



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
面向 21 世纪 课 程 教 材

国家级精品课程教材

高等学校工商管理类核心课程教材

Management

管理学

(第三版)

□ 周三多 主 编

□ 陈传明 副主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
面向 21 世纪 课 程 教 材

国家级精品课程教材

高等学校工商管理类核心课程教材

管理学

(第三版)

Guanlixue

□ 周三多 主 编

□ 陈传明 副主编



高等教育出版社 · 北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是教育部“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 世纪课程教材”和高等学校工商管理类各专业核心课程教材。编写者借助长期从事管理学基础理论与教学所积累的经验,运用理论与实践相结合的方法,汲取了古今中外人类经济活动中所积累的管理思想和管理理论的精华,从管理过程的角度,系统阐释了管理学的基本原理,探讨了市场经济条件下管理者的伦理道德,分析了全球化背景下企业管理的决策、组织、领导、控制以及创新等职能。

本书阐述的内容虽多以企业管理活动为背景而展开,但在此基础上导出的一般理论与方法显然也可运用于企业之外的非营利性组织管理。因此,本书既可作为高等学校工商管理类各专业的教科书,也可供人文社科其他相关专业选用,同时还可为那些希望更好地理解社会生活中的管理现象或有意提高自己管理能力的社会读者提供借鉴。

图书在版编目(CIP)数据

管理学/周三多主编. —3 版. —北京:高等教育出版社,2010.2

ISBN 978-7-04-028455-3

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(2009)第 226274 号

策划编辑 张冬梅

责任编辑 张冬梅 曾飞华

封面设计 王凌波

版式设计 王艳红

责任校对 刘 莉

责任印制 毛斯璐

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 100120
总 机 010-58581000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 唐山市润丰印务有限公司

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 26.25
字 数 480 000

版 次 2000 年 1 月第 1 版
2010 年 2 月第 3 版
印 次 2010 年 2 月第 1 次印刷
定 价 29.80 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 28455-00

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

第三版前言

《管理学》第二版自2005年出版以来受到了高等学校管理类专业师生以及企业管理实践者的广泛好评,众多读者对经过调整后的教材结构给予了充分肯定。基于这种认识,我们本次再版时没有变动教材的基本框架,而是根据企业经营环境的变化以及部分读者来信中的建议,重点对第二章“管理道德与企业社会责任”、第三章“全球化与管理”、第七章“战略性计划与计划实施”以及第十章“组织变革与组织文化”的内容进行了调整。

从某种意义上说,企业管理者是社会责任的受托者:负责任的企业经营者不仅要为企业内部的股东与员工利益服务,而且要为外部的相关利益群体,诸如供应商、客户、债权人、所在社区乃至全社会的其他成员谋求福利。然而非常遗憾的是,本书第三版修订之际,正遇上在国内外市场上被闹得沸沸扬扬甚至引发了对整个中国食品工业信任危机的“三鹿毒奶粉”事件,中国企业家的社会公德、责任心、甚至良心也因此而受到公众和媒体的拷问。有感于此,我们对企业道德与社会责任进行了许多思考,对教材第二章的相关内容进行了大量改写和补充。

我们生活在一个日益全球化的世界里。越来越多的企业从事着全球化经营,并通过对分布在世界各地的子公司或代理机构的人力、物力、财力等要素的有效规划、组织、协调、指挥和控制,谋取全球范围内的竞争优势。即便是那些没有走出国门的企业,他们在国内市场的经营也需面对国际企业的竞争,因此,管理者也必须从全球视角来考虑诸如环境评估、对手分析、人员招聘与配置、资源获取与配置等一系列管理问题。有鉴于此,我们在本次再版时,对全球化的内涵及其对管理的要求进行了全面的重新审视,从不同层面分析了全球化的内涵,讨论了全球化的任务环境,分析了全球化管理者必须具备的关键能力,探讨了全球化环境下的企业经营对管理的计划、组织、领导和控制等职能的新挑战。

周三多教授设计了整体修订思路,并亲自重新编写了第二章“管理道德与

企业社会责任”；陈传明教授协助周三多教授组织实施了本版教材的修订工作，修订了第十章“组织变革与组织文化”，贾良定教授重写了第三章“全球化与管理”、修订了第七章“战略性计划与计划实施”。

修订后本书各章节具体编写者如下：

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）以及第三篇的第十章；

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、七章以及第一篇总论中的第三章；

鲁明泓：第五篇控制（第十四、十五章）。

我们希望本书的出版能为高等院校经济管理类专业的教师与同学在讲授和学习管理学课程时提供一个有价值的研读范本，同时也希望能通过阅读此书对管理的实践者和管理理论的研究者的管理知识增进和管理能力提升有所助益。

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，我们注意运用相关理论对企业管理中实际问题的分析，另一方面，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。当然，实践的不断发展要求管理的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。

周三多

2009年11月于南京

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);

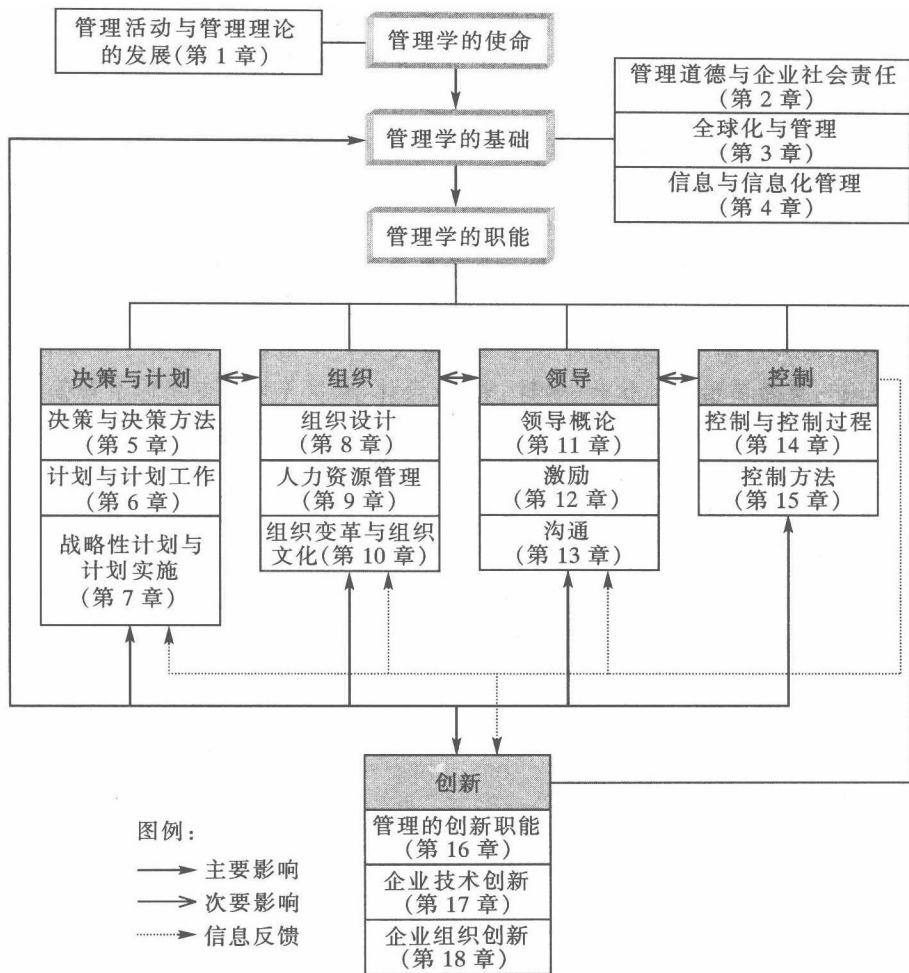
鲁明泓:第一篇总论中的第三章,第五篇控制(第十四、十五章);

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



管理学结构模型

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

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 管理道德与企业社会责任	26
第一节 管理与伦理道德	27
第二节 几种相关的道德观	30
第三节 道德管理的特征和影响管理道德的因素	32
第四节 改善企业道德行为的途径	37
第五节 企业的社会责任	40
第三章 全球化与管理	45
第一节 全球化内涵	46
第二节 全球化与管理者	50
第三节 全球化与管理职能	60
第四章 信息与信息化管理	72
第一节 信息及其特征	73
第二节 信息管理工作	76
第三节 信息化管理	82
综合案例	91
案例一 中国乳业上演生死时速	91

案例二 法国总部来了个中国人	92
----------------------	----

第二篇 决策与计划

第五章 决策与决策方法	97
第一节 决策与决策理论	98
第二节 决策过程	101
第三节 决策的影响因素	104
第四节 决策方法	108
第六章 计划与计划工作	124
第一节 计划的概念及其性质	125
第二节 计划的类型	128
第三节 计划编制过程	134
第七章 战略性计划与计划实施	138
第一节 战略环境分析	139
第二节 战略性计划选择	144
第三节 计划的组织实施	147
综合案例	156
案例一 准确决策与盲目投资	156
案例二 战略决策是成功之母	157

第三篇 组 织

第八章 组织设计	163
第一节 组织与组织设计	164
第二节 组织的部门化	176
第三节 组织的层级化	182
第九章 人力资源管理	190
第一节 人力资源计划	191
第二节 员工的招聘与解聘	193
第三节 员工培训	200
第四节 绩效评估	204
第十章 组织变革与组织文化	208
第一节 组织变革的一般规律	209
第二节 管理组织变革	212
第三节 组织文化及其发展	220

综合案例	227
案例一 万维公司的组织结构变革	227
案例二 广东北电——人性化管理	230

第四篇 领 导

第十一章 领导概论	235
第一节 领导的内涵	236
第二节 领导风格类型	239
第三节 领导理论	242
第十二章 激励	251
第一节 激励原理	252
第二节 激励的需要理论	254
第三节 激励的过程理论	260
第四节 激励实务	264
第十三章 沟通	268
第一节 沟通的原理	269
第二节 组织沟通	273
第三节 沟通管理	276
第四节 组织冲突与谈判	279
综合案例	284
案例一 “闲可钓鱼”与“无暇吃鱼”	284
案例二 晋升停滞的骨干员工,留得住吗?	286

第五篇 控 制

第十四章 控制与控制过程	291
第一节 控制活动	292
第二节 控制过程	298
第三节 有效控制	305
第十五章 控制方法	310
第一节 预算控制	311
第二节 生产控制	315
第三节 财务控制方法	317
第四节 综合控制方法	322
综合案例	328

案例 “模拟市场核算,实行成本否决”的邯钢模式	328
-------------------------------	-----

第六篇 创 新

第十六章 管理的创新职能	333
第一节 创新及其作用	334
第二节 创新职能的基本内容	339
第三节 创新过程及其管理	344
第四节 工作流程的再造	350
第十七章 企业技术创新	356
第一节 技术创新及其贡献	357
第二节 技术创新的源泉	358
第三节 技术创新的战略及其选择	365
第四节 技术创新与产品开发	370
第十八章 企业组织创新	376
第一节 企业制度创新	378
第二节 企业层级结构创新	386
第三节 企业文化创新	391
综合案例	396
案例一 小天鹅的“末日管理”	396
案例二 矩阵管理——春兰集团的管理创新	398

第一篇

总 论