



MBA 管理学 方法与艺术

中共中央党校出版社

F270
H14
1

M B A 管 理 学

方法与艺术

(上)

主 编 ~~韩~~ 迪 岚

中共中央党校出版社

DW11/03
图书在版编目(CIP)数据

MBA 管理学:方法与艺术/韩岫岚主编;—北京:中共中央党校出版社,
1998.2

ISBN 7-5035-1729-8

I .M… II .韩… III .企业管理 IV .F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 02457 号

M B A 管 理 学

方法与艺术

主 编:韩 岫 岚

*

中共中央党校出版社出版

(地址:北京海淀大有庄 100 号 邮编:100091)

*

新华书店北京发行所发行

北京后沙峪印刷厂印刷

开本:850×1168 毫米 1/32 印张:42.5 字数:960 千字
1998 年 2 月第 1 版 1998 年 2 月第 1 次印刷

全套(三册) 定价:69 元

ISBN 7-5035-1729-8/F·302

主 编：韩岫岚 中国社科院工业经济研究所
教授、博士生导师

副主编：霍云鹏 中共中央党校博士
郑 文 国家经贸委，博士

编撰者：(排名不分先后)

王 名	日本名古屋大学管理学博士
徐有柯	国家经贸委，博士
李从国	国家经贸委，博士
孙祁祥	北京大学博士
王国成	中央社会主义学院，博士
白津夫	中共中央党校，博士
杨继东	中国人民大学博士
刘云清	国家进出口银行总行，博士
张 瑜	中国人民大学博士
刘志伟	中国人民大学博士
杨开峰	中国人民大学博士
李怀军	中国人民大学博士

柴尚金 当代世界研究中心，博士
刘能杰 中央党校科研部，博士
熊莉玲 中国人民大学
张胤红 中国人民大学

前 言

MBA(工商管理硕士)这一响亮的名称,以其不可抗拒的魔力征服了西方发达的资本主义国家,目前正强烈地吸引国内企业界、学术界、政府部门的有识之士的注意力。

诞生于美国的 MBA,已走过了近百年的历程。MBA 培养了为数众多的美国工商企业管理人才,创造了全球最发达的美国经济成就。MBA 在美国甚至被誉为“天之骄子”,是无可比拟的“商界精英”。据统计,美国最大的 500 家大公司的总经理、董事长等高层主管中,绝大多数均出自 MBA。这充分证明了 MBA 教育的成功。在美国及西方发达国家,MBA 象征着超群的才华,发达的智商,卓越的领导管理能力,甚至成了财富、荣誉和权力的代名词。

MBA 教育的成功来源于其科学有效的教学课程、

培养方法、实习训练之中。MBA 管理学立足科学的方法之中,而科学的方法反过来运用于管理实践中则还需要每个人自身的体会,所以说它还是一门艺术。这就有如建筑设计一样,建筑设计必须要有科学的基础知识为后盾,但真正建筑一座完美的大厦,则须有设计者自身的聪明智慧及灵感。世人对能设计出精美绝伦的典雅大厦之士称为“建筑大师”,这正如杰出优秀的企业管理者则常被人们冠之以“经营大师”甚至“经营之神”一样。

随着我国对外开放的不断深入及经济的日益发展,时代呼唤着千千万万高素质的工商企业管理人才。于是,发之于美国的 MBA 即在我国悄然兴起。但是,我国是一个有五千年文明史的悠久大国,中国有自己的特点,我们的前人留下了丰富宝贵的东方管理思想。在 MBA 热潮汹涌的今天,如何既学习西方先进管理方法又能保持自身的优势,这是一个需要合理解决的问题。正是为了完美解决这个问题,由我国著名的经济学专家、中国社科院工经所教授,博士生导师韩岫岚老师牵头负责,十几位经济学、管理学专家、教授和博士们共同努力,精心写作,编撰了这套经典著作。

本书深刻阐述了美国最著名的哈佛大学商学院 MBA 教育的核心课程,同时,对应其同类内容,融汇贯通了中国数千年来宝贵的东方管理思想,水乳交融,相得益彰。全书共分六大篇:管理原理、计划与决策、组织、控制、领导、管理案例点评。全书体系完备,科学系

统,文字生动,深入浅出,是一部适合各行各业的人士学习、研究、提高自身素质的经典名著。

成就事业需要一流人才,一流人才需要接受一流的教育。实践证明 MBA 教育是职业管理人才的最佳教育。一切有志于成功的人士都应该丰富自己的知识结构,具备全球眼光,准备迎接更加剧烈的竞争环境。我们希望,通过 MBA 教育的核心课程,能使你更加强大、更加有力,获得全新的知识理念和更大的成功。

本书编委会
1998 年 2 月

MBA 管理学

目

录

*

第一篇 管理原理

第一章 管理：历史的回溯与现代的审视

- 一、管理的起源与发展 (3)
- 二、管理的含义与内容 (8)
 - (一)管理的含义 (8)
 - (二)管理的内容 (11)
- 三、管理的职能与性质 (13)
 - (一)管理的职能 (13)
 - (二)管理的性质 (19)
- 四、管理的变革与创新 (21)
 - (一)管理面临的挑战 (21)
 - (二)管理的变革与创新 (22)

第二章 组织及其管理

- 一、行政组织及其管理 (27)

MBA 管理学

✱

- (一) 日本的国家公务员制度——崛起的基石之一 (27)
- (二) 行政组织的含义与特性 (28)
- (三) 行政管理的特点 (30)
- 二、企业组织及其管理 (35)
- (一) 企业组织的本质、要素及模式 (35)
- (二) 企业管理: 基于历史的俯视 (38)
- (三) 现代企业管理——经济奇迹的真正主角 (43)

第三章 东方管理思想

- 一、内圣外王、仁者爱人
 - 孔子的管理思想 (50)
 - (一) 以民为本
 - 群体本位的管理着眼点 (51)
 - (二) 追求稳定
 - 孔子的管理目标 (52)
 - (三) 中庸之道
 - 通权变达的管理艺术 (53)
 - (四) 德治
 - 言传身教的管理路线 (56)
 - (五) 举贤育才

MBA 管理学

——孔子的人才管理思想	(63)	*
(六)正名		
——孔子的组织管理思想	(65)	
二、无为而治		
——老子的管理思想	(67)	
(一)道:管理原则的不懈追求	(68)	
(二)以人为中心的管理	(69)	
(三)无为而治		
——老子管理思想的核心	(70)	
(四)软性管理		
——无为的管理模式	(72)	
(五)负阴而抱阳		
——老子的辩证管理思维	(73)	
(六)柔弱胜刚强		
——老子的竞争谋略	(79)	
三、法治天下		
——韩非子的管理思想	(81)	
(一)事异备变		
——韩非子的变革管理思想	(81)	
(二)乱世重典		
——务法不务德的管理路线	(82)	
(三)“入多”“事功”		

MBA 管理学

*

——韩非的成本效益思想	(84)
(四)治吏不治民	
——韩非子的分级管理体制	(85)
四、兵法经营	
——《孙子兵法》的管理思想	(86)
(一)未战庙算,以道为首	
——战略计划思想	(88)
(二)知己知彼,百战不殆	
——信息管理思想	(90)
(三)因敌致胜,践墨随敌	
——灵活管理思想	(93)
(四)上兵伐谋,出奇制胜	
——市场竞争谋略	(94)
(五)治众如治寡	
——组织管理思想	(96)
五、中西合璧	
——日本的管理思想	(98)
(一)以人为本,重视人性	(98)
(二)以“和”为基础,以忠诚为先	(100)
(三)奉行集体主义,重视培养团队精神	
.....	(102)

MBA 管理学

- (四)吸取中庸之道的积极方面,博采众长
..... (105)



第四章 西方管理思想的历史沿革

一、承前启后,功不可没

——中世纪的西方管理思想 (106)

(一)中世纪初期的管理思想 (107)

(二)威尼斯商人和兵工厂所体现的管理
思想 (109)

(三)中世纪后期的管理思想 (112)

二、产业革命带来的管理思想革命

——产业革命前后到十九世纪的西方管理思
想 (114)

(一)早期的管理问题 (115)

(二)早期的科学管理 (116)

(三)早期的管理学先验 (119)

(四)早期的美国管理:科学管理的序幕
..... (121)

三、现代西方管理思想的兴起和发展 (122)

(一)现代企业制度确立和普及阶段 (123)

(二)大企业体制阶段 (123)

(三)企业多角化、跨国化发展阶段 (124)

MBA 管理学

*

- (四)事业重构运动的兴起 (126)
- (五)企业重塑思潮的出现 (128)

第五章 西方古典管理理论

一、胡萝卜+大棒

- 泰罗的科学管理 (131)
- (一)《摩登时代》:科学管理的背景 (131)
- (二)动作研究:泰罗制的核心 (133)
- (三)天生我材必有用:人力资源问题 (134)
- (四)胡萝卜刺激:差别计件制 (135)
- (五)精神革命:泰罗理论的实质 (136)
- (六)回到泰罗去
- 正确看待泰罗的理论 (138)

二、普遍管理的框架

- 法约尔的一般管理理论 (140)
- (一)管理是经营的核心 (141)
- (二)管理要素 (141)
- (三)管理原则 (145)

三、组织理想型

- 韦伯的行政组织理论 (148)
- (一)理想的行政组织体系 (149)
- (二)合理合法的权力是组织的基础 (149)

MBA 管理学

(三)组织的结构与特点	(152)	*
(四)韦伯理论的再审视	(154)	
四、古典管理理论的系统化	(156)	
(一)博采众长,水到渠成		
——系统化的分析框架	(156)	
(二)寻求管理的金钥匙		
——管理原则的系统化	(157)	
(三)管理的内部结构		
——管理职能的系统化	(160)	

第六章 行为科学理论

一、人性复归:行为科学理论的产生	(162)
二、个体行为理论	(164)
(一)需要、动机和激励	(164)
(二)善与恶:人性假设理论	(170)
三、团体行为理论	(174)
(一)团体概论	(174)
(二)“场”——团体动力学理论	(175)
(三)意见沟通理论	(179)
(四)团体冲突调节理论	(180)

第二篇 计划与决策

第一章 组织目标:行动的指南

- 一、目标的性质及其要求 (185)
 - (一)“金字塔”的奥秘——影响组织目标的诸因素及其相互关系 (186)
 - (二)电影公司倒闭之谜——关于组织任务的剖析 (190)
 - (三)通用电气公司的问题何在——组织目标的性质分析 (195)
 - (四)梅家具公司的目标错在何处——明确组织目标的要求 (201)
- 二、目标的内容及其制定 (203)
 - (一)组织目标的主要内容 (204)
 - (二)组织目标的衡量:指标体系的建立
..... (207)
 - (三)制定目标的误区:四方面障碍 (211)
 - (四)制定目标的艺术:五个技巧 (216)
- 三、实现目标的有效途径

MBA 管理学

——目标管理..... (219) *

(一)目标管理的发展:四阶段论..... (220)

(二)目标管理的过程:四个步骤..... (225)

(三)目标管理的优缺点..... (230)

第二章 战略计划:成功的关键

一、战略计划的性质..... (235)

(一)从军事到经济:战略概念的演变过程
..... (236)

(二)战略计划由来:关于战略计划的界定
..... (240)

(三)德、日崛起的启示:战略计划的本质分
析..... (245)

二、战略计划的程序:六阶段论..... (251)

(一)树立战略思想——战略计划程序之一
..... (255)

(二)分析战略环境——战略计划程序之二
..... (257)

(三)确定战略目标——战略计划程序之三
..... (260)

(四)划分战略阶段——战略计划程序之四
..... (262)