



面向 21 世纪 课 程 教 材  
Textbook Series for 21st Century

高等学校工商管理类核心课程教材

# 管 理 学

(第二版)

周三多 主编

陈传明 副主编



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS



# Management

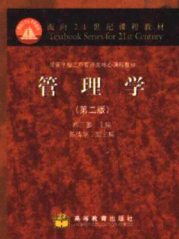
## 工商管理类核心课程（9门）教材

全国高等学校工商管理类专业核心课程教学基本要求

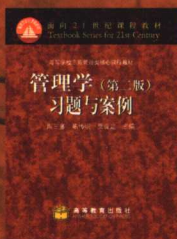
- 1 微观经济学（第二版）（送教师课件）
- 2 宏观经济学（第二版）（送教师课件）
- ◆ 3 管理学（第二版）（送教师课件）  
管理学（第二版）习题与案例
- 4 财务管理学（第二版）（配光盘、学习卡）（送教师课件）  
财务管理学（第二版）学习指导书
- 5 市场营销学（第二版）（配学习卡）（送教师课件）  
《市场营销学》学习指南与练习（第二版）  
市场营销经典案例
- 6 管理信息系统（第三版）（配演示软件、学习卡）（送教师课件）  
管理信息系统习题集  
管理信息系统案例集
- 7 经济法法律通论（第二版）（送教师课件）
- 8 会计学（第二版）上、下册（配学习卡）（送教师课件）  
会计学（第二版）学习指导书
- 9 统计学（第二版）（配学习卡）（送教师课件）  
统计学（第二版）学习指南与练习

教育部高教司

黄亚钧  
黄亚钧  
周三多  
周三多等  
郭复初等  
王庆成等  
吴健安  
吴健安  
朱立  
黄梯云  
黄梯云  
李一军  
刘文华等  
葛家澍等  
葛家澍等  
袁卫等  
袁卫等



管理学（第二版）



管理学（第二版）  
习题与案例



教学课件

ISBN 7-04-017560-6



9 787040 175608 >

定价 28.50元

面向 21 世纪课程教材  
Textbook Series for 21st Century

高等学校工商管理类核心课程教材

# 管 理 学

(第二版)

周三多 主编  
陈传明 副主编



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

## 内容简介

本书是教育部“高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划”以及高等教育出版社“高等教育百门精品课程教材建设计划”的研究成果,是面向 21 世纪教材和高等学校工商管理类各专业核心课程教材。本书运用理论与实践相结合的方法,汲取了古今中外人类在社会经济活动中所积累的管理思想和管理理论的精华,系统地阐释了管理的基本原理和职能,建立了信息、决策、计划、组织、领导、控制、创新的管理学新体系。全球化、知识化、人本化和信息化是 21 世纪的时代特征,为适应时代的要求和充分考虑 21 世纪工商管理类人才的基本知识素养,本书还特别阐释了全球化管理、管理伦理、决策方法、企业资源计划。结合 20 多年来,尤其是进入新世纪以来的中国企业管理实践,本书每篇均列举有相应的中国企业管理的短小案例。本书既汲取了当今世界管理学前沿的最新成果,又紧密结合中国企业实际,既体现了教材的科学性和系统性,又突出了管理学的时代性和实用性。

本书可作为高等学校工商管理类各专业的教科书,也可供经济学、管理学其他各专业选用和社会读者阅读。

## 图书在版编目(CIP)数据

管理学/周三多主编. —2 版. —北京:高等教育出版社, 2005. 11

ISBN 7-04-017560-6

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 108049 号

---

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
总 机	010-58581000		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
		网上订购	<a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>
			<a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a>
经 销	北京蓝色畅想图书发行有限公司		
印 刷	北京民族印刷厂		
		版 次	2000 年 8 月第 1 版
开 本	787×960 1/16		2005 年 11 月第 2 版
印 张	25	印 次	2005 年 11 月第 1 次印刷
字 数	460 000	定 价	28.50 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 17560-00



# 总 前 言

高等学校经济学类核心课程和工商管理类核心课程是在高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划“经济学类专业课程结构、共同核心课程及主要教学内容改革研究与实践”和“工商管理类专业课程结构及主要教学内容改革研究与实践”两个项目调研基础上提出、经经济学教学指导委员会和工商管理类教学指导委员会讨论通过、教育部批准的必修课程。其中,经济学类各专业的核心课程共 8 门:政治经济学、西方经济学、计量经济学、国际经济学、货币银行学、财政学、会计学、统计学;工商管理类各专业的核心课程共 9 门:微观经济学、宏观经济学、管理学、管理信息系统、会计学、统计学、财务管理、市场营销学、经济法。这些课程确定后,教育部高教司组织有关专家制定了各门课程的教学基本要求,并组编了相应的各门教材。各门课程的教学基本要求及相应教材由高等教育出版社于 2000 年秋季出齐,供各高等学校选用。

教育部高等教育司

2000 年 3 月

## 第二版前言

《管理学》作为“面向 21 世纪课程教材”于 2000 年 8 月出版以来受到了全国许多高等学校管理类专业师生以及企业界的广泛好评。据出版机构统计,全国有 100 多所高校选择本书作为本科生教学用书,有 50 多所院校将其指定为管理类专业硕士生入学考试的参考书,许多企业或专业培训机构也在管理培训中选用了本书,本书的发行量已近百万册。

大量读者使用此书后以各种方式与我们联系,在充分肯定教材内容、体系、形式和质量的同时,也向我们提出了不少修改和补充建议。作为一本读者面如此之广、受社会各界关注程度如此之高的教材的作者,我们深感责任和压力之沉重。书中任何微小的错误和疏漏都可能影响数万、乃至数十万读者,尤其面对莘莘学子,唯恐误人子弟。因此,我们一直在冥思苦想,一直在不懈努力,试图把本书写得好些、更好些。

一次偶然的的机会我读到了一位著名华人布道家的讲稿,其中有一段非常精彩的语言我记忆尤深。这位布道家说道,“科学家给我们的是‘知’与‘不知’的问题;经济学家带来的是‘利’与‘害’的问题;道德家告诉我们‘可’、‘不可’行的问题;宗教家告诉我们‘善’与‘恶’的问题;哲学家讨论的是‘智’与‘愚’的问题。你研究哲学,使你不做笨事,要做智慧人;你研究科学,使你不做无知的人,而是做一个有学识的人;你研究宗教,你盼望不要做恶事,盼望行善;你研究经济学,为的是要得到更多的经济利益。”由此我想到,我们管理学家的使命是什么?要告诉人们什么?

按照传统的经典说法,管理学是要研究人们如何正确地做事。这在几十年前可能是完全正确的。但当科学决策方法和战略管理理论成为管理学的重要组成部分之后,管理学就不仅仅是要告诉人们如何正确地做事,而且要告诉人们如何做正确的事。所以,告诉人们正确地做正确的事,这才是当代管理学的使命。

正是鉴于这种认识,我们自 2004 年 7 月份起便开始组织了本书的修订工作。

此次修订,除了对每章的内容都进行了不同程度的调整修改外,我们着重在

以下几个方面作了补充和完善:

第一,增加了“全球化管理”、“信息与信息化管理”及“决策与决策方法”等三章。“全球化管理”和“信息与信息化管理”这两章是为了进一步反映21世纪管理学的现实基础。因为全球化和信息化已经成为不可阻挡的潮流席卷了整个世界,改变了每个国家、每个组织甚至每个人的工作和生活方式,并且使管理工作发生了质的变化。巨大而迅猛的变化使世界和未来的不确定性更加突出,对科学决策提出了更为严峻的挑战,因而我们特别加强了“决策与决策方法”方面的内容。这些改变使本书更明确地形成了颇具特色的完整的结构体系。下面的管理学结构模型图标明了各部分应包括的核心内容与相应关系。图中某些提法与本教材第二版各章的标题不尽相同,但精神是一致的。有了这个模型,可以更直观地帮助读者了解管理学的思想体系,掌握各部分内容与整体的关系,逐步接近“正确地做正确的事”这个光辉的顶点。

第二,每章正文结束后列举了若干思考题。通过对思考题的解答不仅可以帮助读者系统地回顾和思考本章介绍的相关理论和方法,还可以促进读者运用这些理论和方法去分析和解决管理实践中遇到的相关问题。

第三,在每篇正文结束后列举了两个综合性案例。通过对案例的阅读、分析和讨论,可以帮助读者把本篇的内容与我国企业(或其他组织)的管理实践联系起来,进行拓展性的思考,以便更深入地理解本篇的有关内容。

第四,为了方便教师备课和读者自学,准确地抓住各章的重点、难点,我们还专门组织编写了专为本书配套的习题和案例集。

南京大学的周三多、陈传明、鲁明泓、贾良定,北京大学的王其文以及上海财经大学的谈儒勇等老师参加了此次的编写和修订工作,具体分工如下:

周三多:第四篇领导(第十一、十二、十三章);

周三多、陈传明:第三篇组织(第八、九、十章);

周三多、谈儒勇:第一篇总论中的第一、二、四章;

陈传明:第六篇创新(第十六、十七、十八章);

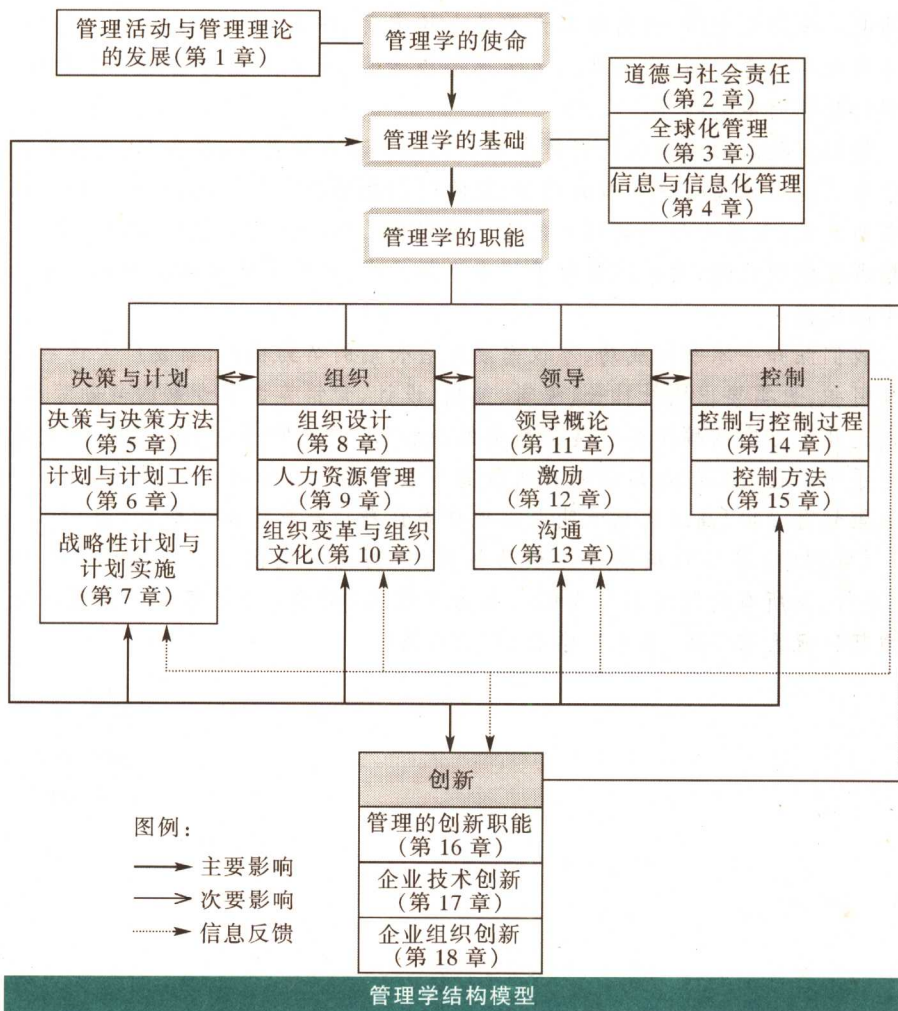
鲁明泓:第一篇总论中的第三章,第五篇控制(第十四、十五章);

王其文:第二篇决策与计划中的第五章;

贾良定:第二篇决策与计划中的第六、七章。

本书主要是针对高等院校管理类专业的本、专科教学而写的,同时也希望对那些管理的实践者和对管理理论研究有兴趣的人能通过阅读此书在管理知识增进和管理能力提升上有所裨益。

在修订过程中我们仍努力运用了理论与实际相结合的方法:一方面,我们注意了运用相关理论对企业管理中实际问题的分析,同时也努力对管理实践中出现的一些新问题进行总结以求提炼出一些新的理论和方法。我们希望能通过修



订本的出版及时反映管理理论与方法的最新发展。当然,实践的不断发  
展要求管理理论不断随之而更新。这将是本书作者们以及所有管理工作者面临的永恒的任务。让我们一起不懈地努力!

最后,我要代表全体作者向所有对本书提出过意见、建议的读者致以衷心的感谢,正是你们的宝贵意见和建议,帮助我们改进了本书第一版。在第二版的讨论稿完成后,我们曾在北京和南京召开了“管理学精品课程建设”研讨会,许多高校的管理学教师冒着酷暑高温,不远千里来参加会议,并根据自己多年应用本书教学的经验,提出了许多坦诚中肯的建设性意见,对本书的修改定稿起到了极为重要的作用。这些老师有:兰州商学院杜伟老师、兰州理工大学田华老师、西



安邮电学院邹龙老师、河南师范大学楚金桥老师、中国海洋大学吴颖利老师、武汉科技大学周勇老师、南京理工大学周小虎老师、南京工业大学赵顺龙老师、南京审计学院周艳老师等。

特别使我感动的是我的老师中国人民大学李占祥教授，我在50年前就是他的学生。他十分关心这本书的修改，他临时因故不能参加会议，还亲自写了详细的书面意见，派博士生李英到会代读。当我看了那一行行工整隽秀的行书，一句句精湛深邃的论述，真是感慨万千。李老师严谨、诚朴的学风和品德永远是学生心中的楷模。

我们深知一本书的成功，不仅需要作者长期的辛勤耕耘，需要广大读者的关爱和呵护，更需要出版社社长、编辑、策划、设计、营销等许多专家的辛勤劳动，才能把这几十万字的稿子变成装帧精美的教科书，并把它送到如此众多的教师和学生手中。让我们把最后的谢意送给高等教育出版社管理分社副社长张冬梅、首席策划孙乃彬、高级策划于明及其他许多在幕后默默奉献的朋友们！

《管理学》第二版虽然称为精品教材，但离完美还很远。请我们亲爱的读者、同行，及所有的朋友们与我们一起为使这本《管理学》更完美更精致而继续努力吧！祝大家平安、喜乐！学业、事业有成！

周三多  
2005年夏  
于南京大学

# 第一版前言

受教育部高教司的委托,我们组织编写了这本主要面向高校学生的《管理学》教材。本书由南京大学周三多教授主持编写。根据周三多教授提出的思路和框架结构,南京大学国际商学院陈传明教授、鲁明泓教授、贾良定讲师以及周三多教授的博士后谈儒勇、博士研究生任荣伟和周健等同志参加了相关章节的编写工作;陈传明教授协助主编参与了结构与思路设计以及本书部分章节初稿的文字修改工作。

我们在编写过程中努力运用理论与实际相结合的方法,尽可能汲取古今中外人类在社会经济活动中所积累的管理思想和管理理论的精华,试图通过管理职能的分析来系统介绍管理学的基本原理。我们在书中将管理原则归纳为效益原则、人本原则、系统原则和道德原则,并以这一思路引导全书内容的展开,分析了管理的信息、决策、计划、组织、领导、控制以及创新等职能活动。编写中,我们既注意了工业经济时代成熟的企业管理理论的系统介绍,又充分体现了管理研究最新成果,探讨了知识经济条件下企业可能面临的组织创新。我们希望,在上述思想指导下编写的本书,不仅适用于大学本、专科段的教学,而且可对企业管理的实践者和理论研究者提供一定参考。

各章编写具体分工如下:

周三多、谈儒勇:第一篇总论,含第一章管理活动与管理理论、第二章道德与社会责任、第三章信息获取以及第四章决策;

贾良定:第二篇计划,含第五章计划与计划工作、第六章战略性计划以及第七章计划的组织实施;

周三多、任荣伟:第三篇组织,含第八章组织设计、第九章人力资源管理以及第十章组织变革与组织文化;

周三多、周健:第四篇领导,含第十一章领导概论、第十二章激励以及第十三章沟通;

鲁明泓:第五篇控制,含第十四章控制与控制过程和第十五章控制方法;

陈传明：第六篇创新，含第十六章管理的创新职能、第十七章企业技术创新以及第十八章企业组织创新。

周三多

2000/2/20 于南京



# 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010)58581897/58581896/58581879

传 真：(010)82086060

E - mail: dd@ hep. com. cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

策划编辑	张冬梅	于明
责任编辑	荣誉	于明
封面设计	杨立新	
责任绘图	吴文信	
版式设计	王莹	
责任校对	殷然	
责任印制	陈伟光	

## 教学支持说明

建设立体化精品教材,向高校师生提供系列化教学解决方案和教学资源,是高等教育出版社(集团)“服务教育”的重要方式。为支持相应课程的教学,我们向采用本书作为教材的教师免费提供教学课件。

为保证该课件仅为教师获得,烦请授课教师填写如下开课情况证明并寄出(传真)至下列地址。

我们的联系办法:

地址:北京市西城区德外大街4号高等教育出版社管理分社

电话:010-58581018/1016 传真:010-82080921

E-mail:guanli@hep.com.cn

## 证 明

兹证明\_\_\_\_\_大学\_\_\_\_\_系/院第\_\_\_\_\_学年开设的\_\_\_\_\_课程,采用高等教育出版社出版的\_\_\_\_\_ (书名和作者)作为本课程教材,授课教师为\_\_\_\_\_,学生\_\_\_\_\_个班共\_\_\_\_\_人。

授课教师需要与本书配套的教学课件为:

邮编和地址:\_\_\_\_\_

电话:\_\_\_\_\_

E-mail:\_\_\_\_\_

系/院主任:\_\_\_\_\_ (签字)

(系/院办公室盖章)

20\_\_年\_\_月\_\_日

# 目 录

## 第一篇 总 论

第一章 管理活动与管理理论 .....	3
第一节 管理活动 .....	4
第二节 中外早期管理思想 .....	9
第三节 管理理论的形成与发展 .....	12
第二章 道德与社会责任 .....	26
第一节 道德与崇尚道德的管理 .....	27
第二节 管理者道德行为的影响因素 .....	30
第三节 提升员工道德修养的途径 .....	33
第四节 社会责任与利润取向 .....	35
第三章 全球化管理 .....	40
第一节 国际化经营的内涵、特征与动机 .....	41
第二节 国际化经营中的环境 .....	46
第三节 国际化经营的竞争战略 .....	54
第四章 信息与信息化管理 .....	58
第一节 信息及其特征 .....	59
第二节 信息管理工作 .....	62
第三节 信息化管理 .....	68
综合案例 .....	77
案例一:2004年中国十大企业社会责任 .....	77
案例二:先难后易的国际化战略 .....	79



---

## 第二篇 决策与计划

---

第五章 决策与决策方法 .....	83
第一节 决策与决策理论 .....	84
第二节 决策过程 .....	87
第三节 决策的影响因素 .....	89
第四节 决策方法 .....	94
第六章 计划与计划工作 .....	110
第一节 计划的概念及其性质 .....	111
第二节 计划的类型 .....	114
第三节 计划编制过程 .....	120
第七章 战略性计划与计划实施 .....	123
第一节 战略愿景和使命陈述 .....	124
第二节 战略环境分析 .....	126
第三节 战略性计划选择 .....	130
第四节 计划的组织实施 .....	133
综合案例 .....	142
案例一:准确决策与盲目投资 .....	142
案例二:战略决策是成功之母 .....	143

---

## 第三篇 组 织

---

第八章 组织设计 .....	149
第一节 组织与组织设计 .....	150
第二节 组织的部门化 .....	162
第三节 组织的层级化 .....	168
第九章 人力资源管理 .....	175
第一节 人力资源计划 .....	176
第二节 员工的招聘与解聘 .....	179
第三节 员工培训 .....	186
第四节 绩效评估 .....	190
第十章 组织变革与组织文化 .....	194
第一节 组织变革的一般规律 .....	195
第二节 管理组织变革 .....	198
第三节 组织文化及其发展 .....	206

综合案例 .....	213
案例一:万维公司的组织结构变革 .....	213
案例二:广东北电——人性化管理 .....	216

## 第四篇 领 导

第十一章 领导概论 .....	221
第一节 领导的内涵 .....	222
第二节 领导风格类型 .....	225
第三节 领导理论 .....	228
第十二章 激励 .....	236
第一节 激励原理 .....	237
第二节 激励的需要理论 .....	239
第三节 激励的过程理论 .....	244
第四节 激励实务 .....	249
第十三章 沟通 .....	253
第一节 沟通的原理 .....	254
第二节 组织沟通 .....	258
第三节 沟通管理 .....	261
第四节 组织冲突与谈判 .....	264
综合案例 .....	269
案例一:“闲可钓鱼”与“无暇吃鱼” .....	269
案例二:晋升停滞的骨干员工,留得住吗? .....	271

## 第五篇 控 制

第十四章 控制与控制过程 .....	275
第一节 控制活动 .....	276
第二节 控制过程 .....	282
第三节 有效控制 .....	289
第十五章 控制方法 .....	294
第一节 预算控制 .....	295
第二节 生产控制 .....	298
第三节 财务控制方法 .....	301
第四节 综合控制方法 .....	306

综合案例 .....	312
案例：“模拟市场核算，实行成本否决”的邯钢模式 .....	312

## 第六篇 创 新

第十六章 管理的创新职能 .....	317
第一节 创新及其作用 .....	318
第二节 创新职能的基本内容 .....	323
第三节 创新过程及其管理 .....	328
第四节 工作流程的再造 .....	333
第十七章 企业技术创新 .....	340
第一节 技术创新及其贡献 .....	341
第二节 技术创新的源泉 .....	342
第三节 技术创新的战略及其选择 .....	348
第四节 技术创新与产品开发 .....	354
第十八章 企业组织创新 .....	360
第一节 企业制度创新 .....	362
第二节 企业层级结构创新 .....	370
第三节 企业文化创新 .....	375
综合案例 .....	380
案例一：小天鹅的“末日管理” .....	380
案例二：矩阵管理——春兰集团的管理创新 .....	381