



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

周三多 主编

陈传明 副主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

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

管 理 学

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”的研究成果,是面向 21 世纪教材和高等学校、工商管理类核心课程教材。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,系统地研究了管理学的基本原理和管理的基本职能。作者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,并以这一崭新的思路引导全书内容的展开,建立了信息、决策、计划、组织、领导、控制、创新的管理学新体系。本书充分考虑了 21 世纪工商管理类人才应用的管理学基础知识素养,既汲取了当今世界管理学前沿的最新成果,又体现了教材的科学性、思想性、先进性和稳定性的特点。

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. —北京:高等教育出版社,
2000(2003重印)
ISBN 7-04-008354-X

I. 管... II. 周... III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 62077 号

管理学

周三多 主编

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 100011
总 机 010-82028899

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所
印 刷 化学工业出版社印刷厂

开 本 787×960 1/16
印 张 21
字 数 360 000

版 次 2000 年 8 月第 1 版
印 次 2003 年 9 月第 11 次印刷
定 价 23.20 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

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课程的教材。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

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	3
一、管理的定义	3
二、管理的职能	5
三、管理者的角色与技能	8
四、管理的属性	12
第二节 中外早期管理思想	13
一、中国早期管理思想	13
二、外国早期管理思想	14
第三节 管理理论的形成与发展	18
一、管理理论概述	18
二、古典管理理论	19
三、行为管理理论	26
四、数量管理理论	29
五、系统管理理论	30
六、权变管理理论	30
七、质量管理理论	31
第二章 道德与社会责任	33
第一节 道德概述	33
一、道德的定义	33
二、四种道德观	34
第二节 影响管理者道德素质的因素	35
一、道德发展阶段	35
二、个人特征	36
三、结构变量	36
四、组织文化	37

五、问题强度·····	37
第三节 提高员工道德素质的途径 ·····	38
一、挑选高道德素质的员工·····	38
二、建立道德准则和决策规则·····	38
三、在道德方面领导员工·····	39
四、设定工作目标·····	40
五、对员工进行道德教育·····	40
六、对绩效进行全面评价·····	40
七、进行独立的社会审计·····	40
八、提供正式的保护机制·····	41
第四节 社会责任概述 ·····	41
一、社会责任的定义·····	41
二、两种社会责任观·····	42
三、赞成和反对企业承担社会责任的理由·····	43
四、社会责任与经营业绩·····	44
第五节 社会责任的具体体现 ·····	45
一、企业对环境的责任·····	45
二、企业对员工的责任·····	45
三、企业对顾客的责任·····	46
四、企业对竞争对手的责任·····	47
五、企业对投资者的责任·····	47
六、企业对所在社区的责任·····	47
第三章 信息获取 ·····	48
第一节 信息概述 ·····	48
一、信息的定义·····	48
二、对信息的评估·····	49
三、有用信息的特征·····	50
第二节 信息系统 ·····	51
一、概述·····	51
二、信息系统的要素·····	51
三、信息系统的开发步骤·····	52
四、以计算机为基础的信息系统在组织中的应用·····	54
第三节 其他信息技术 ·····	56
一、概述·····	56
二、电信和网络·····	56
三、人工智能·····	57
四、办公自动化·····	57
第四章 决策 ·····	58

第一节 决策的定义、原则与依据	58
一、决策的定义.....	58
二、决策的原则.....	59
三、决策的依据.....	59
第二节 决策的类型	59
一、长期决策与短期决策.....	59
二、战略决策、战术决策与业务决策.....	60
三、集体决策与个人决策.....	60
四、初始决策与追踪决策.....	60
五、程序化决策与非程序化决策.....	61
六、确定型决策、风险型决策与不确定型决策.....	61
第三节 决策的理论	61
一、古典决策理论.....	61
二、行为决策理论.....	62
三、当代决策理论.....	63
第四节 决策的过程	64
一、识别机会或诊断问题.....	64
二、识别目标.....	64
三、拟订备选方案.....	64
四、评估备选方案.....	65
五、作出决定.....	65
六、选择实施战略.....	65
七、监督和评估.....	66
第五节 决策的方法	66
一、集体决策方法.....	66
二、有关活动方向的决策方法.....	67
三、有关活动方案的决策方法.....	70

第二篇 计 划

第五章 计划与计划工作	79
第一节 计划的概念及其性质	79
一、计划的概念.....	79
二、计划与决策.....	80
三、计划的性质.....	81
第二节 计划的类型	82
一、长期计划和短期计划.....	83
二、业务计划、财务计划和人事计划.....	83
三、战略性计划与战术性计划.....	84

四、具体性计划与指导性计划·····	85
五、程序性计划与非程序性计划·····	85
六、计划的层次体系·····	86
第三节 计划编制过程 ·····	88
一、确定目标·····	88
二、认清现在·····	89
三、研究过去·····	89
四、预测并有效地确定计划的重要前提条件·····	89
五、拟定和选择可行的行动计划·····	90
六、制定主要计划·····	90
七、制定派生计划·····	91
八、制定预算,用预算使计划数字化·····	91
第六章 战略性计划 ·····	92
第一节 远景和使命陈述 ·····	92
一、核心价值观·····	93
二、核心目标·····	94
三、10~30年的宏伟的、大胆的、有难度的目标·····	94
四、生动逼真的描述·····	95
第二节 战略环境分析 ·····	96
一、外部一般环境·····	97
二、行业环境·····	97
三、竞争对手·····	102
四、企业自身·····	104
五、顾客(目标市场)·····	107
第三节 战略选择 ·····	110
一、基本战略姿态·····	111
二、核心能力在企业内和企业外扩张的成长战略·····	112
三、防御性战略·····	116
第七章 计划的组织实施 ·····	117
第一节 目标管理 ·····	117
一、目标管理基本思想·····	117
二、目标的性质·····	118
三、目标管理的过程·····	120
第二节 滚动计划法 ·····	122
一、滚动计划法的基本思想·····	122
二、滚动计划法的评价·····	123
第三节 网络计划技术 ·····	123
一、网络计划技术的基本步骤·····	123

二、网络图	123
三、网络计划技术的评价	125
第三篇 组 织	
第八章 组织设计	129
第一节 组织与组织设计	129
一、组织设计的必要性分析	129
二、组织设计的任务和原则	130
三、组织设计的影响因素	133
第二节 组织的部门化	141
一、组织部门化的基本原则	141
二、组织部门化的基本形式与特征比较	142
第三节 组织的层级化	145
一、组织的层级化与管理幅度	146
二、组织的层级化与集分权	148
三、组织的层级化与结构的有机化	152
第九章 人力资源管理	159
第一节 人力资源计划	159
一、人力资源计划的任务	159
二、人力资源计划的过程	160
三、人力资源计划中的人员配备原则	161
第二节 员工的招聘	162
一、员工招聘的标准	162
二、员工招聘的来源与方法	163
三、员工的解聘	168
第三节 人员的培训	169
一、人员培训的目标	169
二、人员培训的方法	170
第四节 绩效评估	172
一、绩效评估的定义和作用	172
二、绩效评估的程序与方法	173
第五节 职业计划与发展	175
一、职业计划与发展的意义和特点	175
二、职业生涯发展的阶段及其特点	176
三、有效管理职业生涯的方法	177
第十章 组织变革与组织文化	180
第一节 组织变革的一般规律	180
一、组织变革的动因	180

二、组织变革的类型和目标	181
三、组织变革的内容	183
第二节 管理组织变革	183
一、组织变革的过程与程序	183
二、组织变革的阻力及其管理	185
三、组织变革中的压力及其管理	186
四、组织冲突及其管理	188
第三节 组织文化及其发展	191
一、组织文化的概念及其特征	191
二、组织文化的结构与内容	192
三、组织文化的功能与塑造途径	194
第四篇 领 导	
第十一章 领导概论	199
第一节 领导的内涵	199
一、领导与管理	199
二、领导的作用	200
三、领导者与追随者	201
第二节 领导者的类型	201
一、权力与领导	201
二、管理制度权力集中与分散相对立的领导者	201
三、维持与创新相对立的领导者	202
第三节 领导方式及其理论	204
一、领导方式的基本类型	204
二、领导方式行为论	204
三、领导方式情景论	206
第十二章 激励	212
第一节 激励的原理	212
一、激励的概念与对象	212
二、激励与行为	213
三、激励产生的内因与外因	213
四、需要的管理学意义	214
五、X理论和Y理论	214
第二节 激励的内容理论	215
一、需要层次论	215
二、双因素理论	217
三、后天需要论	219
第三节 激励的过程理论	220

一、公平理论	220
二、期望理论	222
第四节 激励的强化理论	223
一、正强化	223
二、负强化	224
第五节 激励的一般形式和实务	224
一、激励的一般形式	224
二、当代若干激励实务	225
第十三章 沟通	227
第一节 沟通的原理	227
一、沟通及其过程	227
二、组织中的沟通	230
三、组织间沟通	231
第二节 管理组织沟通	233
一、有效沟通的障碍	233
二、有效沟通的实现	235
第三节 组织冲突与谈判	237
一、冲突的原因	237
二、冲突的管理	238
三、有效谈判的实现	240
第五篇 控 制	
第十四章 控制与控制过程	243
第一节 控制活动	243
一、控制的必要性	243
二、控制理论	244
三、控制类型	247
第二节 控制过程	249
一、确立标准	249
二、衡量绩效	253
三、纠正偏差	254
第三节 有效控制	257
一、适时控制	257
二、适度控制	258
三、客观控制	260
四、弹性控制	260
第十五章 控制方法	262
第一节 预算控制	262

一、预算的编制	262
二、预算的种类	263
三、预算的作用及其缺点	265
第二节 生产控制	266
一、对供应商的控制	266
二、库存控制	267
三、质量控制	268
第三节 其他控制方法	269
一、比率分析	269
二、经营审计	271
三、其他方法	273
 第六篇 创 新 	
第十六章 管理的创新职能	277
第一节 创新及其作用	277
一、作为管理基本职能的创新	277
二、创新与维持的关系及其作用	278
三、创新的类别与特征	279
第二节 创新职能的基本内容	281
一、目标创新	281
二、技术创新	281
三、制度创新	284
四、组织机构和结构的创新	285
五、环境创新	285
第三节 创新的过程和组织	286
一、创新的过程	286
二、创新活动的组织	288
第十七章 企业技术创新	291
第一节 技术创新的内涵和贡献	291
一、创新与技术创新	291
二、技术创新的内涵	292
三、技术创新的贡献	293
第二节 技术创新的源泉	294
一、意外的成功或失败	294
二、企业内外的不协调	296
三、过程改进的需要	297
四、行业和市场结构的变化	297
五、人口结构的变化	298

六、观念的改变	299
七、新知识的产生	300
第三节 技术创新的战略及其选择	300
一、创新基础的选择	300
二、创新对象的选择	301
三、创新水平的选择	302
四、创新方式的选择	304
第十八章 企业组织创新	306
第一节 企业制度创新	307
一、工业社会的企业制度结构特征及其原因	307
二、知识经济条件下的企业制度创新	308
第二节 企业层级结构创新	310
一、工业社会的企业层级结构及其特征	310
二、知识经济与企业层级结构的改造	311
第三节 企业文化创新	313
一、工业社会中企业文化的功能与特点	314
二、知识经济与企业文化创新	315
主要参考文献	317

第一篇 总 论

