



JXUFE

高等院校管理类专业教材

COLLEGE AND UNIVERSITY MANAGEMENT TEXT

吴照云 主编

管理学

『第五版』

Management

The Fifth Edition

◆ 吴照云等 编著

秀才买柴

有一个秀才去集市上买柴，他对卖柴的人说：“荷薪者过来！”卖柴的人听不懂“荷薪者”（挑柴的人）三个字，但是，听得懂“过来”两个字，于是把柴挑到秀才面前。

秀才问他“其价如何？”卖柴人听不太懂这句话，但是，听得懂“价”这个字，于是告诉秀才价钱。

秀才接着问：“外实而内湿，烟多而焰少，请损之（你的柴外表是干的，里头确是湿的，燃烧起来，会浓烟多而火焰小，请减些价钱吧）。”卖柴的人因为听不懂秀才的话，于是挑着柴就走了。



中国社会科学出版社

CHINA SOCIAL SCIENCES PRESS

M 管理学

『第五版』

Management

The Fifth Edition

选鲜鱼还是鱼竿？

有两只饥饿的猫得到了一位长者的恩赐：一根鱼竿和一篓鲜活肥大的鱼。其中，一只猫要了一篓鱼，另一只要了鱼竿，于是，它们分道扬镳了。得到鱼的猫原地就用干柴搭起篝火煮起了鱼，它狼吞虎咽，还没有品出鲜鱼的肉香，转瞬间，这篓鱼汤就被它吃了个精光。不久，它便饿死在空空如也的鱼篓旁。另一只猫则捧着鱼竿继续风餐露宿，一步步艰难地向海边走去，可当它已经看到不远处那片蔚蓝色的海洋时，它浑身的最后一丝力气也耗完了，它也只能眼巴巴地望着无边无际的海岸撒手尘世。

又有两只饥饿的猫，它们同样得到了长者的恩赐：一根鱼竿和一篓鱼。不过它们并没有各奔东西，而是商定共同去寻找大海。它们每次只煮一条鱼。经过漫长的跋涉，它们来到了海边，从此，开始了捕鱼为生的日子，几年后，它们盖起了房子，有了各自的畜庭、子女，有了自己建造的渔船，过上了幸福安康的生活。

ISBN 7-5004-5475-9



9 787500 454755 >

ISBN 7-5004-5475-9

定价：38.00 元

高等院校管理类专业教材 主编 吴照云

管 理 学

(第五版)

吴照云等 编著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学 / 吴照云等编著. —第5版. —北京: 中国社会科学出版社, 2006. 5

高等院校管理类专业教材

ISBN 7 - 5004 - 5475 - 9

I. 管... II. 吴... III. 管理学—高等学校—教材
IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 016966 号

策划编辑 卢小生 (E-mail: georgelu@vip.sina.com)

责任编辑 卢小生

责任校对 李 莉

封面设计 解 佳

技术编辑 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010 - 84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 京南印刷厂

装 订 桃园装订厂

版 次 2006 年 5 月第 5 版

印 次 2006 年 5 月第 13 次印刷

开 本 787 × 960 1/16

印 数: 86401 - 96600 册

印 张 33.5

字 数 626 千字

定 价 38.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

序 言

在本书的序言部分，我们想对下面三个问题做出回答：一是写这本书是基于何种愿望以及在写作过程中是基于何种假设？二是第五版中保留了上一版中哪些重要特色和内容？而又增加了哪些新内容？三是本书的写作及修订说明。

一、愿望和假设

每一位作者在动手写书之前，总是基于一种愿望与假设（不管是明确的还是隐含的），用以说明作者为谁而写、怎样写——写这本书的愿望以及作者在写作过程中贯穿了何种假设。我们写这本教科书主要有如下愿望和假设：

（一）本书为谁而写

本书主要是为准备从事管理工作或者已经在企业工作的人学习管理知识而写的，如经济类、管理类专业的大学本科生、研究生等，以及那些已经掌握管理技能而又想使自己的工作更加有成效的人和其他从事管理工作的人。

（二）本书是怎么写的

首先，教科书应该让教师好教，读者好学。目前，国内外管理学方面的读物和教科书应该说是应有尽有，但是，从我们从事《管理学》教学十几年的实践来看，要找到一本好的教科书确实不易。正是基于这一点，我们试图编写这样一本教科书。正因为如此，我们在本书的结构及编排上做了这样一种尝试：

每篇的开头都有一扉页。在扉页上给出本篇各章的标题，这样做的好处是，使有经验的教师在授课时一目了然地了解本篇要讲的内容，便于教师抓住要点授课。

每章的开头都说明了本章的学习目标。其目的是想告诉读者在学完本章之后应该掌握哪些要点，帮助读者在学习时，将注意力集中到主要问题上，以提高学习效率。

在开始讲述每章内容之前，我们都设计了一个小故事，其目的是想将管理学与生活实际紧密地结合，以启发读者思考，接着引出各章的主题，这样，使读者学起来具体、生动。

在讲完一章的内容后，我们列出了本章提要与本章关键词，以提醒读者在学完本章之后应该学会和掌握哪些内容，对本章重要的基本概念有所把握；同时，

供读者在总结和回顾时参照。

在每章结束后，我们都设有一定数量的复习题，它们都是从各章的内容之中提炼出来的，如果读者学完并掌握了各章的内容，就能顺利地回答这些问题；也可供读者测试和练习之用。

此外，每章结束时，我们还为各章特别设计了一个应用案例。其目的是想借助这个案例检验读者综合利用各章所学知识及解决实际问题的能力。同时，各案例之后都设计了讨论题，供读者思考和讨论之用。

其次，教科书应该具有中国特色。毫无疑问，管理学的基本理论框架如计划、组织、领导、控制等已得到人们的公认，在本书中，我们试图借鉴西方管理理论体系，结合中国的实际，创建一部富有中国特色的新型管理学教材。因此，我们在选取案例方面力求中国化，编写教材使用的语言也力求本土化。

再次，教科书应该使读者读起来趣味盎然。一本好的教科书不应该让读者读起来有枯燥乏味之感，概念、原理的阐述不应该晦涩，而应该是读起来轻松、易懂，趣味无穷。为此，在本书写作过程中，我们试图克服国内教科书中那种从概念到概念、从原理到原理的论述模式和思维定式，而采用案例、图表和故事的形式，把概念、原理融于实例之中，使晦涩的概念生动化，抽象的原理具体化，枯燥乏味的内容趣味化。

再其次，教科书应该强调内容贴切，材料适用。一本教科书应该包括哪些内容，不应该包括哪些内容，这是个首先要予以回答的问题。为此，一本教科书的内容应该通过“有这个必要吗？”的标准来检验，对那些读者有需求且必须了解的内容，应该而且必须写入教科书；而对那些读者无需求或需求不大的内容，应尽量不写入教科书。正是基于这种认识，第五版对上一版中一些我们认为读者需求不大的章节和内容做了删除，而对那些我们认为读者有需求且需求比较大的内容和章节做了增补。

同时，在写作模式和重点上，我们努力克服过去国内教科书中普遍存在的一种模式：侧重于对概念、原理、发展历史的阐述和侧重于对“为什么”之类的问题做出回答，而对“怎样做”、“发展动态”预测之类的问题则论及很少。因此，我们在修订第五版时，力求既注意对概念、原理和发展历史等问题的阐述，更注意把写作的重点放在对“怎样做”、“发展动态”预测之类的问题的回答上。

最后，教科书应该适时。一本好的教科书应该跟踪当时管理学界及管理实践中出现的最新动态，及时吸收管理领域的最新研究成果。在这个变化的时代，管理实践的不断深入，管理理论不断深化，国内外已经涌现出了许多管理方面的最新成果。在这次修订的《管理学》（第五版）中，我们尽可能地吸收了这些管理

领域中的最新成果。

二、第五版的特色及新增加的内容

基于上述认识,我们在2006年初对《管理学》(第四版)做了大量的修订,将于2006年4月由中国社会科学出版社出版《管理学》(第五版)。第五版的一个显著特色,就是在各个篇章之前以及章节之中增加了一些与本章内容相关的、富有哲理的小故事,希望这些故事能够对本书的读者起到启迪思考、加深理解的作用。前四版中包含了许多专题和特色,在我们看来是独特且深受广大读者欢迎的,因此,在第五版中,我们把它们都保留下来了。被保留下来的章节主要有管理与管理者、管理思想与理论的发展、管理环境、计划、战略管理、组织、领导、领导行为基础、激励、控制工作和控制方法等内容。同时,新增了中国古代管理思想、核心能力理论、六西格玛理论、团队管理等内容,对管理学丛林的理论体系进行了系统的介绍,增补了管理环境、目标和目标管理、组织设计与变革、领导的作用、沟通的原则等内容,这些新增加的内容,在我们看来是十分必要的、有意义的。

三、写作及修订说明

本书的写作大纲由吴照云教授设计,并担任主编。各章节的撰稿分工为吴照云(第一章、第二章和第三章)、吴志军(第四章)、欧阳康(第五章和第六章)、卢福财(第七章)、胡大力(第八章)、曹元坤(第九章)、吴良平(第十章)、庄凯(第十一章)、胡宇辰(第十二章)、叶青(第十三章)、李良智(第十四章)和王筱琴(第十五章和第十六章)。最后,由吴照云教授总纂、定稿。本书第四版和第五版的修订工作由吴照云教授和他的同事及学生共同完成,他们是柳振群、庄凯、徐慧、谢先彪、孙德芬、韦振宇、江晓华、李林芳、张荣鑫等。

在本书的历次修订过程中,我们尽可能地吸收了管理学科出现的新理论和新观点,但是,书中难免存在观点上的谬误、偏差,敬请广大读者不吝赐正。

吴照云

2006年2月26日

致 谢

一本高质量的教科书离不开学识渊博的学长们的无私奉献，本书也是如此，正是学长们的无私奉献，才使本书得以较高的质量出现在读者面前。为本书提供资料，审阅和修改且提出过宝贵意见的同志有金祖钧、杨慧、余菁、刘国珍、吴本东、詹爱民、罗时科、王云平、符仲南、李振球、胡云清、舒辉、邱霞、何青、胡君、何小兰、王宇露、彭相如、顾瑞兰、占小军、翟小武、周鹏、庄凯、柳振群、谢先彪、孙德芬、徐慧、李林芳、韦振宇、江晓华、张荣鑫等。在此，向他们表示深深的谢意。

我们要特别感谢财政部培训中心和高教司的有关领导，本书的写作一直是在他们的关心和支持下进行的，是他们的关心和支持才使本书得以顺利完成。

我们还要特别鸣谢中国社会科学出版社的领导和编辑同志，是他们的辛勤劳动，才使本书第五版能尽快与读者见面。

本书在写作过程中，我们直接或间接地参考和借鉴了国内外专家学者的大量论著、教科书等研究成果和素材，因数量很多，难以一一列举，在此一并致谢！

需要特别指出的是，《管理学》（第五版）是在《管理学原理》第一版、第二版和《管理学》第三版、第四版基础上修订而成的。而《管理学原理》第一版、第二版和《管理学》第三版、第四版是经济管理出版社出版的，在本书的出版过程中，经济管理出版社的领导和编辑同志给予了极大的支持和帮助，付出了大量的心血。在此，我们衷心感谢经济管理出版社的领导和编辑！

吴照云

2006年2月26日

目 录

第一篇 导论

3	1 管理与管理者
4	1.1 什么是管理
9	1.2 管理工作的性质
11	1.3 管理的应用范围
11	1.4 管理的基本职能
14	1.5 管理者的工作
16	1.6 管理人员的分类
19	1.7 管理人员的技能要求
22	1.8 管理学——带你了解管理的真谛
24	1.9 如何学习管理学
25	☐ 本章关键词
25	☐ 本章提要
26	☐ 复习与练习
26	☐ 案例应用
31	2 管理思想与理论沿革
32	2.1 中国管理思想的萌芽
43	2.2 西方管理思想的萌芽
45	2.3 现代管理的起源:科学管理理论
47	2.4 管理过程学派
53	2.5 经验主义学派
54	2.6 行为科学学派

- 64 2.7 社会系统学派
- 65 2.8 管理科学学派
- 67 2.9 决策理论学派
- 68 2.10 其他管理理论学派简介
- 69 2.11 当代管理理论的新发展

74 ☐ 本章关键词

74 ☐ 本章提要

75 ☐ 复习与练习

76 ☐ 案例应用

79 3 当代经典管理理论

80 3.1 波特的竞争战略理论

83 3.2 哈默尔和普拉哈拉德的核心能力理论

85 3.3 沙因的组织文化理论

89 3.4 彼得·圣吉的学习型组织理论

93 3.5 企业再造理论

98 3.6 六西格玛(6 σ)理论

100 3.7 团队管理

102 ☐ 本章关键词

102 ☐ 本章提要

103 ☐ 复习与练习

103 ☐ 案例应用

105 4 管理环境

106 4.1 管理的环境分析

120 4.2 环境的不确定性

121 4.3 组织文化

132 4.4 社会责任与管理道德

138 4.5 全球化与跨文化管理

148 ☐ 本章关键词

- 148 □ 本章提要
- 149 □ 复习与练习
- 150 □ 案例应用
- 151 □ 导论篇综合案例

第二篇 计划

- 155 5 目标与目标管理
 - 156 5.1 目标的性质
 - 160 5.2 目标的分类
 - 163 5.3 目标的确定
 - 166 5.4 目标管理
 - 176 □ 本章关键词
 - 177 □ 本章提要
 - 177 □ 复习与练习
 - 178 □ 案例应用
- 181 6 计划工作
 - 182 6.1 计划的概念与分类
 - 185 6.2 计划步骤和计划评价标准
 - 191 6.3 计划工作的原则
 - 194 6.4 现代计划技术与方法
 - 198 □ 本章关键词
 - 198 □ 本章提要
 - 199 □ 复习与练习
 - 200 □ 案例应用
- 203 7 决策
 - 204 7.1 决策概述
 - 206 7.2 决策的类型
 - 213 7.3 决策过程

218 7.4 定性决策方法

223 7.5 定量决策技术

229 □ 本章关键词

229 □ 本章提要

230 □ 复习与练习

231 □ 案例应用

233 8 战略管理

234 8.1 日益重要的战略管理

237 8.2 战略管理层次

239 8.3 战略类型

241 8.4 战略管理过程

242 8.5 战略的制定

248 8.6 战略实施

251 □ 本章关键词

251 □ 本章提要

252 □ 复习与练习

252 □ 案例应用

258 □ 计划篇综合案例

第三篇 组织

271 9 组织设计与运作

272 9.1 组织的一般性论述

277 9.2 组织设计的基本原则

286 9.3 组织设计的相关因素

292 9.4 组织设计的程序

292 9.5 组织设计的常见结构

297 9.6 组织设计的新型结构

301 9.7 组织设计与员工行为

302 □ 本章关键词

302 □ 本章提要

304 □ 复习与练习

305 □ 案例应用

307 10 组织变革与发展

308 10.1 组织变革

310 10.2 组织为什么要变革

314 10.3 推行有计划的变革

317 10.4 组织变革的方法

323 10.5 变革应关注的问题

329 10.6 组织发展

333 10.7 组织发展的好处与局限

334 □ 本章关键词

334 □ 本章提要

336 □ 复习与练习

337 □ 案例应用

339 11 人力资源管理

340 11.1 人力资源管理概述

342 11.2 人力资源规划

345 11.3 人员招聘、选拔与定向

351 11.4 人员培训

355 11.5 绩效评估

361 11.6 工资与福利待遇

366 □ 本章关键词

366 □ 本章提要

366 □ 复习与练习

367 □ 案例应用

373 □ 组织篇综合案例

第四篇 领导

379 12 领导

380 12.1 领导者的概述

389 12.2 领导方式理论

398 12.3 领导权变理论

404 12.4 领导艺术

406 □ 本章关键词

406 □ 本章提要

407 □ 复习与练习

407 □ 案例应用

409 13 沟通

410 13.1 沟通的概述

414 13.2 沟通方式

421 13.3 沟通渠道

425 13.4 有效沟通的障碍

430 13.5 有效沟通的原则与基础

432 13.6 沟通技巧

432 □ 本章关键词

432 □ 本章提要

433 □ 复习与练习

435 □ 案例应用

437 14 激励

438 14.1 激励的概念

441 14.2 激励理论

455 14.3 激励方式

459 14.4 激励原则

460 14.5 激励技巧

- 460 □ 本章关键词
- 460 □ 本章提要
- 461 □ 复习与练习
- 462 □ 案例应用
- 464 □ 领导篇综合案例

第五篇 控制

- 469 **15 控制工作**
- 470 15.1 控制的定义
- 471 15.2 控制过程
- 474 15.3 控制的基本类型
- 477 15.4 有效控制原则
- 479 15.5 有效控制的特性
- 482 □ 本章关键词
- 482 □ 本章提要
- 482 □ 复习与练习
- 483 □ 案例应用
- 489 **16 控制方法**
- 490 16.1 预算控制
- 492 16.2 成本全面控制
- 496 16.3 作业控制
- 504 16.4 管理信息和有效控制
- 506 16.5 其他控制方法
- 507 □ 本章提要
- 508 □ 复习与练习
- 509 □ 案例应用
- 511 □ 控制篇综合案例
- 517 参考文献

第一篇 导论

- 1 管理与管理者
- 2 管理思想与理论沿革
- 3 当代经典管理理论
- 4 管理环境
- ☐ 导论篇综合案例

