

工商管理经典译丛

MANAGEMENT
管 理 学

(第3版)

托马斯·贝特曼 (Thomas S. Bateman) 斯科特·斯内尔 (Scott A. Snell) 著
王雪莉 侯晓容 译

Mc
Graw
Hill
Education

Mc
Graw
Hill
Education



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

MANAGEMENT 管理学

(第3版)

托马斯·贝特曼 (Thomas S. Bateman)

斯科特·斯内尔 (Scott A. Snell)

王雪莉 侯晓容

著
译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学：第 3 版/贝特曼等著；王雪莉等译．—北京：中国人民大学出版社，2014. 10
(工商管理经典译丛)
ISBN 978-7-300-20098-9

I. ①管… II. ①贝…②王… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 228587 号

Thomas S. Bateman & Scott A. Snell

Management, 3e

0-07-802952-X

Copyright © 2013 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any data-base, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Renmin University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2014 by McGraw-Hill Education and China Renmin University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和中国人民大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权© 2014 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与中国人民大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2014-3898

工商管理经典译丛

管理学（第 3 版）

托马斯·贝特曼 著

斯科特·斯内尔 著

王雪莉 侯晓容 译

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）

010-62511770（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 2014 年 11 月第 1 版

印 张 30 插页 2

印 次 2014 年 11 月第 1 次印刷

字 数 734 000

定 价 58.00 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科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，同时还将继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 social 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

译完此书，感触良多。时下转型正盛，许多管理实践者和观察者都在讨论走红的商业模式和业务形态，让人颇有管理界要变时尚界的错觉。其实，返璞归真，许多“管理时尚”背后依然是那些最朴素的概念和理论在发挥作用。

教材，本就是将一门学科的基本概念和框架介绍给学习对象的学习工具，因此，诸如计划、组织、领导、控制这样的基本概念依然是这本教材的支柱。两位作者在保持一贯的对概念和理论阐述精准的风格基础上，还很擅长将管理实践中的新热点和新事件融入到对管理基本概念的诠释和讨论中来，因此，在这本教材中，诸如社会企业、创业、可持续发展、绿色主题等内容都让人觉得与时俱进，而谷歌、Zappos、苹果、星巴克等企业的实践也频繁在书中各个章节出现。总之，概念和实践的衔接非常到位。

同样可贵的是，作者安排的两个小专栏——“学习小贴士”和“管理你的职业生涯”都是使用者导向极强的内容，可以帮助学生更好地学习包括本课程在内的所有课程，学会如何安排时间、如何参与小组讨论、如何与教授沟通等，也能够帮助学生提早对自己的职业生涯进行思考和规划，这些内容会使中国的学生受益匪浅。

作为曾经翻译过两位作者另一本更大部头的管理学教材的教师，我认为这个精要版很贴心地给任课教师留足了空间，去自主安排自己的教学内容。作者所选择的实践素材篇幅都不长，便于教师在课堂教学中使用，由于章末不再有长篇案例，因此授课教师可以使用自己文化情境下的案例，作为更深度的案例讨论之用。这种精要使教材的价值可以更好地发挥出来！

“翻译是件苦差事”，每一次翻译教材，都能更深一层地体会这句话的内涵。但是作为把贝特曼和斯内尔的管理学教材翻译成中文的第一个译者，对这本书就有了更大的责任和使命。同样，作为管理学课程的授课教师，更知道一本优秀的管理学教材是如何有助于教师准备和实施教学的，所以，在人大出版社的力邀下，我还是咬牙接下了这个任务。

本书由我和侯骁容翻译，历经三轮修改，虽然我们在翻译过程中力求概念准确，文字流畅，但是限于水平，肯定还存在疏漏，欢迎读者批评指正。朱晶和申展对本书翻译亦有贡献，在此一并致谢！

王雪莉
于清华园

中国人民大学出版社工商管理类翻译版教材

序号	书名	作者	定价	出版年份	ISBN
					978-7-300-

(一) 工商管理经典译丛

1	管理学 (第 11 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	69	2012	15795-5
2	罗宾斯《管理学 (第 11 版)》学习指导	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	35	2013	17932-2
3	管理学 (精要版第 9 版)	孔茨 (Harold Koontz) 韦里克 (Heinz Weihrich)	58	2014	18405-0
4	管理学 (第 3 版)	贝特曼 (Thomas S. Bateman)	58	2014	20098-9
5	管理经济学 (第 4 版修订版)	彼得森 (H. Craig Petersen)	69	2009	11367-8
6	管理经济学 (第 11 版)	赫斯切 (Mark Hirschey)	69	2008	09287-4
7	组织行为学 (第 14 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	72	2012	16663-6
8	组织行为学 (第 9 版)	格林伯格 (Jerald Greenberg)	75	2011	13603-5
9	战略管理: 概念与案例 (第 10 版)	希特 (Michael A. Hitt)	59	2012	16621-6
10	战略管理: 概念与案例 (第 13 版·全球版)	戴维 (Fred R. David)	68	2012	15855-6
11	战略过程: 概念、情境、案例 (第 4 版)	明茨伯格 (Henry Mintzberg)	69	2012	16331-4
12	人力资源管理 (第 12 版)	德斯勒 (Gary Dessler)	79	2012	15723-8
13	会计学 (第 8 版)	亨格瑞 (Charles T. Horngren)	79	2010	12543-5
14	公司理财: 核心原理与应用 (第 3 版)	罗斯 (Stephen A. Ross)	76	2013	18161-5
15	项目管理: 管理新视角 (第 7 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	78	2011	12977-8
16	MBA 运营管理 (第 3 版)	梅雷迪思 (Jack R. Meredith)	49.8	2007	08650-7
17	运作管理 (第 10 版)	海泽 (Jay Heizer)	89	2012	14890-8
18	运作管理 (精要版第 3 版)	蔡斯 (Richard B. Chase)	59	2014	18408-1
19	供应链管理 (第 5 版)	乔普拉 (Sunil Chopra)	65	2013	16974-3
20	市场营销原理 (第 13 版)	科特勒 (Philip Kotler)	65	2010	11854-3
21	营销管理 (第 14 版·全球版)	科特勒 (Philip Kotler)	79	2012	15310-0
22	营销管理 (第 13 版·中国版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2009	10459-1
23	管理信息系统 (精要版·第 9 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	59	2012	16254-6
24	质量管理与质量控制 (第 7 版)	埃文斯 (James R. Evans)	65	2010	12027-0
25	数据、模型与决策 (第 4 版)	埃文斯 (James R. Evans)	59	2011	13605-9
26	电子商务导论 (第 2 版)	特伯恩 (Efraim Turban)	59	2011	13747-6
27	电子商务——商务、技术与社会 (第 7 版)	劳东 (Kenneth C. Laudon)	72	2014	18478-4
28	商务与经济统计学 (精编版第 5 版)	威廉斯 (Thomas A. Williams)	69	2014	19503-2
29	商务统计学 (第 5 版)	莱文 (David M. Levine)	65	2010	12492-6
30	管理沟通——以案例分析为视角 (第 4 版)	奥罗克 (James S. O'Rourke)	49	2011	12920-4
31	管理思想史 (第 6 版)	雷恩 (Daniel A. Wren)	62	2012	14821-2
32	企业伦理学——伦理决策与案例 (第 8 版)	费雷尔 (O. C. Ferrell)	49	2012	16016-0
33	职业生涯发展与规划 (第 3 版)	里尔登 (Robert C. Reardon)	39	2010	11843-7
34	商业法律环境 (第 4 版)	库巴塞克 (Nancy K. Kubasek)	69	2007	08187-8

(二) 工商管理经典译丛·市场营销系列

1	市场营销学 (第 9 版)	阿姆斯特朗 (Gary Armstrong)	65	2010	12524-4
2	市场营销学基础 (第 18 版)	佩罗 (William D. Perreault, Jr.)	65	2012	15644-6
3	营销管理 (第 5 版·全球版)	科特勒 (Philip Kotler)	39	2012	15367-4
4	营销管理 (亚洲版·第 5 版)	科特勒 (Philip Kotler)	75	2010	11369-2
5	营销管理: 知识与技能 (第 10 版)	彼得 (J. Paul Peter)	65	2012	15751-1
6	战略营销: 教程与案例 (第 11 版)	凯琳 (Roger A. Kerin)	65	2011	13868-8
7	战略品牌管理 (第 3 版)	凯勒 (Kevin Line Keller)	72	2009	10655-7
8	服务营销 (第 6 版)	洛夫洛克 (Christopher Lovelock)	68	2010	12155-0
9	消费者行为学 (第 10 版)	所罗门 (Michael R. Solomon)	68	2014	18249-0

10	消费者行为学 (第 10 版)	希夫曼 (Leon G. Schiffman)	65	2011	13608-0
11	消费者行为学案例与练习 (第 2 版)	格雷厄姆 (Judy Graham)	20	2011	14211-1
12	营销调研 (第 6 版)	伯恩斯 (Alvin C. Burns)	55	2011	13336-2
13	营销渠道 (第 7 版)	科兰 (Anne T. Coughlan)	59	2008	09525-7
14	网络营销 (第 5 版)	斯特劳斯 (Judy Strauss)	55	2010	12425-4
15	网络营销实务: 工具与方法	米列茨基 (Jason L. Miletsky)	45	2011	12687-6
16	广告学: 原理与实务 (第 7 版)	维尔斯 (William Wells)	75	2013	17868-4
17	广告与促销: 整合营销传播视角 (第 8 版)	贝尔奇 (George E. Belch)	78	2014	19002-0
18	组织间营销管理 (第 10 版)	赫特 (Michael D. Hutt)	59	2011	13027-9
19	零售管理 (第 11 版)	伯曼 (Barry Berman)	79	2011	13093-4
20	专业化销售: 基于信任的方法 (第 4 版)	英格拉姆 (Thomas N. Ingram)	48	2009	11219-0
21	销售管理 (第 9 版)	科恩 (William L. Cron)	48	2010	11849-9
22	销售管理——塑造未来的销售领导者	坦纳 (John F. Tanner Jr.)	48	2010	11767-6
23	营销战略与竞争定位 (第 3 版)	胡利 (Graham Hooley)	65	2014	07898-4

(三) 工商管理经典译丛·会计与财务系列

1	会计学: 管理会计分册 (第 23 版)	里夫 (James M. Reeve)	36	2011	13552-6
2	会计学: 财务会计分册 (第 23 版)	里夫 (James M. Reeve)	65	2011	13783-4
3	会计学原理 (第 19 版)	怀尔德 (John J. Wild)	65	2012	14820-5
4	成本与管理会计 (第 13 版)	亨格瑞 (Charles T. Horngren)	79	2010	12594-7
5	中级会计学 (上、下册) (第 12 版)	基索 (Donald E. Kieso)	168	2008	09457-1
6	高级会计学 (第 10 版)	比姆斯 (Floyd A. Beams)	69.8	2011	14636-2
7	审计学: 一种整合方法 (第 14 版)	阿伦斯 (Alvin A. Arens)	72	2013	16828-9
8	公司理财	伯克 (Jonathan Berk)	89	2009	11220-6
9	中级财务管理 (第 8 版)	布里格姆 (Eugene F. Brigham)	69	2009	10427-0
10	财务报表分析 (第 10 版)	苏布拉马尼亚姆 (K. R. Subramanyam)	59	2009	10826-1
11	跨国公司财务管理基础 (第 6 版)	夏皮罗 (Alan C. Shapiro)	59	2010	11779-9

(四) 工商管理经典译丛·运营管理系列

1	运营管理: 创造供应链价值 (第 6 版)	拉塞尔 (Roberta S. Russell)	59	2010	11613-6
2	供应链设计与管理 (第 3 版)	辛奇-利维 (David Simchi-Levi)	55	2010	11614-3
3	当代物流学 (第 9 版)	墨菲 (Paul R. Murphy)	49	2009	10975-6
4	物流管理与战略——通过供应链竞争 (第 3 版)	哈里森 (Alan Harrison)	39	2010	11612-9
5	项目管理: 流程、方法与经济学 (第 2 版)	施塔布 (Avraham Shtub)	69	2007	08677-4
6	IT 项目管理 (第 3 版)	马尔海夫卡 (Jack T. Marchewka)	49	2011	13481-9
7	质量管理: 整合供应链 (第 4 版)	福斯特 (S. Thomas Foster)	59	2013	17142-5
8	供应管理 (第 8 版)	伯特 (David Burt)	68	2012	15794-8

(五) 人力资源管理译丛

1	人力资源管理: 赢得竞争优势 (第 7 版)	诺伊 (Raymond A. Noe)	79	2013	17773-1
2	人力资源管理基础 (第 3 版)	诺伊 (Raymond A. Noe)	65	2011	13823-7
3	薪酬管理 (第 9 版)	米尔科维奇 (George T. Milkovich)	68	2008	09561-5
4	战略薪酬管理 (第 5 版)	马尔托奇奥 (Joseph J. Martocchio)	49	2010	11213-8
5	绩效管理 (第 3 版)	阿吉斯 (Herman Aguinis)	45	2013	18106-6
6	雇员培训与开发 (第 3 版)	诺伊 (Raymond A. Noe)	45	2007	08186-1
7	国际人力资源管理 (第 5 版)	赵曙明 道林 (Peter J. Dowling)	45	2012	14734-5
8	组织行为学 (第 6 版)	克赖特纳 (Robert Kreitner)	78	2007	08573-9
9	组织中的人际沟通技巧 (第 3 版)	杰纳兹 (Suzanne C. De Janasz)	49	2011	13824-4
10	谈判与冲突管理	科尔韦特 (Barbara A. Boudac Corvette)	39.8	2009	10388-4

(六) 工商管理经典译丛·国际化管理系列/国际商务经典译丛

1	国际贸易 (第 15 版)	普格尔 (Thomas A. Pugel)	49	2014	19001-3
2	国际金融 (第 15 版)	普格尔 (Thomas A. Pugel)	42	2014	19329-8
3	全球营销学 (第 4 版)	基根 (Warren J. Keegan)	69	2009	10662-5
4	国际商务 (第 9 版)	希尔 (Charles W. L. Hill)	75	2013	10660-1
5	全球商务	彭维刚 (Mike Peng)	65	2011	12819-1
6	国际企业伦理——全球政治经济中的决策 (第 2 版)	克兰 (John M. Kline)	39	2013	18089-2
7	国际商务谈判	塞利奇 (Claude Cellich)	42	2013	18404-3
8	跨文化商务沟通 (第 6 版)	钱尼 (Lillian H. Chaney)	42	2014	19139-3

(七) 管理科学与工程经典译丛

1	数据、模型与决策 (第 10 版)	泰勒 (Bernard W. Taylor III)	78	2011	14005-6
2	管理科学 (第 2 版)	劳伦斯 (John A. Lawrence)	75	2009	10318-1
3	管理信息技术 (第 5 版)	图尔班 (Efrain Turban)	69	2009	10976-3
4	制造计划与控制 (第 5 版)	沃尔曼 (Thomas E. Vollmann)	69	2009	09952-1
5	创新管理——技术变革、市场变革和组织变革的整合 (第 4 版)	蒂德 (Joe Tidd)	59	2012	15657-6
6	工程经济学 (第 5 版)	帕克 (Chan S. Park)	75	2012	16014-6
7	管理信息系统 (第 15 版)	奥布赖恩 (James A. O'Brien)	65	2012	16779-4
8	管理信息系统案例——利用应用软件进行决策 (第 4 版)	米勒 (M. Lisa Miller)	49	2013	18076-2
9	现代数据库管理 (第 10 版)	霍弗 (Jeffrey A. Hoffer)	68	2013	17076-3
10	知识管理：一种集成方法 (第 2 版)	贾夏帕拉 (Ashok Jashapara)	48	2013	17172-2
11	管理科学	史蒂文森 (William J. Stevenson)	55	2013	17681-9
12	现代系统分析与设计 (第 6 版)	霍弗 (Jeffrey A. Hoffer)	69	2013	15844-0

(八) 工商管理经典译丛·简明系列

3	创业学 (亚洲版)	弗雷德里克 (Howard H. Frederick)	55	2011	13506-9
2	战略管理	韦斯特三世 (G. Page West III)	45	2011	13607-3
3	战略管理精要 (第 5 版)	亨格 (J. David Hunger)	45	2012	15161-8
4	管理学 (第 8 版)	舍默霍恩 (John R. Schermerhorn)	50	2011	14220-3
5	管理学原理 (第 6 版)	罗宾斯 (Stephen P. Robbins)	62	2009	09989-7
6	创业学 (第 2 版)	卡普兰 (Jack M. Kaplan)	48	2009	09957-6
7	商务沟通——数字世界的沟通技能 (第 12 版)	伦茨 (Kathryn Rentz)	49	2012	15331-5

(九) 工商管理经典译丛·旅游管理系列

1	饭店业战略管理 (第 3 版)	奥尔森 (Michael D. Olsen)	45	2013	18013-7
2	饭店经营管理 (第 2 版)	海斯 (David K. Hayes)	52	2013	17035-0
3	旅游服务业市场营销 (第 4 版)	莫里森 (Alastair M. Morrison)	54	2012	16351-2
4	休闲与旅游研究方法 (第 3 版)	维尔 (A. J. Veal)	48	2008	09019-1
5	旅游学 (第 10 版)	格德纳 (Charles R. Goeldner)	65	2008	09156-3

(十) 工商管理经典译丛·创业与创新管理系列

1	中小企业创业管理 (第 3 版)	卡茨 (Jerome A. Katz)	75	2012	14271-5
---	------------------	---------------------	----	------	---------

(十一) 其他教材

1	组织行为学经典文献 (第 8 版)	奥斯兰 (Joyce S. Osland)	65	2010	12919-8
2	战略管理：解决战略矛盾，创造竞争优势	德威特 (Bob de Wit)	39	2008	09299-7
3	案例学习指南：阅读、分析、讨论案例和撰写案例报告	埃利特 (William Ellet)	39	2009	10202-3

教师反馈表

美国麦格劳-希尔教育出版公司 (McGraw-Hill Education) 是全球领先的教育资源与数字化解决方案提供商。为了更好地提供教学服务,提升教学质量,麦格劳-希尔教师服务中心于 2003 年在京成立。在您确认将本书作为指定教材后,请填好以下表格并经系主任签字盖章后返回我们(或联系我们索要电子版),我们将免费向您提供相应的教学辅助资源。如果您需要订购或参阅本书的英文原版,我们也将竭诚为您服务。

★ 基本信息					
姓		名		性别	
学校			院系		
职称			职务		
办公电话			家庭电话		
手机			电子邮箱		
通信地址及邮编					
★ 课程信息					
主讲课程		课程性质		学生年级	
学生人数		授课语言		学时数	
开课日期		学期数		教材决策者	
教材名称、作者、出版社					
★ 教师需求及建议					
提供配套教学课件 (请注明作者 / 书名 / 版次)					
推荐教材 (请注明感兴趣领域或相关信息)					
其他需求					
意见和建议(图书和服务)					
是否需要最新图书信息	是、否	系主任签字/ 盖章			
是否有翻译意愿	是、否				



**Higher
Education**

网址: <http://www.mcgraw-hill.com.cn>

麦格劳-希尔教育出版公司教师服务中心
北京市清华科技园科技大厦 A 座 906 室
北京 100084
电话: 010-62790299-108
传真: 010-62790292

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（www.rdjg.com.cn）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，82501704

传真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcbsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

目 录

第 1 章 多变世界中的有效管理	(1)
1.1 管理的四大职能	(2)
1.2 管理者的四个不同层级	(7)
1.3 管理者需要三大技能	(11)
1.4 管理者面临的主要挑战	(14)
1.5 竞争优势的源泉	(19)
第 2 章 管理的演变	(26)
2.1 管理的起源	(27)
2.2 管理的演变	(28)
2.3 古典管理理论	(28)
2.4 当代管理理论	(36)
2.5 现代贡献者	(39)
2.6 放眼未来	(40)
第 3 章 组织环境与文化	(43)
3.1 宏观环境	(44)
3.2 竞争环境	(50)
3.3 紧跟环境的变化	(56)
3.4 对环境做出反应	(58)
3.5 文化与组织内部环境	(63)
第 4 章 道德与公司责任	(72)
4.1 塑造道德观的五个视角	(76)
4.2 商业道德	(80)
4.3 管理者行为塑造	(84)
4.4 你能学会做出道德决策	(87)
4.5 企业社会责任	(90)

4.6	自然环境	(93)
第5章	战略规划和决策	(100)
5.1	计划过程	(101)
5.2	计划的层次	(105)
5.3	战略规划过程	(108)
5.4	管理决策	(120)
5.5	人性会阻碍做出好决策	(128)
5.6	群体决策	(129)
第6章	创 业	(134)
6.1	企业家精神	(137)
6.2	从哪里开始创业	(140)
6.3	通向成功的要素	(146)
6.4	普遍存在的管理挑战	(151)
6.5	成功计划和丰富资源助你成功	(155)
6.6	公司的企业家精神	(159)
第7章	组 织	(166)
7.1	组织的基本特征	(167)
7.2	纵向结构	(169)
7.3	横向结构	(174)
7.4	组织一体化	(182)
7.5	组织灵活性	(184)
第8章	人力资源管理	(196)
8.1	战略性人力资源管理	(197)
8.2	组织的人力资源配置	(202)
8.3	甄选合适的求职者	(204)
8.4	培训与开发	(212)
8.5	绩效评估	(214)
8.6	设计薪酬系统	(218)
8.7	劳资关系	(223)
第9章	管理多样性和包容性	(227)
9.1	多样性是动态并不断发展的	(229)
9.2	良好的多样性和包容性管理:竞争优势	(237)
9.3	多样性和包容性的劳动力:管理的挑战	(239)
9.4	多文化组织	(240)
9.5	组织如何培养多样性员工	(241)

9.6 跨国管理	(248)
第 10 章 领 导	(257)
10.1 愿 景	(259)
10.2 领导和管理	(261)
10.3 权力与领导	(262)
10.4 领导的传统理论	(263)
10.5 当代领导理论	(274)
10.6 你可以领导	(278)
第 11 章 激励员工	(285)
11.1 设定目标	(286)
11.2 强化绩效	(290)
11.3 与绩效有关的观点	(294)
11.4 了解人们的需要	(296)
11.5 设计激励性工作	(300)
11.6 实现公平	(306)
11.7 工作满意度	(308)
第 12 章 团队管理	(312)
12.1 团队的贡献	(313)
12.2 新团队环境	(314)
12.3 群体如何成为真正的团队	(318)
12.4 群体为什么有时会失败	(320)
12.5 建立有效团队	(321)
12.6 横向关系管理	(330)
12.7 冲突经常发生	(331)
第 13 章 沟 通	(337)
13.1 人际沟通	(338)
13.2 当心沟通陷阱	(339)
13.3 沟通通过不同的渠道进行	(342)
13.4 提高沟通技巧	(350)
13.5 组织沟通	(355)
13.6 需要注意非正式沟通	(361)
13.7 无边界组织没有信息流动的障碍	(362)
第 14 章 管理控制	(365)
14.1 是否脱离控制	(366)
14.2 官僚控制系统	(368)

14.3	预算控制	(376)
14.4	财务控制	(380)
14.5	更有效的控制系统	(385)
14.6	其他控制:市场和派系	(389)
第15章	创新和变革	(395)
15.1	决定采用新技术	(396)
15.2	基于相关标准进行技术决策	(399)
15.3	知道从哪里获取新技术	(402)
15.4	组织创新	(405)
15.5	成为世界级企业	(408)
15.6	管理变革	(412)
15.7	塑造未来	(422)
注 释		(429)

第1章

多变世界中的有效管理



学习目标

学完本章，你将能够：

1. 描述管理的四大职能。
2. 了解管理者在不同组织层级中的职责。
3. 掌握有效管理的技巧。
4. 概述当今管理者面临的主要挑战。
5. 明确成功的管理者如何获取竞争优势。

有效的管理者通过计划、组织、领导和控制，帮助员工发挥潜力，因此组织可以在高度竞争和不断变化的全球市场中取得成功并不断成长。

星巴克是一个成功的跨国公司范例。1971年，它作为一家单体商店，开始在西雅图的派克市场（Pike Place Market）出售咖啡、茶、调味品。从那时起，该公司经历了戏剧性的增长。2010年星巴克获得107亿美元的收入，17 000家分店遍布50多个国家。^[1]然而，该公司40年来的发展并非一帆风顺。关于这一点，没有人比星巴克现任首席执行官（CEO）霍华德·舒尔茨（Howard Schultz）知道得更清楚。他1982年加入该公司，经过艰苦努力最终成为CEO。2000年，他辞去CEO职务，专门负责公司的国际扩张。2008年舒尔茨决定重

新担任CEO，因为他觉得，公司发展要再上一个台阶需要一些改变和提升。^[2]舒尔茨回归两年后，星巴克的市场价值翻了两番，收入和利润均达到创纪录水平。^[3]

作为星巴克的CEO，舒尔茨做了很多公司在未来应如何快速增长的规划：“我已经知道，增长和成功会掩盖很多错误，因此，我们现在寻求自控的盈利增长。”就支持这种增长所需要的人力资源和能力而言，舒尔茨评论道：“我们增长最大的困难是吸引符合我们文化的世界级人才。”作为激励员工的方法，领导对舒尔茨来说是很自然的事情：“给人希望、渴望和对未来的愿景至关重要。”就像任何优秀管理者一样，他也关心核心业务的控制：“在过去的两年里，我们在运营上花了7亿美元，而且我们仍然在寻求做得更好。”^[4]

在企业中,没有什么能代替有效管理。一家公司可能高速发展一段时间,但如果没有好的管理,它不可能维持长期成功。本书的目的,是帮助你了解如何才能成为一名有效和成功的管理者。它分为五个主要部分:引言、计划、组织、领导、控制。同时,几个可以帮助管理者在今天的职场中脱颖而出的主题,将会在整个本书得到强调:全球化;绿色和可持续发展;创业;e管理,社交媒体和移动计算;人口变化和多样性管理;对个人发展的学习小贴士和职业生涯建议。



学习小贴士

高效学习

你忙于工作、学校、家庭和社交生活,也许不能一次花四五个小时进行学习。试着把你的学习时间分成独立的30~45分钟的小时段,这将有助于你在阅读章节、复习词汇、研究复习卡片、准备考试或测验时更好地集中注意力。这一方法只有当你关掉电子设备时才会生效,这样就没有短信、Facebook、网页、在线游戏或者聊天的干扰。

1.1 管理的四大职能

管理(management)就是通过对人和资源的配置实现组织目标的过程。优秀的管理者做事是既有效果又有效率的。

- 有效果就是能实现组织的目标。
- 有效率就是通过最小的资源投入实现目标,也就是最大限度地利用人力、物力和财力。

遗憾的是,太多的管理者达不到这两个标准,或为达到其中一个而牺牲另一个。最佳的管理者同时保持对效率和效果的关注。

虽然商业在快速变化,但仍然有很多永恒的法则使管理者 and 公司茁壮成长。虽然现在比以往任何时候都更需要新思维和新方法,但是我们已经知道的关于成功管理实践的很多内容(第2章将讨论那些历史上有影响并且现在仍然有影响的贡献)仍然是相关的、有用的,并适应当前竞争激烈的全球市场。

像星巴克 CEO 霍华德·舒尔茨这样伟大的管理者和高管等,不仅能适应不断变化的情况,同时也能热情、严格、执著并有纪律地采用计划、组织、领导、控制等基本管理原则。这四个核心职能仍然像以往一样互相关联,它们仍然是所有类型的组织进行有效管理的基础,包括个人、公共组织、非营利组织和企业(从小微企业到全球化公司)。

就像任何卓越的管理者、教练或教授所说的,卓越总是从基本原理开始。

1.1.1 计划帮助你实现价值

计划(planning)是明确要实现的目标,提前决定实现这些目标所需要的适当