



普通高等教育“十五”国家级规划教材
面向 21 世纪 课 程 教 材

管理学基础 (第二版)

Basic Management

□ 王 凯 陈 超 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



普通高等教育“十五”国家级规划教材
面向 21 世纪 课 程 教 材

管理学基础 (第二版)

Basic Management

□ 王 凯 陈 超 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础/王凯,陈超主编. —2版. —北京:高等教育出版社,2006.3

ISBN 7-04-018486-9

I. 管... II. ①王...②陈... III. 管理学-教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 007908 号

策划编辑 孙乃彬 责任编辑 顾瑶 封面设计 王凌波 责任绘图 朱静
版式设计 胡志萍 责任校对 俞声佳 责任印制 孔源

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京新丰印刷厂

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开 本 787×960 1/16
印 张 24
字 数 440 000

版 次 2000 年 12 月第 1 版
2006 年 3 月第 2 版
印 次 2006 年 3 月第 1 次印刷
定 价 27.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 18486-00



内 容 提 要

本书是“十五”国家级规划教材,是在本书 2000 年版的基础上修订而成的。

本书共二十八章,分为五篇,即管理概述篇、管理职能篇、要素管理篇、营运管理篇和战略管理篇。全书由浅入深、全面系统、简明扼要地阐述了管理及企业管理的理论与方法。管理概述篇主要回答“什么是管理”、“为什么要管理”、管理的哲学、管理的模式等基本问题;管理职能篇主要阐述管理是如何通过一系列基本功能活动来进行的;要素管理篇对构成管理客体的人、财、物、技术、信息等要素进行了分门别类地分析和探讨;营运管理篇阐述如何运用管理职能将上述一系列要素有机地组合起来进行实际运作;战略管理篇是实际运作的升华,重点介绍企业长期、稳定、协调的发展以及生存和竞争等战略性问题。

根据上述教材体系的构思,本书中充实了若干新的内容,将管理学原理与现代企业管理这两门经济管理类专业课程有机地结合为一体,使理论分析与实际运作有机结合、一般管理与企业管理有机结合。教材吸收了国内外新的管理理论和实践成果,以突出管理的创新。

本书既可供非经济管理类学生作为必读教材使用,又可供经济管理类学生、有关部门管理人员以及企业经营管理人员使用。与本书配套的资源有:《管理学基础(第二版)》教学课件,将免费赠送给选择其作为授课教材的教师使用(索取方式请见本书结尾处“教学支持说明页”)。

普通高等教育“十五”国家级规划教材
面向 21 世纪课程教材

《管理学基础》编辑委员会

主 编:王 凯(南京农业大学)
陈 超(南京农业大学)

副主编:赵 革(中国人民大学)
袁勇志(苏州大学)
郑少红(福建农林大学)
佟国光(吉林农业大学)

编 委:王凯(南京农业大学)、陈超(南京农业大学)、赵革(中国人民大学)、叶长生(扬州大学)、韩洪云(浙江大学)、袁勇志(苏州大学)、王建明(南京工业大学)、郑少红(福建农林大学)、李道国(南京农业大学)、王晓梅(河南农业大学)、谢海涛(南京林业大学)、佟国光(吉林农业大学)、陈东平(南京农业大学)、李明(南京农业大学)、朱海洋(上海交通大学)、袁勇志(苏州大学)、罗英姿(南京农业大学)、邱斌(东南大学)、荆冰(华泰证券公司)

第二版前言

《管理学基础》(第二版)是“十五”国家级规划教材,是在本书2000年版的基础上修订而成的。与第一版教材相比,编者在以下几方面进行了修订和完善:

1. 新增了6章内容。即第二章管理思想与理论的发展、第四章管理哲学与管理伦理、第五章企业管理模式、第十一章沟通、第二十二章团队管理、第二十三章企业国际化经营,目的是使本教材内容更加全面和丰富。

2. 对第一版中的8章内容进行了较大修订和完善。包括第八章组织、第九章领导、第十二章控制、第十三章人员管理、第十四章公司财务管理、第十八章企业信息管理、第二十四章企业经营战略、第二十七章企业竞争力管理。

3. 在每一章的章后新增了“本章小结”,方便读者归纳和总结该章的要点和核心内容。

4. 为教师新配备了多媒体教学课件。该教学课件配有系统的要点讲授以及习题等多媒体教学资料,极大地方便了教学活动。

参加本教材编写的人员来自全国十多所高等院校,既有管理学、现代企业管理等研究方向的博士生导师,也有长期从事管理学教学的教授、副教授,还有具有丰富管理经验的实践部门专家。本书的第一章、第三章、第六章、第七章、第二十一章由王凯(南京农业大学)编写;第二章由叶长生(扬州大学)编写;第四章由李道国(南京农业大学)编写;第五章由王建明(南京工业大学)编写;第八章由王晓梅(河南农业大学)编写;第九章由郑少红(福建农业大学)编写;第十章由谢海涛(南京林业大学)编写;第十一章由韩洪云(浙江大学)编写;第十二章由佟国光(吉林农业大学)编写;第十三章、第十七章、第十九章、第二十章、第二十三章、第二十四章由陈超(南京农业大学)编写;第十四章、第十五章由陈东

平(南京农业大学)编写;第十六章由李明(南京农业大学)编写;第十八章由赵革(中国人民大学)编写;第二十二章由朱海洋(上海交通大学)编写;第二十五章由袁勇志(苏州大学)编写;第二十六章由罗英姿(南京农业大学)编写;第二十七章由邱斌(东南大学)编写;第二十八章由荆冰(华泰证券公司)编写。全书由王凯教授和陈超教授统稿和定稿,陈超教授还承担了本教材多媒体教学课件的制作。

在本教材的编写过程中得到了高等教育出版社的大力支持和帮助。我们还参考了一些相关的研究成果和文献资料,在此一并表示感谢。欢迎广大读者提出宝贵的意见。

编 者

2005年9月29日

第一版前言

《管理学基础》是在教育部“面向 21 世纪高等院校农林本科经济管理类课程体系及教学内容研究”(项目编号:02-6)成果基础上编写的一本教材。本教材的创新之处主要有以下几点:

1. 教材体系的创新。本教材首次将《管理学基础》分为五篇,即管理概述篇、管理职能篇、要素管理篇、营运管理篇和战略管理篇,并由浅入深、全面系统、简明扼要地阐述了管理及企业管理的理论与方法。管理概述篇主要回答“什么是管理”、“为什么要管理”等基本问题;管理职能篇主要阐述管理是如何通过一系列基本功能活动来进行的;要素管理篇对构成管理客体的人、财、物、技术、信息等要素进行了分门别类的分析和探讨;营运管理篇阐述如何运用管理职能将上述一系列要素有机地组合起来进行实际运作;战略管理篇是实际运作的升华,将重点转向企业未来长期、稳定、协调地发展以及生存和竞争等战略性问题。

2. 教材内容的创新。本教材根据上述教材体系的新构思充实了若干新的内容。从学科层次上讲,《管理学基础》是将管理学原理与现代企业管理这两门经济管理类专业课有机地结合为一体,这是理论分析与实际运作的有机结合,是一般管理与企业管理的有机结合。从章节层次上讲,《管理学基础》增加了创新管理、风险管理、资本经营、企业竞争力、企业经营战略、企业文化创新、无形资产管理等新的内容,吸收了国内外最新的管理理论和实践成果,以突出管理的创新。

3. 出版形式的创新。本教材以教材配多媒体光盘的形式出版发行。这一创新的构想得到了高等教育出版社的大力支持。经过协作和艰苦的探索与开发,这一创新的设想变成了现实。许多高等农林院校也首次决定将《管理学基础》作为农林各专业的必读课程。由于《管理学基础》多媒体光盘配有系统的知识要点、习题、案例等文字、视频资料,因而极大地方便了读者学习《管理学

基础》。

参加本教材编写的人员既有管理学、现代企业管理等研究方向的博士生导师,也有长期从事管理学教学的教授、副教授,还有具有丰富管理实践经验的在职博士生。本书的第一章、第二章、第三章、第四章、第十七章由王凯(南京农业大学)编写;第五章、第十九章由宋维明(北京林业大学)编写;第八章、第九章由董金岭(山东农业大学)、瞿以平(南京农业大学)编写;第六章、第七章由谢海涛(南京林业大学)编写;第十章、第十一章由陈东平(南京农业大学)编写;第十二章由李明(南京农业大学)编写;第十三章、第十五章、第十六章由陈超(南京农业大学)编写;第十四章、第二十三章由荆冰(南京农业大学)编写;第十八章由刘怀珍(南京农业大学)编写;第二十章由袁勇志(苏州大学)编写;第二十一章由罗英姿(南京农业大学)编写;第二十二章由邱斌(东南大学)编写。全书由王凯教授统稿和定稿,陈超副教授承担了本教材多媒体光盘的制作,张锁庚教授对本书进行了主审。在本教材的编写过程中得到了高等教育出版社的支持和帮助。我们还参考了一些相关的研究成果和文献资料,在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促,在教材中难免有不足之处,恳请广大读者提出宝贵的意见,以便我们在重印和修订时及时改正。

编 者

2000年7月28日



第一篇 管理概述

第一章 管理与管理学	3
第一节 管理的定义与特征	3
第二节 管理的职能	5
第三节 管理学的研究对象和研究方法	6
第四节 管理的原理和方法	8
第二章 管理思想与理论的发展	13
第一节 早期管理思想	13
第二节 古典管理理论	17
第三节 行为科学研究	23
第四节 现代管理理论	28
第三章 企业管理概述	34
第一节 企业与现代企业制度	34
第二节 企业管理的基础工作	38
第四章 管理哲学与管理伦理	43
第一节 管理哲学的基本内容	43
第二节 管理伦理概述	46
第三节 管理伦理的原则和功能	49
第五章 企业管理模式	54
第一节 管理模式概述	54
第二节 国外企业管理模式	57
第三节 我国企业管理模式	59
第四节 企业管理模式的创新	61

第二篇 管理职能

第六章 决策	67
第一节 决策的基本原理	67
第二节 决策的方法	70
第七章 计划	78
第一节 计划的基本原理	78
第二节 计划的方法	80
第八章 组织	87
第一节 组织及组织结构	87
第二节 组织结构的类型	91
第三节 组织结构的设计	96
第四节 组织行为	104
第九章 领导	112
第一节 领导概述	112
第二节 领导理论	116
第三节 领导者的素质	120
第四节 领导艺术	122
第十章 激励	126
第一节 激励的概念与实质	126
第二节 有关激励的理论	127
第三节 激励的一般原则及方法	131
第十一章 沟通	134
第一节 人际沟通	134
第二节 组织沟通	135
第三节 沟通的障碍	139
第四节 沟通的技巧与原则	140
第十二章 控制	143
第一节 控制的类型及作用	143
第二节 控制的基本要求和基本过程	146
第三节 控制的基本方法	149

第三篇 要素管理

第十三章 人员配置	157
第一节 人员配置计划概述	157

第二节	人员招聘	161
第三节	人员绩效评估	164
第四节	人员薪酬	168
第十四章	公司财务管理	173
第一节	资金筹集	173
第二节	资金运用与管理	176
第三节	成本费用管理	180
第四节	利润管理	182
第十五章	存货和设备管理	186
第一节	存货管理	186
第二节	设备管理	188
第十六章	无形资产管理	196
第一节	无形资产概述	196
第二节	无形资产的开发、交易与资本化	199
第十七章	新产品开发与技术开发	204
第一节	新产品开发的意义和策略	204
第二节	新产品开发的原则和程序	207
第三节	技术开发管理	208
第十八章	企业信息管理	212
第一节	企业管理信息与信息管理系统	212
第二节	信息系统规划	221
第三节	信息系统开发	225

第四篇 营运管理

第十九章	质量管理	231
第一节	质量管理概述	231
第二节	全面质量管理	233
第三节	质量体系与质量认证	234
第二十章	市场营销管理	240
第一节	目标市场的选择	240
第二节	市场调查	241
第三节	市场营销策略	244
第二十一章	企业文化创新	249
第一节	企业文化的概念与作用	249
第二节	企业文化的营造与培育	251
第二十二章	团队管理	255

第一节 团队形式与团队功能	255
第二节 团队规范与团队精神	261
第三节 团队管理	267
第二十三章 企业国际化经营	272
第一节 企业国际化经营概述	272
第二节 企业国际化经营的方式	275
第三节 国际公司管理	282
第四节 企业国际化经营的风险管理	288
 第五篇 战略管理	
第二十四章 企业经营战略	295
第一节 企业经营战略的概念与内涵	295
第二节 企业经营战略环境分析	297
第三节 企业使命与战略目标	305
第四节 企业总体战略	310
第五节 中小企业经营战略	316
第二十五章 创新管理	321
第一节 创新的一般理论	321
第二节 创新过程与创新活动管理	325
第三节 企业创新机制	329
第二十六章 风险管理	332
第一节 风险管理概述	332
第二节 风险识别	334
第三节 风险衡量	336
第四节 风险控制	337
第二十七章 企业竞争力管理	340
第一节 企业竞争力概述	340
第二节 企业竞争战略	343
第三节 波特的竞争力理论	347
第四节 企业竞争力指标体系	351
第二十八章 企业资本经营	357
第一节 企业资本经营概述	357
第二节 企业资本经营的主要内容	359
第三节 企业兼并和重组	362
参考文献	368

第 一 篇

管 理 概 述

第一章

管理与管理学

第一节 管理的定义与特征

一、管理的定义

管理(Management)一词虽然在当今社会已被普遍使用,但关于管理的定义至今仍未得到统一,原因就在于它的含义随着社会的发展而发展,它的外延和内涵随着社会进步被不断丰富和充实。从字面上看,管理有管辖、管教、管人、理事、治理等意思,主要内容包含管人与治事两层含义。

自20世纪初,管理学作为一门新兴学科形成以来,对管理一词的定义多种多样。如过程学派的创始人法约尔(Henri Fayol)认为管理是计划、组织、指挥、协调和控制这五种因素的运用和体现过程;科学管理学派的创始人泰罗(F. W. Taylor)认为管理就是对工人进行挑选和培训,对生产和操作进行统计和记录以及定额管理的过程;组织理论代表者韦伯(Max Weber)则认为管理是通过行政组织体系层层下达并实现企业经营者意图的过程。美国管理学家赫伯特·A. 西蒙(Herbert A. Simon)认为“管理就是决策”。在目前西方的一些教科书中把管理定义为:管理就是由一个或更多的人来协调他人的活动,以便收到个人单独活动无法取得的效果。

上述定义基本上都是从某一侧面揭示管理的含义或某一属性,我们认为比较完整的定义是:管理是指一定组织中的管理者,通过有效地利用人力、物力、财力、信息等各种资源,并通过决策、计划、组织、领导、激励和控制等职能,来协调他人的活动,使别人与自己共同实现既定目标的活动过程。

二、管理的基本特征

管理具有以下几个基本特征：

1. 管理的产生是来自社会活动组织的要求,即这种社会活动不是单个人的活动,而是两个人以上的社会活动。共同劳动的规模越大,劳动分工和协作越复杂,管理工作就越重要。
2. 管理的“载体”是组织,即在社会这个大系统中,组织是一个子系统,管理通过组织这个子系统去实现管理目标。
3. 管理的核心是处理好各种人际关系,即在管理过程中的各个环节都必须与人打交道,只有妥善地处理好各种人际关系,才能更好地使别人与自己一道去实现管理目标。
4. 管理的任务是有效地利用人、财、物、技术、信息等各种资源;有效地利用决策、计划、组织、领导、激励和控制等各种管理职能,用尽可能少的支出去实现既定的目标。

三、管理的性质

管理具有二重性,即管理同时具有自然属性和社会属性。

管理的自然属性是指凡是进行社会化生产的地方都客观要求合理地组织生产力,即管理是社会生产力发展和组织社会化生产的客观要求,社会生产力发展得越快,社会化生产水平越高,对管理的要求也就越高。管理的这种与社会生产力相联系的自然属性,并不因社会制度的不同而产生差异,它主要取决于生产力发展水平和劳动社会化程度。因此,管理中有关合理组织生产力、组织社会化生产的一些形式和方法等,在不同的社会制度下具有共性,是可以相互借鉴的。

管理的社会属性是指管理是一定生产关系的体现,是为一定的生产关系服务的。管理的这种与社会生产关系相联系的社会属性,在不同的社会制度下具有本质的区别,它主要取决于社会生产关系。因此,管理中关于维护生产关系的制度、原则和方法都是为适应和维护特定的生产关系需要服务的,并不是各种社会生产方式都适用。

由于社会生产过程是生产力和生产关系的统一体,要保证社会生产过程的正常进行,就必须要求一方面合理地组织生产力,另一方面又要维持和巩固生产关系。管理要实现这两个方面的要求,从而决定了它同时具有自然属性和社会属性。