

□ 李兴山/主编

XIAN DAI GUAN LI XUE

现代管理学

(修订本)

中共中央党校出版社

现代管理学

(修订本)

李兴山 主编

中共中央党校出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

现代管理学/李兴山主编. —2 版 (修订本). —北京:
中共中央党校出版社, 2002. 2
ISBN 7-5035-2355-7

I. 现… II. 李… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 067225 号

中共中央党校出版社出版发行

社址: 北京市海淀区大有庄 100 号

电话: (010) 62805800 (办公室) (010) 62805824 (发行部)

邮编: 100091 网址: www.dxcbs.net

新华书店经销

北京国防印刷厂印刷 河北三河燕华装订厂装订

2002 年 2 月第 2 版 2002 年 2 月第 1 次印刷

开本: 880 毫米×1230 毫米 A5 印张: 12.375

字数: 321 千字 印数: 1—6000 册

定价: 23.00 元

责任编辑	鲍永升	
封面设计	孙超英	
版式设计	冯 力	
责任校对	王巧艳	苏彰秦
责任印制	宋二顺	

目 录

导 言	现代管理学的研究对象	(1)
一	管理的涵义与特征	(1)
二	现代管理学的研究对象	(12)
三	现代管理学的理论体系	(18)
四	现代管理学的研究方法	(20)

第一篇 现代管理要素

第一章	管理主体	(27)
第一节	管理主体的特点与作用	(27)
一	管理主体的特征	(27)
二	管理主体的分类	(28)
三	管理主体的地位	(30)
第二节	管理者	(31)
一	管理者的涵义	(31)
二	管理者的职责	(33)
三	管理者的素质	(35)
第三节	管理机构	(38)
一	管理机构的设计类型	(38)
二	管理机构的设计原则	(45)
第四节	管理职能	(48)
一	管理职能在管理中的地位	(48)
二	管理职能类型	(50)

第二章 管理客体	(53)
第一节 管理客体的特征	(53)
一 管理客体的内涵和外延	(53)
二 管理客体的特征	(54)
第二节 作为管理客体的人	(57)
一 作为管理客体的人的特性	(58)
二 作为管理客体的人的作用	(59)
三 作为管理客体的人的地位	(60)
第三节 作为管理客体的经济系统	(62)
一 经济系统界说	(62)
二 经济系统的特征	(62)
三 经济系统的运行规律	(64)
第四节 作为管理客体的上层建筑系统	(67)
一 上层建筑系统界说	(67)
二 上层建筑系统的特征	(67)
三 上层建筑系统的运行规律	(69)
 第三章 管理目标	 (73)
第一节 管理目标的涵义与特点	(73)
一 管理目标的涵义	(73)
二 管理目标的分类	(74)
三 管理目标的特点	(74)
四 管理目标的作用	(76)
第二节 管理目标的制定	(77)
一 管理目标的制定依据	(78)
二 管理目标的制定原则	(79)
三 管理目标制定的程序	(81)

第三节	管理目标的实现	(81)
一	制定周密的实施计划	(81)
二	建立精简、高效的组织机构	(82)
三	实行目标管理	(83)
第四章	管理信息	(88)
第一节	管理信息的涵义与特征	(88)
一	管理信息的涵义	(88)
二	管理信息分类	(89)
三	管理信息的特征	(90)
第二节	信息在管理中的作用	(92)
一	管理系统的基本构成要素	(92)
二	管理就是以信息处理为中心	(93)
三	管理以信息为沟通联络的桥梁和纽带	(94)
四	信息的开发利用是提高效益的重要途径	(95)
第三节	管理信息系统的基本构成与设计原则	(96)
一	管理信息系统的构成	(96)
二	管理信息系统的设计原则	(99)
三	管理信息系统现代化的技术策略	(101)
第四节	管理信息的收集、加工和传递	(102)
一	管理信息的收集	(102)
二	管理信息的加工	(104)
三	管理信息的传递	(107)

第二篇 现代管理观念

第五章	管理的人本观念	(113)
第一节	在管理中树立人本观念的必然性	(113)

一	管理的人本观念的涵义·····	(113)
二	树立人本观念的必然性·····	(114)
第二节	管理的人本观念的主要表现·····	(118)
一	人的因素第一的观念·····	(118)
二	尊重知识、尊重人才的观念·····	(119)
三	以人的不断解放和全面发展为最高追求 目标的观念·····	(120)
四	“人和第一”的观念·····	(122)
第三节	在管理中树立人本观念的主要途径·····	(122)
一	把管理建立在对人的本性的科学认识的 基础上·····	(123)
二	在管理中正确运用激励机制·····	(123)
三	重视人的精神、价值观和政治思想在管理 中的作用·····	(124)
四	创造能充分发挥人的聪明才智和拔尖人才 脱颖而出的机制和环境·····	(125)
第六章	管理的系统观念·····	(127)
第一节	管理系统观念的形成·····	(127)
一	古代管理系统思想的萌芽·····	(127)
二	近代管理系统观念的产生·····	(128)
三	现代管理系统观念的形成·····	(129)
第二节	管理系统观念的内容·····	(132)
一	管理的整体观念·····	(132)
二	管理的动态观念·····	(133)
三	管理的开放观念·····	(134)
四	管理的层次观念·····	(135)
五	管理的信息观念·····	(136)

第三节	系统方法在管理中的应用	(137)
一	系统方法在管理中应用的特点	(137)
二	在管理中运用系统方法的基本程序步骤	(138)
三	系统方法在管理中的主要作用	(140)
第七章	管理的择优观念	(142)
第一节	在管理中树立择优观念的必要性	(142)
一	管理的择优观念的涵义	(142)
二	在管理中树立择优观念的必要性	(144)
第二节	管理的择优观念的内容	(146)
一	质量第一的观念	(146)
二	时间第一的观念	(148)
三	效益第一的观念	(149)
四	人才第一的观念	(151)
第三节	管理的择优原则	(152)
一	整体优化原则	(152)
二	全面比较原则	(152)
三	定性定量分析相结合原则	(153)
第八章	管理的战略观念	(155)
第一节	战略观念在现代管理中的地位和作用	(155)
一	战略与战略观念的涵义	(155)
二	发展战略的涵义和作用	(156)
三	现代管理中战略研究的特点	(157)
四	战略观念在现代管理中的作用和地位	(158)
第二节	战略观念的内容与类型	(159)
一	战略观念的体系构成	(159)
二	发展战略的类型与特点	(161)

第三节	发展战略的构成	(165)
一	战略指导思想和战略方针	(165)
二	战略目标和战略重点	(167)
三	战略步骤和战略措施	(168)
第四节	发展战略的制定与实施	(170)
一	发展战略的制定	(170)
二	发展战略的实施	(172)
第九章	管理的权变观念	(174)
第一节	权变观念的依据	(174)
一	权变理论的建立	(174)
二	权变理论的要点	(175)
三	权变理论的思想结构	(176)
第二节	管理的权变观念的特点与作用	(178)
一	管理的权变观念的涵义	(178)
二	管理的权变观念的特点	(179)
三	权变观念在管理中的作用	(180)
第三节	权变观念在管理中的应用	(181)
一	权变观念在计划方面的应用	(181)
二	权变观念在组织方面的应用	(182)
三	权变观念在领导方式方面的应用	(186)

第三篇 现代管理过程

第十章	决策	(193)
第一节	决策的涵义与分类	(193)
一	决策的涵义	(193)
二	决策的分类	(194)

第二节	决策的特点与地位	(196)
一	决策的特点	(196)
二	决策的地位与作用	(197)
第三节	决策的前提、依据与条件	(198)
一	科学预测	(198)
二	决策的依据	(201)
三	决策的条件	(202)
第四节	决策的原则与程序	(204)
一	决策的原则	(204)
二	决策的准则	(207)
三	决策的程序	(208)
第十一章	计 划	(217)
第一节	计划的涵义与作用	(217)
一	计划的涵义	(217)
二	计划的性质	(217)
三	计划的作用	(218)
第二节	计划的类型与内容	(220)
一	按计划的表现形式分类	(220)
二	按计划的层次分类	(223)
三	按计划的期限分类	(224)
四	按计划的管理形式分类	(225)
第三节	计划指标与指标体系	(226)
一	计划指标的涵义和基本要求	(226)
二	计划指标体系的分类	(227)
第四节	计划的编制与修订	(230)
一	计划编制的原则	(230)
二	计划编制的程序	(232)

三	计划编制的方法·····	(233)
四	计划的检查与修订·····	(235)
第十二章	实 施·····	(238)
第一节	实施的涵义与作用·····	(238)
一	实施的涵义·····	(238)
二	实施的特点·····	(239)
三	实施的作用·····	(240)
第二节	实施的准备工作·····	(241)
一	组织准备·····	(241)
二	思想准备·····	(243)
三	资金和物资准备·····	(244)
四	建立规章制度·····	(245)
第三节	实施过程中的协调·····	(245)
一	协调的涵义与作用·····	(245)
二	协调的内容与要求·····	(248)
三	协调的方式方法·····	(251)
第四节	实施过程中的激励·····	(253)
一	激励的涵义·····	(253)
二	激励的作用·····	(254)
三	激励的方式·····	(255)
第十三章	监 督·····	(259)
第一节	监督的涵义与种类·····	(259)
一	监督的涵义·····	(259)
二	监督的功能·····	(259)
三	监督的种类·····	(261)
第二节	监督的基本原则·····	(263)

一	目的性原则	(263)
二	客观性原则	(264)
三	异体监督原则	(264)
四	超前监督的原则	(265)
五	经济性原则	(266)
第三节	监督的基本步骤	(267)
一	制订监督计划	(267)
二	实施监督检查	(268)
三	制定纠正措施和利用监督成果	(269)
第四节	监督体系的建立与完善	(270)
一	行政监督	(270)
二	经济监督	(271)
三	法律监督	(275)
四	舆论监督	(276)
第十四章	评 价	(277)
第一节	评价的涵义与作用	(277)
一	评价的涵义	(277)
二	评价在管理中的作用	(278)
第二节	评价的要素与原则	(280)
一	构成评价活动的基本要素	(280)
二	评价的原则	(284)
第三节	评价的内容与指标体系	(286)
一	评价的内容	(286)
二	评价指标体系的建立	(289)
第四节	评价的方法	(291)
一	排队法	(291)
二	成果考核法	(291)

三	质量量表法	(292)
四	领导行为评价法	(294)

第四篇 现代管理方法与艺术

第十五章	现代管理方法综述	(299)
第一节	经济方法	(299)
一	经济方法的涵义与特点	(299)
二	经济方法运用的主要形式	(301)
三	运用经济方法应注意的问题	(302)
第二节	行政方法	(303)
一	行政方法的涵义和特点	(303)
二	行政方法运用的客观必要性及其作用	(304)
三	行政方法的局限性及其正确运用	(305)
第三节	法律方法	(307)
一	法律方法的涵义和特点	(307)
二	法律方法运用的主要形式	(308)
第四节	社会心理方法	(314)
一	社会心理方法的涵义及运用的必要性	(314)
二	社会心理方法的内容	(316)
三	社会心理方法的局限性及其正确运用	(317)
第五节	数量分析方法	(318)
一	数量分析方法的涵义及其构成特点	(318)
二	数量分析方法的内容及类型	(320)
三	在管理中应用数量分析方法的必要性	(322)
四	在管理中掌握和应用数量分析方法应注意的问题	(324)

第十六章 现代管理技术	(327)
第一节 预测技术	(328)
一 时间序列预测	(328)
二 因果关系分析预测	(331)
第二节 决策技术	(334)
一 确定型决策技术	(334)
二 风险型决策技术	(337)
三 非确定型决策的方法	(340)
第三节 计划技术	(342)
一 网络计划技术	(342)
二 投入产出法	(346)
第四节 控制技术	(351)
一 控制的涵义与基本原理	(351)
二 控制的类型及其主要特点	(353)
三 控制的程序与方法	(355)
第五节 现代管理技术的推广与应用	(357)
一 思想条件	(358)
二 知识条件	(358)
三 组织条件	(359)
四 资料条件	(359)
五 技术条件	(360)
第十七章 管理艺术	(361)
第一节 管理艺术的涵义与特点	(361)
一 管理艺术及其分类	(361)
二 管理艺术的特点	(362)
三 管理艺术的作用	(363)
第二节 用人艺术	(365)

一	用人先要选好人·····	(365)
二	用人所长, 扬长避短·····	(366)
三	充分信任, 尊重关心·····	(368)
四	善于激励, 赏罚分明·····	(369)
五	合理搭配, 整体效能·····	(369)
第三节	宣传鼓动艺术·····	(370)
一	宣传鼓动的作用及形式·····	(370)
二	报告、演讲的艺术·····	(371)
三	运用标语、口号的艺术·····	(373)
第四节	人际关系艺术·····	(375)
一	人际关系的涵义和作用·····	(375)
二	人际交往的艺术·····	(375)
三	处理人际纠纷的艺术·····	(377)
第五节	公共关系艺术·····	(379)
一	公共关系的涵义与作用·····	(379)
二	借用新闻媒介的艺术·····	(379)
三	广告艺术·····	(380)
四	巧用其他公共关系的沟通手段·····	(382)
后 记	·····	(384)

导言 现代管理学的研究对象

现代管理学是管理科学体系中的一门重要学科。研究和学习这门学科，不但可以系统地了解 and 掌握管理的一般原理，而且对于学习和掌握各领域、各部门、各行业的管理理论和管理方法都有指导意义。现代管理学作为一门独立的管理学科，它有自己独特的研究对象。只有首先明确这门学科的研究对象，才能提纲挈领，进一步明确这门学科的性质、特点、内容及其整个理论体系。

一、管理的涵义与特征

为了说明现代管理学的研究对象，有必要首先明确“管理”的概念和特征。因为对概念和特征的不同理解就会导致对研究对象的不同理解。

（一）管理的概念

管理作为一种普遍的社会活动，其产生已有久远的历史。但是，管理作为一个科学概念，至今人们对它却众说纷纭，尚无统一的认识。出现这种情况的一般原因是：人们对任何事物的认识总要有一个过程，理论落后于实践是正常的事。特殊原因是：管理科学是一类涉及面广、内涵十分丰富的新兴学科和边缘学科，人们从各个方面进行研究，必然会对管理的概念有不同的认识和不同的概括。

目前，对于管理内涵有种种不同的认识和概括。这些不同的认识归纳起来有两种情况：一是时间不同，人们对管理的认识经历了