

工商管理经典译丛

MANAGEMENT
管 理 学

(第11版)

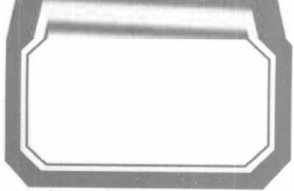
斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 玛丽·库尔特 (Mary Coulter) 著
李 原 孙健敏 黄小勇 译 孙健敏 校

PEARSON

PEARSON



中国人民大学出版社



BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛



工商管理
经典译丛

M A N A G E M E N T

管 理 学

(第11版)

斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins)

玛丽·库尔特 (Mary Coulter)

李 原

孙健敏

黄小勇

孙健敏

著

译

校

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学：第 11 版/罗宾斯等著；李原等译．—北京：中国人民大学出版社，2012. 6
(工商管理经典译丛)
ISBN 978-7-300-15795-5

I. ①管… II. ①罗…②李… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 102199 号

工商管理经典译丛

管理学 (第 11 版)

斯蒂芬·P·罗宾斯 玛丽·库尔特 著

李 原 孙健敏 黄小勇 译

孙健敏 校

Guanlixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2012 年 6 月第 1 版

印 张 39.5 插页 2

印 次 2012 年 6 月第 1 次印刷

字 数 927 000

定 价 69.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

《工商管理经典译丛》

出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本，增加新的内容，同时还还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等世界著名的权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国 and 世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，大多是国内各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和

社会实践中积累了丰富的经验，具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程，从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制，到版式、封面和插图的设计等各方面，都坚持高水平和高标准的原则，力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的 MBA 和工商管理专业核心课程的设置，并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置，以及企业管理培训的要求，故适应面较广，既可用于管理各专业不同层次的教学，又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版，我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会，德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授，都给了我们强有力的支持，使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授，参与了原著的推荐、论证和翻译工作，原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此，谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国 MBA 和工商管理教育事业的发展，为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

译者序

自首次翻译本书第4版至今，已经走过了17个年头。再度翻译新版，我们已经把罗宾斯教授视为一位老朋友，但仍然由衷地感慨并钦佩这位与时俱进而且博学多才的学者。近20年来，他每个版本的《管理学》都是风靡全球的基础管理学教材，在中国也广受欢迎，影响了无数的中国读者和管理者，成为他们心目中的良师益友。

为适应管理理论和实践的发展，《管理学》（第11版）有了很大的变化，从内容到形式都做了颇多调整，表现出内容翔实、观点新颖、视野广阔、方式灵活的特点。最主要的变化是：新增了两章全新内容——对多样性的管理；适应能力强的组织设计。另外，每章都加入了“用数字说话”专栏。

“用数字说话”专栏引用大量调查数据，有力地支持了管理学作为一门学科的科学性和严谨性。从数字中你会发现不少内容出乎意料。比如：93%的美国公立中学教西班牙语，只有4%教中文；51%的白领员工说在家远程办公是一个好主意；44%的员工说他们对在家办公的最大不满是缺少面对面的互动和交流。

多元化似乎正在成为一种时尚和潮流。当思考多元化时，我们往往会首先想到那些人口特征——年龄、种族、性别、血统，这些人口差异反映了表层多样性。而深层多样性——价值观、个性和工作偏好方面的差异——正在变得日益重要。这些深层多样性会影响人们如何看待组织的工作奖励、如何沟通、如何应对领导者、如何谈判，以及在工作中的总体表现。

书中还生动地描述了这样一个例子，埃森哲公司一位咨询师的办公桌上摆放着三个时钟：一个显示马尼拉时间（他的软件程序师在这里工作），另一个显示班加罗尔时间（另一个编程支持团队在这里工作），还有一个显示旧金山时间（他每周有四天时间在这里，帮助一家公司设计内部IT系统）。而他的手机则显示亚特兰大时间，他每个星期四晚上赶回家。

21世纪的今天，虚拟组织、远程办公的出现给组织提出了前所未有的挑战。如何进行组织设计以保持其生命力？“适应能力强的组织设计”一章提供了不少真知灼见。

译者认为，作为一本教材，能够反映该领域获得普遍认可的最新研究成果，并以通俗易懂、深入浅出的方式表达出来，令读者喜闻乐见、爱不释手并从中受益，乃是最高境界。毫无疑问，罗宾斯和库尔特教授成功地做到了这一点。他们犹如两位顶级大厨，以基础的管理学知识为食材，烹饪出一道美味且营养丰富的佳肴，让读者回味无穷。

本书的翻译是在第9版中文版的基础上，进行了大量补充、删减和修改后完成的。但是，上一版翻译人员做出的贡献依然见诸本书各个环节当中，这些翻译人员是：黄卫伟、焦叔斌、游婷婷、王凤彬、赵民杰、刘松博、杨军、冷冰。此外，参加本版初稿翻译的人员还有：王震、石慧、罗红艳、刘玉文、江滔、马玉凤、杨涛、崔慧娟、毛畅果、李刚。在此一

并深表感谢。

全书由孙健敏统校。译者们都投入了大量的精力和时间，校者也是竭尽全力，但因水平所限，译释不当之处在所难免，敬请各位读者和同仁指正。

十分感谢中国人民大学出版社的编辑对我们一如既往的信任、包容、支持和谅解，也感谢中国人民大学出版社各位同仁的辛勤劳动。

孙健敏 李原
于中国人民大学

前言

你已经作出一个很好的决策！你正在修一门大学课程……也许不仅仅一门课程。虽然你有时候可能觉得念大学是浪费时间，但实际上并不是。是的，念大学成本很高。是的，念大学有时候会很辛苦。但是你现在付出的努力将会获得长期回报。在最近对求职者的一项调查中，92%的被调查者说申请工作时的一项主要劣势是没有修大学课程。但是，你并不会面临这种情况，因为你已经注册了一门大学课程——也正是为了这门课程，你购买了这本教材。

《管理学》（第 11 版）的主要变化

以下是《管理学》（第 11 版）中的主要变动：

- 新增两章：对多样性的管理；适应能力强的组织设计。
- 每章章末的两个案例分析。
- 每章中新的“与众不同的管理者”专栏。
- 每章中的“用数字说话”专栏。
- 在总共 9 章中出现的“展望未来：2020 年的工作世界”专栏。
- 每章中新的“管理者困境”专栏。
- 43% 的注释已经更新，由 2009 年和 2010 年的参考文献取代。
- 新的影音资料——讲述实践中的管理主题的最新影音资料以及进入整个管理影音图书馆的方式都可以在 www.mymanagementlab.com* 上获得。登录该网站以获得进入许可和学习更多知识。

这门课程的主要内容以及它为何重要

这门课程和这本教材主要讲述管理和管理者。管理者是所有组织——无论其规模、类型和地点——都不可或缺的元素。毋庸置疑，管理者所处的这个世界已经发生改变，正在改变，而且将继续发生改变。如今，组织的动态本质对于要管理这些组织的人来说意味着挑战和回报并存。管理学是一门动态学科，而管理学教材应当反映这些变化，以帮助你学习如何

* 本书中涉及 mymanagementlab 的内容，如有疑问请与培生教育出版集团（北京）办事处联系，电话：(010) 57355169，电子邮件：service.cn@pearson.com。

在当前形势下进行管理。我们撰写了《管理学》(第 11 版),它也许能够让你最好地了解成为一名时刻面临变化的管理者意味着什么。

■ 我们的方法

我们讲授管理学的方法很简单:管理与人相关。管理者管人。因此,我们向你介绍真实的管理者,即在现实生活中管理员工的人。我们与这些真实的管理者交谈过,并且请求他们与你分享他们的经验。在这本教材中,你将发现管理者的方方面面——这些真实的管理者所面临的问题以及他们如何解决这些问题。因此,你不仅可以受益于授课教师的智慧和知识,还可以接触这些实践中的顾问和导师。

■ 这门课程对你的要求

要求很简单:去课堂听课;阅读教材;完成作业……参加考试。如果你希望你为这门课程和这本教材支付的资金发挥最大功效,以上就是你需要去做的事情。除了撰写这本教材,我们还讲授管理学课程,这也是我们对学生的要求。

■ 读者指南

你的这门管理学课程也许会被描述为一门“概论”课程,因为它会快速介绍许多主题,但却没有非常深入地研究其中任何一个主题。这门课程有时候会一次讲述大量内容!你的授课教师是你的主要信息来源,并且会向你提供一份提纲,告诉你在这门课程中应当做些什么。你的授课教师会评估你的作业并为你的最终成绩打分,因此你要密切关注他对你的要求!请把我们,这本教材的两位作者,当成你的辅导教师。作为你在这门课程中的合作伙伴,我们在这本教材中为你提供了尽可能最好的信息,以帮助你在这门课程中取得成功。能否有效使用它们就在于你自己!

■ 最大化地利用你的教材: 在这门课程中获得好成绩

授课教师之所以使用一本教材,是因为它可以提供一个完整的信息来源,使你充分掌握这门课程的学习内容。授课教师喜欢这本教材,因为它从管理实践者的角度来阐述管理。因此,你可以利用本书的这个特点并且阅读那些真实的管理实践者所说的内容。密切注意他们是如何处理管理问题的。学习他们的管理风格,并且思考你会如何管理。

你可以从这些真实的管理者身上学到许多有价值的东西。此外,我们还提供了好几种方法来帮助你在这门课程中获得好成绩。你要有效利用每章章末的思考题。它们是检验你是否理解该章内容的好方法。而且,你还可以利用 mymanagementlab.com 中的材料。

mymanagementlab.com 是一个强大的在线工具，它综合了评估、报告以及个性化的研究，能够帮助你在这门课程中取得成功。mymanagementlab.com 还为你提供了机会，使你能够检验自己对关键概念和技能的掌握，记录你在这门课程中取得的进步，以及利用个性化的学习计划——所有这些都是为了帮助你在这门课程中取得成功。

最后，我们在教材和 mymanagementlab.com 中都提供了各种有价值的学习体验。从“管理者困境”到技能开发练习，再到案例分析以及需要你亲身实践的管理任务，我们通过各种手段来使你的管理学课程变得有趣和有价值。你的授课教师会告诉你需要完成什么作业。但是，你不必让自己的学习体验局限于此。你可以尝试其他各种活动，即使它们并不是授课教师安排的任务。我们相信，这本教材不会让你感到失望！

目 录

第 1 篇 管理导论	(1)
第 1 章 管理与组织导论	(3)
1.1 管理者为什么很重要?	(4)
1.2 谁是管理者以及他们在哪里工作?	(5)
1.3 管理者做什么?	(8)
1.4 管理者工作是如何变化的?	(13)
1.5 为什么要学习管理?	(16)
附加模块一 管理史	(26)
早期的管理	(26)
古典方法	(27)
行为方法	(31)
定量方法	(33)
当代方法	(34)
如果……那么……	(36)
第 2 章 理解管理的情境：约束和挑战	(40)
2.1 管理者：万能的还是象征性的?	(41)
2.2 外部环境：约束和挑战	(43)
2.3 组织文化：约束和挑战	(48)
2.4 当代的组织文化事项	(55)
第 2 篇 综合的管理问题	(65)
第 3 章 全球环境中的管理	(67)
3.1 谁所有者?	(68)
3.2 你的全球观是什么?	(69)
3.3 理解全球环境	(70)
3.4 全球经营	(75)
3.5 在全球环境中进行管理	(78)

第 4 章 对多样性的管理	(92)
4.1 对多元化的基本了解	(93)
4.2 不断变化的劳动力队伍	(97)
4.3 员工多样性的类型	(100)
4.4 对多样性进行管理时的挑战	(106)
4.5 员工多样性管理创新措施	(109)
第 5 章 对社会责任和道德规范的管理	(118)
5.1 什么是社会责任?	(119)
5.2 绿色管理和可持续性	(123)
5.3 管理者和有道德的行为	(125)
5.4 鼓励有道德的行为	(131)
5.5 当代的社会责任和道德事项	(136)
第 6 章 对变革和创新的管理	(146)
6.1 变革过程	(147)
6.2 组织变革的类型	(150)
6.3 管理变革阻力	(153)
6.4 当代的变革管理事项	(155)
6.5 激发创新	(161)
第 3 篇 计 划	(173)
第 7 章 作为决策者的管理者	(175)
7.1 决策制定过程	(176)
7.2 管理者制定决策	(180)
7.3 决策和决策制定条件的类型	(184)
7.4 决策风格	(188)
7.5 当今世界中有效的决策方法	(191)
第 8 章 计划的基础	(199)
8.1 计划的含义和原因	(200)
8.2 目标和方案	(202)
8.3 设定目标和制定方案	(204)
8.4 当代的计划事项	(209)
第 9 章 战略管理	(218)
9.1 战略管理	(219)
9.2 战略管理过程	(221)
9.3 企业战略	(224)

9.4 竞争战略	(226)
9.5 当代的战略管理事项	(230)
附加模块二 计划工具和技术	(242)
环境评估技术	(242)
资源配置技术	(247)
当今的计划技术	(255)
第4篇 组 织	(259)
第10章 基本的组织设计	(261)
10.1 设计组织结构	(262)
10.2 机械式和有机式结构	(271)
10.3 影响组织结构选择的权变因素	(272)
10.4 传统的组织设计	(275)
第11章 适应能力强的组织设计	(282)
11.1 当代的组织设计	(283)
11.2 为获得协作而组织	(288)
11.3 灵活的工作安排	(292)
11.4 灵活就业的员工队伍	(294)
11.5 当今的组织设计挑战	(296)
第12章 人力资源管理	(304)
12.1 人力资源管理过程	(305)
12.2 识别和甄选合格员工	(312)
12.3 向员工提供必需的技能 and 知识	(317)
12.4 留住高绩效的优秀员工	(320)
12.5 当代的人力资源管理事项	(323)
附加模块三 管理你的职业	(335)
从事管理工作的机会	(335)
找到一种适合你的文化	(336)
冒险	(336)
改造自己	(337)
学会与人相处	(337)
我想从工作中获得什么?	(338)
如何拥有一份成功的职业?	(339)
第13章 团队管理	(340)
13.1 群体和群体发展	(341)

13.2	工作群体的绩效和满意度	(343)
13.3	把群体转变为有效团队	(352)
13.4	团队管理面临的挑战	(356)
第 5 篇 领 导		(365)
第 14 章 理解个体行为		(367)
14.1	组织行为学的重点和目标	(368)
14.2	态度和工作绩效	(370)
14.3	人格	(376)
14.4	知觉	(383)
14.5	学习	(387)
14.6	当代的组织行为事项	(389)
第 15 章 管理者与沟通		(399)
15.1	沟通的本质和职能	(400)
15.2	人际沟通的方式	(402)
15.3	有效的人际沟通	(405)
15.4	组织沟通	(408)
15.5	信息技术和沟通	(411)
15.6	当今组织中的沟通问题	(413)
第 16 章 激励员工		(424)
16.1	什么是动机?	(425)
16.2	早期的动机理论	(426)
16.3	当代的动机理论	(430)
16.4	当代激励问题	(439)
第 17 章 作为领导者的管理者		(452)
17.1	谁是领导者以及什么是领导?	(453)
17.2	早期的领导理论	(454)
17.3	领导权变理论	(457)
17.4	当代的领导观	(462)
17.5	21 世纪的领导事项	(466)
第 6 篇 控 制		(477)
第 18 章 控制导论		(479)
18.1	什么是控制以及它为什么重要?	(480)
18.2	控制过程	(482)

18.3	对组织绩效的控制	(486)
18.4	用来测量组织绩效的工具	(487)
18.5	当代的控制事项	(493)
第 19 章	运营管理	(506)
19.1	运营管理的角色	(507)
19.2	什么是价值链管理以及它为什么很重要?	(511)
19.3	利用价值链管理来管理运营	(512)
19.4	当今的运营管理事项	(517)
附录	管理创业型企业	(527)
	对创业的定义	(527)
	创办企业的前期准备和规划事项	(531)
	组织事项	(538)
	领导事项	(543)
	控制事项	(546)
注 释		(552)
术语表		(598)

第 1 篇 管理导论

Introduction to Management

- ▷▷▷ 第 1 章 管理与组织导论
- ▷▷▷ 附加模块一 管理史
- ▷▷▷ 第 2 章 理解管理的情境：约束和挑战

