中的帮助和支持。虽然非常希望本书在翻译上能够做到“信、达、雅”，但是由于水平有限，书中难免存在错误或不当之处，恳请读者批评指正，并予以谅解。

张 捷
2016 年 1 月于南京航空航天大学

前言

欢迎来到本书的第 10 版！感谢大家对于以前版本的使用和学习，你们的支持使得本书获得了巨大的成功。现在，我们非常自豪地向您呈现《管理学：新竞争格局下的领导与合作》的最新版本。

对于企业来说，这是一个令人兴奋的时代，当然，在这样的时代，我们也必须面对许多挑战。技术、创新和全球化的商务模式正在改变着业界。像 Facebook、Whole Foods、NetFlix 以及其他类似的公司，不仅对它们所在的行业带来了革命，而且也在同时改变着我们生活的方式。它们击败了更为传统的竞争对手，这一事实表明那些具备企业家精神、充满勇气的领导者将会为企业及整个世界带来深远的影响。无论是依靠创新驱动（例如谷歌）、持续提升质量（例如梅奥诊所），还是坚持不懈地追求生产率和低成本（例如西南航空公司），管理者们都在不断尝试通过带领团队成员共同努力来获取企业独特的竞争优势，进而改变这个世界。

但是，在一个充满挑战的世界里获得成功的关键，不仅仅在于竞争，与他人的合作比以往任何时候都显得更重要。合资企业和战略联盟的兴起，例如苹果与 Rovio 公司（“愤怒的小鸟”游戏开发商）的合作伙伴关系，显示了不同的组织（甚至包括竞争对手在内）能够有效地合作是多么重要。与以往相比，这种合作更加全球化。而像印度和中国这样的国家之所以能够成为舞台的中心，不仅是因为其经济或者消费市场规模的快速增长，更是因为其劳动力的生产能力及公司能力的日益提高。

全球经济的变化及随之而来的商业模式改变，带来的影响是好坏参半的。世界范围内的不幸事件、令人不安的发展趋势、无效甚至不道德的管理实践仍有可能继续发生，但是那些优秀的人才仍将会进一步得到提升并承担起重要的领导角色，一如既往地实行有效的管理并带来企业的长足发展。在这本书中，你会读到许多管理者的故事：有些干得很出色，有些在工作中存在着失误（可以从他们的错误中得到启示与借鉴）；有些企业浴火重生，或者看起来微不足道却是下一轮投资的热点；有些企业曾经极为成功，但却轰然倒塌；还有一些企业取得伟大的成就，尽管偶有下滑，但仍然保持良好的业绩。

企业绩效表现的变化在很大程度上取决于其管理模式，当然商业环境的变化也会带来一定程度的影响。商业环境就好像钟摆一样，从一端摇摆到另一端，而不断变化的环境会使原本成功的企业跌落低谷，也会使原本挣扎着的或者正在尝试新商业概念的企业成功崛起。

对于商业人士来说，不确定将会成为一种持续存在的状态。也就是说，没有人会确切地知道会发生什么，也没有人会确切地知道应该做什么来确保未来的成功。运气或者适宜的外部环境或许可以帮助企业（和个人）在短期内取得成功，但是若要实现长期的成功，良好的管理将是必不可少的。

幸运的是，现在你可以通过学习来掌握有关如何有效管理的知识。无论是那些成功的企业还是失败的企业，我们都能够从中汲取经验和教训。现实商业领域中众多的管理实践提供着源源不断的参考，加之针对这些案例卓有成效的研究，我们能够梳理出有效或者无效的管理实践，并且总结出管理者在工作中可以借鉴的最重要的经验和有益的实践。我们希望你不仅可以学到尽可能多的管理经验，而且能够在实际工作中不断地加以运用——通过阅读和学习领悟管理经验，并将其运用于最适合的情境。

你正在学习的这本书及这门课程将会帮助你更好地面对这个持续变化着的世界中不断出现的管理挑战，让你能够分辨出什么是重要的，什么不是，进而做出正确的决策，并且能够代表你自己、你的同事及你所在的组织采取有效的行动。

我们的目标

与之前的版本相同，本书的使命在于告知、指导和启发。我们希望通过提供对现代管理学的重要概念和实践的描述来实现告知；我们希望通过分析如何基于讨论的观点采取行动来实现指导；我们希望不仅通过积极、有趣、乐观的写作方式，而且还通过提供一种对于未来机遇的真实感来实现启发。无论你的目标是创建自己的公司、领导团队走向成功、建设强大的组织、取悦你的客户，还是只是简单地打造一个美好的未来，我们都要鼓励你采取积极的行动。

我们希望能够激励你同时成为一个思考者和实干者。我们希望你行动之前先思考，分析事态的状况，思考行动可能带来的影响。但是，仅仅成为一名优秀的思考者是不够的，你还必须是一个实干者。管理是一个行动的世界，管理的世界需要及时和准确的行动。这是一个鼓励积极行动者而不是被动者的世界。

请坚持运用你在本课程所学习到的理念，进一步阅读本课程之外有关管理的学习资源，并在离开校园开始你的职业生涯之后仍能继续学习管理。记住：对于管理的学习将是一个持续的、贯穿于整个职业生涯甚至是一生的修行。

竞争优势

当今世界充满着竞争，职场从未如此富有挑战性。你的职业也从未如此迫切地需要你学习管理技能。在此之前，人们从未有过这么多的机会和挑战，也从未有过这么多的潜在风险及可能的回报。

你将与其他人竞争就业岗位、资源和升职的机会。你所在的企业将与其他公司争夺合同、客户和消费者。为了在竞争中生存和发展，你必须表现得比竞争对手更具优势，从而使其他企业想要雇用你，从你这儿采购，与你持续地合作。你会希望它们选择你，而不是你的竞争对手。

为了生存和发展，管理者们必须战略性地思考和行动。如今的客户都受过良好的教育，清楚自己的选择，并要求卓越的表现。因此，管理者们必须不断地思考如何打造一支富有战斗力的员工队伍，并且通过卓有成效的管理在向顾客提供商品和服务时传递出最好的价值。

管理者和企业必须以此作为执行的标准。对于企业来说，竞争中成败与否的关键在于六个方面：成本、质量、速度、创新、服务和可持续发展。如果这六个方面管理得当，就能够为客户提供价值，并形成自身和企业的竞争优势。对此，我们将在书中详细阐述。

我们希望你能够做到任何时候都不会偏离这一初衷——始终思考着如何让你和你的企业保持竞争优势并获得成功的价值传递方式。本书所坚持的结果导向方式在众多的管理学教科书中也是独树一帜的。

领导和合作

诚然，商业世界充满竞争，但绝不仅如此而已。事实上，完全以竞争的视角去看待问题会过于片面和极端，而这种片面和极端将可能妨碍你的表现。在成功的等式中，还存在其他的基本要素，那就是：合作和领导。与其相互对立，人们更应该相互合作，这对于构建竞争优势来说至关重要。换句话说，你无法单枪匹马地战斗——因为这个世界太复杂，而商业世界又是如此具有挑战性。

因此，你需要与团队成员合作。领导者和追随者都更需要以合作者而非对立者的姿态进行工作。组织内部的各工作团队也需要互相合作。企业和政府在过去往往被认为是相互对抗的两股力量，如今也能高效地协同并进。此外，与以往不同的是，今天的公司可以与曾经的竞争对手成立合资企业，企业可以在某些领域与一家公司合作而在另一领域又与这家公司竞争。在推动这些合作实现的过程中，领导力是必不可少的。

企业如何通过合作创造竞争优势？这完全在于企业中的人，并源于优秀的领导者。关于领导者的概念，有三种约定俗成的理解：公司的高层、直接上司和指令的发出者。这三种理解也许存在着一定的合理性，但是现实要更为复杂。首先，公司高层并不一定能够实现有效的领导——事实上，许多观察家认为，好的领导者实在是太过难得。其次，企业中的每个团队或工作单元，都需要各个层级的领导者。甚至于你，从职业生涯伊始也同样如此，这就是为什么本书将领导力作为一个重要的主题。最后，领导者应该能够果断地发出指令，但是过于依赖这种传统的方式是远远不够的，卓越的领导者更能启发心智，帮助人们根据其特长开展与众不同的思考与工作——包括以结果为导向的协同工作。

领导力——无论是来自你的上司还是来自你自己——将会带来合作，进而给企业及为之工作的所有人带来益处。

和以往一样，第 10 版保持着时代性和多样性

毋庸多言，本书第 10 版通过更新最近的商业实践和管理研究，从而继续保持着与时代前沿的接轨。新版本对各个章节的内容进行了全面更新，使读者能够接触到众多当前重要的管理学话题。

我们通过尽力收集、整理和总结各类主题事件、资料来源和个人经验来丰富本书的内容。全书继续强调结果、道德、文化考量以及领导与合作等主题。以下简单列出一小部分第 10 版中的更新——它们足以体现出全书涉及的人、组织、问题和背景的广泛性。

第 1 章

- 本章新标题：“管理与执行”
- 开篇案例：管理者们如何实现特斯拉汽车公司的快速发展
- 新增案例：ReCellular、唐恩烹饪创新团队、新加坡航空、安泰保险以及印度纺织工厂
- 新增了关于可持续发展的部分

第 2 章

- 本章新标题：“外部环境和内部环境”
- 开篇案例：什么使得苹果公司在快速变化的环境中成为赢家？
- 基于《2010 年平价医疗法案》说明针对医疗保健的法律规定
- 新增了关于自然环境的部分
- 新增案例：由于外部环境导致的塔塔汽车公司供应链断裂等
- 新增图 2.1

第 3 章

- 开篇案例：潘多拉音乐网站的创始人教你如何使音乐个性化
- 新增案例：Capterra、Chargify 和集成医疗解决方案公司等
- 关于组织战略决策的新图示
- 新增管理决策讨论案例：英国石油公司的深水灾难事故

第 4 章

- 管理链接：通用电气公司
- 新增案例：通用汽车公司、Price Chopper 超市、伊拉克商业标识商店、加拿大安盛公司和思科系统等
- 新增关于企业发展新趋势的讨论

第 5 章

- 开篇案例：伊冯·乔伊纳德的价值观决定了巴塔哥尼亚公司的价值观
- 新增案例：超额预订酒店的做法、希尔顿全球呼叫中心、全国金融公司和 3M 公司等
- 新增有关伦理的新图表

第 6 章

- 开篇案例：宜家是如何使得瑞典设计迈向全球化的
- 满足来自美国以外其他国家的员工和销售目标的需要
- 新增表 6.1：全球环境的关键问题
- 印度在全球市场日益重要的作用
- 新增案例：尼日利亚 Stanbic IBTC 银行、Master Lock 和 Ignighter. com 等
- 新增图 6.3：全球前 10 强公司

第 7 章

- 开篇案例：奇普多餐厅：史蒂夫·埃尔斯将快餐事业带到了一个新高度
- 新增案例：inDinero、企业家研究、Toepener、CopyShark. net 和非理性研究机构等
- 新增介绍社会企业家精神的部分
- 对于货币管理的图表进行了更新

第 8 章

- 开篇案例：思科系统公司是如何清理组织结构的
- 新增案例：Harmonix 音乐系统、Valve 软件公司，以及沃尔特·迪士尼公司等
- 对于领导责任的授权部分进行了更新
- 新增表 8.1 和表 8.2

第 9 章

- 开篇案例：皮克斯公司如何在一个不断变化的行业中兴旺发展
- 新增关于有关灵活组织的讨论
- 新增案例：辉瑞公司、Salesforce. com 以及 Miles Chemical 等
- 新增关键术语：六西格玛质量

第 10 章

- 管理链接：谷歌雇用卓越员工的能力
- 新增案例：通用汽车的雪佛兰伏特汽车、沃尔玛和 Sprint 公司等
- 对于药品测试的介绍进行了更新
- 新增图 10.4

第 11 章

- 管理链接：百事公司
- 新增案例：西图公司 (CH2M Hill)、宝洁公司和安永会计师事务所等
- 新增表 11.1、表 11.2、表 11.4 和表 11.5
- 对于员工资源群的图表进行了更新
- 新增关于利用差异的讨论

第 12 章

- 管理链接：霍华德·舒尔茨 (Howard Schultz) 和星巴克

- 新增案例：3M 公司的乔治·巴克利（George Buckley）、通用动力公司的琳达·帕克·赫德森（Linda Parker Hudson）和 Lockerz 公司的凯西·萨维特（Kathy Savitt）等

第 13 章

- 管理链接：Intuit 公司——一个理想的工作场所
- 对于员工参与度的图表进行了更新
- 新增案例：快速车道轮胎及汽车中心、雷柏机器（Rable Machine）和 K 酒店销售与营销等

第 14 章

- 管理链接：丰田的团队精神
- 新增案例：韦尔斯乳业（Wells's Dairy）和 IBM 等
- 新增高级管理人员如何利用时间的图表

第 15 章

- 管理链接：金爵曼的熟食店（Zingerman's Delicatessen）
- 新增多种沟通方式的图表
- 新增案例：SlideShare 公司、Hilcorp 能源公司、应用材料公司和皇家加勒比游轮等

第 16 章

- 管理链接：西南航空公司的控制
- 新增案例：赫兹租车公司、家庭医学协会和 Netflix 等
- 新增有关质量控制的图表

第 17 章

- 管理链接：BP 公司替代能源的未来
- 新增有关创新及其三个基本类型的讨论
- 新增案例：普惠公司（Pratt & Whitney）、脸谱（Facebook）以及太阳能科技的军事应用等
- 政府对于各类组织在工作场所运用信息技术置的限制
- 新增图 17.5

第 18 章

- 管理链接：Peter Pronovost 博士
- 新增案例：古德里奇航空结构服务公司（Goodrich Aerostructures）和杰奎琳·伍兹（Jacqueline Woods）等
- 新增有关人们为同一雇主服务时间长短的图表

团队努力

本书是来自麦格劳-希尔/欧文（McGraw-Hill/Irwin）团队的精彩之作。此外，作为本书的作

者，我们同时也是这门课程所有教师和学生所组成的团队中的一部分。整个团队对于学习的过程都负有责任。

我们的目标与本课程其他的教师一样，就是要创造一个积极的学习环境，让你可以在其中脱颖而出。当然，这门课程的内容只能是以言语的方式进行表达，在此基础上，你还要活学活用，通过进一步地思考和深入地学习，进而采取建设性的行动。

更为重要的是，你将如何通过运用课程中所学到的知识，在未来的机遇面前采取积极有效的行动。作为一名管理者，你可以为自己和其他人带来超越想象的改变。因此，管理者的行为将是非常重要的。

托马斯·S. 贝特曼 (Thomas S. Bateman)

弗吉尼亚大学

斯科特·A. 斯奈尔 (Scott A. Snell)

弗吉尼亚大学

第一部分 管理学基础

第 1 章 管理与执行	3
1.1 新竞争形势下的管理	5
1.2 竞争优势管理	8
1.3 管理的职能	13
1.4 管理的层级与技能	16
1.5 你和你的职业生涯	20
第 2 章 外部环境和内部环境	46
2.1 宏观环境	49
2.2 竞争环境	54
2.3 环境分析	63
2.4 响应环境	65
2.5 组织的内部环境：文化和 氛围	70
第 3 章 管理决策制定	82
3.1 管理决策的特点	84
3.2 决策阶段	87
3.3 最优决策	94
3.4 有效决策的障碍	94
3.5 群体决策	97
3.6 管理群体决策	99
3.7 组织管理决策	102

第二部分 规划：实现战略价值

第 4 章 规划与战略管理	127
4.1 规划的基本原则	128
4.2 规划的层次	133

4.3 战略规划	137
第 5 章 伦理和企业责任	159
5.1 问题的提出	161
5.2 伦理	163
5.3 公司社会责任	173
5.4 自然环境与可持续性	177
第 6 章 国际化管理	198
6.1 在一个(有时)扁平的 世界中管理	200
6.2 全球环境	206
6.3 全球战略	212
6.4 进入模式	218
6.5 跨国管理	221
第 7 章 企业家精神	235
7.1 企业家精神	240
7.2 公司创业精神	258

第三部分 组织：构建动态化组织

第 8 章 组织结构	277
8.1 组织的基础	279
8.2 纵向结构	281
8.3 横向结构	287
8.4 组织一体化	297
8.5 前瞻	300
第 9 章 组织灵活性	307
9.1 积极响应的组织	309
9.2 战略和组织的敏捷性	311
9.3 组织规模和灵活性	314
9.4 客户和响应组织	319
9.5 技术和组织的敏捷性	325

9.6 关于组织灵活性的结语	331
第10章 人力资源管理	338
10.1 人力资源管理战略	340
10.2 建立组织	345
10.3 员工发展	356
10.4 绩效评估	358
10.5 设计奖励体系	362
10.6 劳资关系	368
第11章 管理多样化的员工	378
11.1 多样化：简要的历史回顾	380
11.2 现今的多样化	381
11.3 管理多样化与平权行动	393
11.4 多元文化组织	399
11.5 组织培养多样化劳动力的 途径	401

第四部分

领导：激励员工

第12章 领导力	417
12.1 我们想要从领导者那里得到 什么?	419
12.2 愿景	420
12.3 领导与管理	422
12.4 权力与领导力	423
12.5 理解领导力的传统方式	425
12.6 当代领导观	436
12.7 开发领导者技能	441
第13章 绩效激励	452
13.1 绩效激励	454
13.2 设定目标	455
13.3 强化绩效	457
13.4 与绩效有关的概念	460
13.5 理解人的需求	463

13.6 设计激励性的工作	466
13.7 实现公平	470
13.8 工作满意度	473
第14章 团队合作	484
14.1 团队的贡献	486
14.2 新型团队环境	487
14.3 群体如何转变为真正的 团队	489
14.4 建设高效团队	492
14.5 管理横向关系	498
第15章 沟通	510
15.1 人际沟通	512
15.2 提高沟通技巧	520
15.3 组织沟通	526

第五部分

控制：学习与变革

第16章 管理控制	545
16.1 官僚控制体系	548
16.2 其他控制：市场和派系	568
第17章 技术与创新管理	578
17.1 技术与创新	580
17.2 竞争环境中的技术创新	583
17.3 评估技术需求	587
17.4 技术决策过程中需要考虑的关键 因素	588
17.5 寻求与获取新技术	594
17.6 技术与管理角色	596
17.7 组织创新	598
第18章 创造并引导变革	618
18.1 跻身世界级	620
18.2 管理变革	623
18.3 塑造未来	633

第一部分

管理学基础

