

高等院校经济管理“十二五”规划教材

管理系列

The Principle of Management

管理学原理

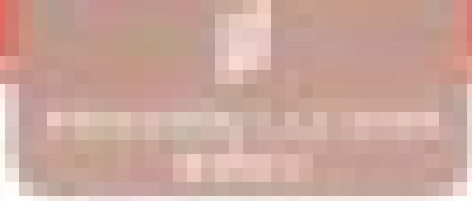
| 第3版 |



主 编◎李东进 秦 勇
副主编◎朴世桓 于 洁



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS



The Principles of Management

管理学原理

[第二版]



主编 王 强

清华大学出版社

高等院校经济管理“十二五”规划教材

管理系列

The Principle of Management

管理学原理

| 第3版 |



主 编◎李东进 秦 勇
副主编◎朴世桓 于 洁



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学原理 (第3版) / 李东进, 秦勇主编. —北京:
中国发展出版社, 2014. 8

ISBN 978 - 7 - 5177 - 0193 - 4

I. 管… II. ①李… ②秦… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 144996 号

书 名: 管理学原理 (第3版)

主 编: 李东进 秦 勇

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978 - 7 - 5177 - 0193 - 4

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 三河市东方印刷有限公司

开 本: 787mm × 980mm 1/16

印 张: 25.75

字 数: 560 千字

版 次: 2014 年 8 月第 1 版

印 次: 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 42.00 元

联系电话: (010) 68990642 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网络订购: <http://zgfcbs.tmall.com/>

网购电话: (010) 68990639 88333349

本社网址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮箱: fazhanreader@163.com

版权所有 · 翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



书名：现代营销学（第2版）
作者：李东进 秦勇 主编
书号：978-7-80234-742-7
定价：35.00元

简介：本书以通俗易懂的方式叙述现代企业营销的基本原理和概念，并结合我国企业营销发展的新趋势，从企业产品的渠道、价格、市场环境、促销、消费者行为等方面对现代企业的营销活动进行了较为深入的探讨。



书名：现代广告学（第3版）
作者：李东进 秦勇 著
书号：978-7-80234-709-0
定价：36.00元

简介：本书充分借鉴国内外广告学最新研究成果，讲述了广告学的基本原理、概念和实务，还结合我国广告业发展的新趋势，对新媒体广告、电影（电视）植入式广告以及名人广告等热点广告问题进行了较为深入的探讨。



书名：国际营销教程
作者：陈祝平 编著
书号：978-7-80234-452-5
定价：32.00元

简介：本书系统地比较了国际营销与国内营销、国际贸易的区别，讲述了国际环境、国际市场策划、国际产品策划、国际渠道策划、国际沟通和国际定价等内容。适合高校经济管理类本科和研究生（包括MBA）学习用书，也可供工商企业管理层阅读和参考。



书名：市场营销学教程
作者：吴涛 编著
书号：978-7-80234-452-5
定价：32.00元

简介：为了更好地适应高等院校市场营销学

课程的教学需要，这次修订对原书进行了大幅度的调整，重新撰写了一些章节，包括更换书名。本教程旨在提供一本以案例教学为导向，突出本土企业营销管理实践，侧重实践应用能力的市场营销学教科书。



书名：市场调研与预测
作者：胡祖光 王俊豪 吕筱萍 编著
书号：978-7-80087-829-5
定价：30.00元

简介：本书从市场调研、市场预测、数据分析与分析三大方面系统阐述了市场调研的基本概念、方式方法和技术、调研资料分析、数据统计软件的应用以及市场预测的方式方法等。



书名：品牌管理
作者：陈祝平 著
书号：978-7-80087-803-9
定价：28.00元

简介：本书通过大量的中国本土企业的品牌实战案例，从心理学和经济学两个角度全面分析了品牌管理的各种问题，包括品牌资产的概念和结构、品牌形象和定位、品牌设计、品牌渠道和品牌传播等内容，具有很强的实用性。



书名：消费者行为学
作者：孟祥林 编著
书号：978-7-5177-0210-8
定价：38.00元（估）

简介：本书设十四章，每章均安排理论、案例、故事三个部分。理论部分介绍消费者行为学的基本概念和基本原理，让读者学习后掌握较为系统的理论知识。案例和故事的目的在于让读者在潜移默化中接受理论知识，强化本书的可读性。



书名：绩效管理
作者：付维宁 编著
书号：978-7-80234-726-7
定价：38.00元

简介：本书主要讲述绩效评价、绩效执行、绩效反馈、绩效计划、公关部门的绩效管理。本书可作为人力资源管理专业本科学生、正在从事或有兴趣从事人力资源管理的企业及社会人员的学习用书，也可作为高等职业院校、大专院校、成人院校企业管理专业的培训教材。



书名：劳动关系管理
作者：尚珂 左春玲 著
书号：978-7-80234-710-6
定价：35.00元

简介：本书从宏观和微观两个角度，不仅讲述了劳动关系与劳动关系管理、劳动关系主体与劳动力市场等宏观理论，还详细讲述了企业劳动合同管理、企业劳动标准实施管理、企业集体合同管理、企业劳动争议管理等内容。



书名：人才测评教程

作者：寇家伦 编著

书号：978-7-80234-453-2

定价：40.00元

简介：本教材的第1版《人才测评》于2006年出版。本书是原书的第2版。为了更好地适应高等院校人力资源专业课程的教学需要，本次修订对原书进行了大幅度的调整，并且重新撰写了一些章节。



书名：人力资源管理教程（第2版）

作者：伍争荣 主编 缪仁炳 副主编

书号：978-7-80234-462-4

定价：36.00元

简介：为了更好地适应人力资源管理环境发生很大变化后的教学研究工作，特别是新的《劳动合同法》颁布实施后劳动关系领域新的变化，并反映理论的前沿和实践的进步，本书对第1版进行了一定程度的调整、补充和完善。



书名：组织行为学

作者：肖余春 主编

书号：978-7-80087-882-4

定价：36.00元

简介：本书运用心理学、社会学、人类学、经济学等知识，分别从个体行为、群体行为和组织系统等方面探讨研究一定组织中人的心理和行为的规律性，从而提高管理者对人的行为的预测和引导能力。



书名：人才测评技术（修订版）

作者：宋 荣 谷向东 字长春 主编

书号：978-7-80234-853-0

定价：38.00元

简介：本书不仅介绍了人才测评的基本概念和基本原理，还全面系统地介绍了心理测验、面试、笔迹分析、无领导小组讨论、公文筐、角色扮演、360度反馈技术等目前国内企业所采用的人才测评技术。全书用大量的人才测评案例，对实际人才测评工作具有很强的实用性。

高等院校经济管理“十二五”规划教材·管理与MBA系列



书名：管理经济学

作者：戴庚先等 编著

书号：7-80087-860-0

定价：39.00元

简介：本书创造性地将Excel运用到管理经济学的决策分析当中，全面阐述了管理经济学的理论、方法和应用，系统讲述了管理经济学的数学模型、供应与需求理论、生产理论与决策分析、成本理论与分析、企业利润、生产结构分析、博弈论与竞争策略等内容。



书名：管理学原理（第3版）

作者：李东进 秦 勇 主编

书号：978-7-5177-0193-4

定价：35.00元

简介：这是本教材第三次修订，在保持前两

版总体风格、特色和体系架构的基础上，对全书内容作了一定的更新。除了着重强调管理策略的重点——决策、计划、预测、组织、领导、激励、控制等外，还增加了组织文化和管理创新两章内容，使整个教材的知识体系更趋完整和合理，更适应我国管理学教学的需要。



书名：公共关系学

作者：秦 勇 编著

书号：978-7-5177-0209-2

定价：39.00元（估）

简介：本教材追求简明、实用的写作风格，讲述了公共关系的定义与特征、公共关系的工作流程、公共关系广告、公共关系专题活动、公共关系危机管理、公共关系的CIS战略，以及网络公共关系等内容，内容丰富，结构清晰，实用性很强。

高等院校经济管理“十二五”规划教材·财务管理系列



书名：高级财务会计

作者：蒋德启 主编 王铁林 副主编

书号：978-7-80234-575-1

定价：35.00元

简介：本教材重点安排能够提升学生实战能力的内容——合并财务报表和中期财务报告的编制，以及企业清算会计、衍生金融工具会计、外币会计、物价变动会计、租赁会计等相关知识。在介绍这些内容时，加入了很多真实企业的案例。



书名：小企业会计准则释义与运用

作者：蒋德启 刘 诚 主编

书号：978-7-80234-749-6

定价：32.00元

简介：本书是第一本系统阐释小企业会计准则的书。它从基本理论、流动资产、非流动资产、负债的核算、所有者权益、收入、费用、利润及其分配、外币业务、财务报告等方面对小企业会计准则进行释义，并且相应地列举了大量案例，以供学习者的吸收、消化。



书名: 电子商务实务教程
作者: 李东进 秦勇 主编
于洁 朴世桓 副主编
书号: 978-7-80234-888-2
定价: 35.00元

简介: 本书介绍了电子商务的技术基础、电子支付、电子商务物流、网络营销、网络采购等内容, 前瞻性地勾画出了电子商务专业理论知识的基本框架, 旨在帮助读者理解电子商务商业模式和价值创造的原理。



书名: 商务沟通教程
作者: 王慧敏 编著
书号: 978-7-80087-826-0
定价: 28.00元

简介: 本书是一本以能力培养为主线的理论与实务相结合的商务沟通教材。全书包括商务沟通概述、商务沟通的一般技巧、招聘与面试、演讲的技巧、会议沟通技巧、谈判技巧、与客户的沟通技巧、管理沟通、书面沟通等内容。本书具有很强的实用性。



书名: 商务礼仪教程
作者: 王慧敏 吴志樵 周永红 编著
书号: 978-7-80234-229-3
定价: 32.00元

简介: 本书系统地介绍了商务活动中的服饰妆容礼仪、语言行为礼仪、往来礼仪、交际礼仪、办公室礼仪、通讯礼仪、会议礼仪、谈判礼仪、求职礼仪、涉外礼仪等方面的知识。本书可以作为大学本科和高职院校学生的教材, 也可以作为普通大众了解礼仪知识的通俗读物。



书名: 国际贸易实务
作者: 王慧敏 编著
书号: 978-7-80234-519-5
定价: 35.00元

简介: 本书突出案例教学、启发式教学, 主要讲述国际货物运输、国际货物运输保险、进出口商品价格核算、国际货款的收付、国际货物买卖合同的签订、进出口交易的基本业务程序等内容, 使学生在解决问题的过程中掌握课程教学内容。



书名: 报关实务
作者: 王慧敏等 编著
书号: 978-7-80234-354-2
定价: 32.00元

简介: 本书详尽地介绍了报关从业人员需掌握和了解的各种进出口货物的报关程序、进出口商品的归类与税费的征收, 以及进出口货物报关单的填制等相关知识。还根据教学的实践安排了练习题和案例分析, 以培养学生的思维能力和动手能力。



书名: 连锁企业经营管理
书号: 978-7-80234-570-6
作者: 孙前进 孙静 编著
定价: 30.00元

简介: 本书概述了连锁企业经营的原则与管理策略、商业网络与连锁门店选址、特许经营、采购与库存、配送与配送中心管理、信息管理、员工招聘与培训以及供应链管理等内容。通过学习, 使学习者掌握连锁经营的相关知识, 并不断提高驾驭现代连锁企业的技能与素养, 成为更优秀、更适合连锁企业需要的人才。



书名: 连锁门店开发与选址
书号: 978-7-80234-571-3
作者: 李晓晖 弓秀云 编著
定价: 29.00元

简介: 连锁门店的开发肩负着支撑连锁企业扩大规模、提高效益、提升竞争力的重要责任, 而门店选址就是选择目标市场。本书通过九个模块分别讲述了连锁门店的经营战略、选址体系、CIS设计、内部和外部设计的原则与技巧、扩张策略, 以及开业、庆典的策划等内容。这些都是成功开发并有效管理一个门店所必须的知识与技能。



书名: 连锁企业信息系统与管理

书号: 978-7-80234-573-7

作者: 孙前进 杨 洋 编著

定价: 32.00元

简介: 本书在介绍连锁企业信息系统的概念与特点、类型与模式等知识的基础上, 系统介绍了连锁企业营销与物流系统网络、信息系统关键技术与电子货币、连锁企业总部和门店信息系统与管理、供应链信息系统与管理、物流配送中心信息系统与管理、电子商务与客户信息管理以及连锁企业信息系统运营维护及发展研究, 并且还介绍了典型连锁企业信息化案例。



书名: 连锁企业采购与配送管理

书号: 978-7-80234-574-4

作者: 胡贵彦 编著

定价: 34.00元

简介: 本书是以连锁企业的采购和配送为

主线, 具体讲述了连锁企业采购和配送的流程、采购计划、供应商管理、招标采购、采购风险管理和绩效评估、配送中心与库存管理、进出货管理、配载及配送路线的优化等内容。力图使从事连锁企业的相关人员能够以最短的时间全面系统地掌握连锁企业采购和配送方面的知识和技能。



书名: 连锁企业门店管理

书号: 978-7-80234-572-0

作者: 尚 珂 隆 意 顾丽萍 编著

定价: 30.00元

简介: 本书以门店管理实务为主, 按照门店经营环节, 从商品进货、陈列、销售、现场服务、收银、投诉、安全管理, 以及员工、客户关系管理等方面全面阐述了连锁零售企业门店运营的流程、作业标准、管理规范等, 在保持知识的完整性和系统性的同时, 重点突出了对实践的指导和应用。

高职高专旅游管理类规划教材



书名: 旅行社经营管理实务

作者: 陈道山 主编

书号: 978-7-80234-421-1

定价: 35.00元

简介: 本书将旅行社的经营管理分为四大模块, 即基础模块、实务模块、支撑模块、发展趋势模块, 每个模块下又分为若干项目, 详细讲述了旅行社的基本知识、旅行社经营管理基础等内容。



书名: 酒店经营与管理

作者: 李辉作 于 涛 主编

书号: 978-7-80234-421-1

定价: 35.00元

简介: 本书以酒店经营与管理的理论及管理内容为框架, 通过模块的形式, 讲述了酒店经营管理概述、酒店接待业务管理、酒店内部管理和酒店日常管理等内容, 建立起了酒店经营与管理的完整体系。其内容上“宽”、“新”、“实”并举, 注重内容的科学性、系统性、创新性和实用性。



书名: 导游实务

作者: 仪孝法 冯 静 主编

书号: 978-7-80234-389-4

定价: 32.00元

简介: 本书系统地阐述了合格的导游员应具备的素质、知识和技能。全书理论与实践相结合, 侧重对学生实践技能的培养, 主要体现在导游服务各种操作规程的介绍上, 有很强的实用性和操作性。



书名: 旅游学概论

作者: 苟胜东 主编

书号: 978-7-80234-424-2

定价: 26.00元

简介: 本书讲述了旅游的产生与发展、旅游的概念与特点、旅游者、旅游资源、旅游业、旅游组织、旅游市场以及旅游的影响等八个模块。这八个模块以旅游的自身性质和特点为主线, 既有纵向旅游发展历史的介绍, 也有横向旅游业的组成部分、旅游组织的讲述, 使大家对旅游业发展有一个清醒的认识。



书名: 旅游市场营销

作者: 樊雅琴 主编

书号: 978-7-80234-423-5

定价: 35.00元

简介: 本书分别介绍了旅游市场营销导论、旅游市场营销环境分析与运筹、旅游购买行为分析、旅游市场调研与预测、旅游目标市场营销等内容。



书名: 旅游资源学

作者: 杨学峰 主编

书号: 978-7-80234-426-6

定价: 35.00元

简介: 本书系统阐述了旅游资源的概念, 旅游资源形成的基本条件、基本特征、分类等基本理论, 分析了地理、水体、大气及太空等自然旅游资源的成因、特征、主要类型等。



书名：人力资源战略与规划

书号：978-7-80234-038-1

作者：寒武 编著

定价：28.00元

简介：本书介绍了人力资源战略与规划的产生、人力资源战略及其制定与实施、人力资源规划、人力资源供求分析、操作技巧和成功案例的学习，可使读者充分掌握人力资源战略设计及人力资源规划的模式与方法，从而构建起一个完整的人力资源战略与规划体系。



书名：劳动关系管理 (修订版)

书号：978-7-80087-983-8

作者：左祥瑞 编著

定价：32.00元

简介：本书可以作为专业的培训和教学教材外，还适合人力资源管理者、企业高中级管理人员、劳动行政部门的官员、各级工会干部、劳动法的研究人员、劳动争议仲裁员、负责审理劳动争议案件的法官，以及其他与劳动领域有关的从业人员。



书名：薪酬福利管理

书号：978-7-80087-963-0

作者：胡昌全 编著

定价：35.00元

简介：作为“中国注册人力资源管理师职业资格认证”的指定培训教材之一，本书以什业薪酬管理为主线，对薪酬体系与结构、付薪策略与原则、福利与保险做了完整深入的分析。



书名：人才测评

书号：978-7-80087-969-2

作者：寇家伦 编著

定价：36.00元

简介：本书向读者全面介绍了人才测评技术的发展历程、基础理论与实践方法，重点阐述了人才测评技术中信用度最高的评价中心技术的实践操作，向读者完整地呈现了组织人才测评活动的各个环节及关键控制点。



书名：人力资源信息化管理

书号：978-7-80087-962-3

作者：洪致 编著

定价：28.00元

简介：本书能够帮助读者更好地理解e-HR究

竟是什么，它在企业人力资源管理工作中能做哪些事情，以及如何选择和实施这项技术来实现预期的收益。



书名：员工任用

书号：978-7-80087-954-8

作者：闫凤芝 编著

定价：28.00元

简介：本书从员工任用的角度，讲述人力资源规划、职位分析、员工招聘甄选、员工入职和辞职管理等内容，在传播人力资源管理技术的同时，将人力资源管理的理念与读者进行分享，从而引导读者全面、系统、实际地看待和解决企业的问题。



书名：职业生涯管理 (第2版)

书号：978-7-80234-653-6

作者：杜映梅 编著

定价：35.00元

简介：本书系统地介绍了职业生涯管理的相关理论知识，并提供了丰富的案例和测试，以期为广大读者提供具有高度可操作性的指导。



书名：绩效管理 (第2版)

书号：978-7-80234-654-3

作者：杜映梅 编著

定价：35.00元

简介：本书是作者对近年来国内外关于绩效管理的方法和在企业管理实践中的经验进行总结、提升而形成的关于绩效管理的操作理念，主要可供企业的实际管理工作者和从事人力资源管理工作的专业人士作为工作的参考，也可作为企业管理类教学和科研的参考书，对人力资源管理感兴趣的人士亦可作为自学之用。



书名：企业培训

书号：978-7-80087-961-6

作者：于虹 编著

定价：25.00元

简介：本书内容由三部分组成。第一部分重点介绍培训的涵义、目的、形式和企业培训管理的内容及培训体制的完善等内容，第二部分围绕着企业培训体系构成的核心内容展开说明，第三部分从培训前的准备、课程的开发方法、培训师授课技巧及企业培训中的经典游戏等方面做了介绍。

第3版前言

本教材第1版、第2版出版后,承蒙读者厚爱,取得了不错的销量和口碑,不少高校将其作为管理学教学的指定教材,这让我们既深受鼓舞又觉重任在肩。唯有不断努力,编写出更高水平的教材,才能不辜负广大读者的期望。因此,从2013年伊始,即本教材第2版正式出版的第三年,我们即着手第3版的编写工作。我们希望本版教材能够得到读者一如既往的支持。

本次修订和再版,我们力求保持前两版的总体风格、特色和体系架构。在保留原书特色的基础上,我们根据自身在教材使用过程中的体会和读者们的反馈意见,对原书内容作了一定的更新和充实。具体的修订内容主要如下。

第一,对篇章结构作了优化调整,增加了组织文化和管理创新两章内容,使整个教材的知识体系更趋完备。

第二,对部分章节主要内容作了较大幅度的修改,如将原书组织变革部分的内容纳入组织设计与组织结构一章;将管理创新单独编写为一章,突出管理创新在当今企业管理中的重要作用;对人力资源管理一章的内容进行了大幅度修改,增加了一些新的知识。新版教材在正文中还增加了不少阅读资料,大大拓展了本书的知识领域。

第三,每一章均增加了开篇案例,并更新了所有章节的讨论案例,同时增加了课

后习题的单项选择、多选选择和名词解释题，以利于读者检验、巩固所学知识和方便教师教学。此外，本教材还配套完成了 PPT 学习课件，有需要的读者可向中国发展出版社索取。

新版教材由李东进教授和秦勇副教授主编，杰尔鹏泰电商事业部总经理朴世桓博士和于洁任副主编。具体分工如下：李东进修订第 1、第 11 章；秦勇修订第 2~8 章、第 10、第 12、第 14、第 16 章，并新编了第 9 章（9.4）和第 15 章，同时增加了全书的开篇引例、更新了每章后的讨论案例；博昭编写了第 9 章（9.1、9.2、9.3）；朴世桓、于洁修订了第 13 章。全书由李东进和秦勇总撰、修改和定稿。

在本书修订的过程中，我们参阅了国内外大量的论著、教材和相关网站，因篇幅所限未能在书中一一注出，在此向有关著作者表示真心的感谢，同时也对提出意见和建议的广大读者表示由衷的谢意。

另外，由于编者能力和水平所限，书中不足之处在所难免，我们敬请各位专家学者和广大读者批评指正。

李东进 秦 勇

2014 年 6 月

目 录

第 1 章	管理与管理学	1
	1.1 管理概述	2
	1.2 管理的职能与管理者	5
	1.3 学习和研究管理学的方法	12
	本章习题	15
	案例讨论 阿里巴巴的精神控制术：马云打造职场乌托邦	16
第 2 章	管理理论的形成与发展	21
	2.1 管理理论的萌芽	22
	2.2 古典管理理论	28
	2.3 行为科学理论	35
	2.4 现代管理理论	40
	2.5 管理发展的新趋势	46
	本章习题	48
	案例讨论 晋商——源远流长的山西商业资本	50
第 3 章	管理与环境	54
	3.1 管理与环境的关系	55
	3.2 宏观环境	60
	3.3 微观环境	64
	3.4 环境分析的程序及常用方法	67
	本章习题	85
	案例讨论 耐克的决策困境	86

第4章	决 策	88
	4.1 决策的定义、原则与依据	88
	4.2 决策的类型	93
	4.3 决策的程序与方法	95
	4.4 个体决策和群体决策	105
	本章习题	109
	案例讨论 钟表王国的困惑与东山再起	111
第5章	计 划	113
	5.1 计划的特点和作用	114
	5.2 计划的类型	117
	5.3 计划工作的内容和程序	119
	5.4 现代计划技术与方法	124
	5.5 计划管理的原则	132
	本章习题	134
	案例讨论 H国“东海地奖水”天津市场开拓计划	136
第6章	目标及目标管理	141
	6.1 目标概述	142
	6.2 确定目标	145
	6.3 目标管理的产生和发展	150
	6.4 目标管理的概念与特点	152
	6.5 目标管理的实施	155
	本章习题	159
	案例讨论 东芝公司的目标管理	161
第7章	预 测	162
	7.1 预测概述	163
	7.2 预测的基本原则和程序	169
	7.3 预测的方法	172
	本章习题	185
	案例讨论 佩氏农庄的失策	186
第8章	组 织	188
	8.1 组织的含义与职能	189
	8.2 组织设计	190
	8.3 典型的组织结构	194

	8.4 非正式组织	200
	本章习题	202
	案例讨论 组织结构变化带来的新问题	204
第9章	组织文化	205
	9.1 组织文化概述	206
	9.2 民族文化与组织文化	209
	9.3 组织文化的功能	212
	9.4 组织文化建设	214
	9.5 跨文化管理	217
	本章习题	221
	案例讨论 索尼的企业文化	223
第10章	人力资源管理	225
	10.1 人力资源管理概述	226
	10.2 人力资源计划	228
	10.3 人员招聘	234
	10.4 人员培训	238
	10.5 绩效考核和报酬系统	241
	本章习题	248
	案例讨论 王永庆的“招聘经”	250
第11章	领 导	252
	11.1 领导概述	254
	11.2 人性假设理论与领导方式	258
	11.3 典型的领导理论	263
	11.4 领导者的素质与领导艺术	275
	本章习题	279
	案例讨论 一次重大的人事任免	280
第12章	激 励	282
	12.1 激励概述	283
	12.2 典型的激励理论	285
	12.3 激励在管理实践中的应用	292
	12.4 当代激励理论的整合	296
	本章习题	297
	案例讨论 施科长没有解决的难题	299

第13章	管理沟通	302
	13.1 沟通概述	303
	13.2 管理与沟通	311
	本章习题	315
	案例讨论 小崔的困惑	317
第14章	控 制	318
	14.1 控制的含义和内容	319
	14.2 控制的原则和基本要求	323
	14.3 控制的基本过程	326
	14.4 控制方法与技术	332
	本章习题	338
	案例讨论 控制迷局——××医院的个案研究	340
第15章	创业管理	343
	15.1 创业概述	345
	15.2 创业机会识别	351
	15.3 成立新企业	354
	15.4 管理新企业	357
	本章习题	361
	案例讨论 野地里的婚纱照	362
第16章	管理创新	367
	16.1 管理创新的作用与特征	367
	16.2 管理创新的原则和过程	370
	16.3 管理创新的基本内容	374
	16.4 企业技术创新与组织创新	379
	本章习题	384
	案例讨论 3M 公司的创新之路	385
参考文献		389
参考答案		392

第 1 章

管理与管理学

内容提示

管理是人类社会活动和生产活动中普遍存在的社会现象,只要有人群的地方,就会有管理活动的存在。管理在当今社会发展中扮演着极为重要的角色,其与科学技术一道,是驱动社会进步的无可替代的“车轮”。作为全书的开篇章节,本章主要对管理及管理学的基本概况进行介绍,包括管理的定义、管理的职能、管理者的角色和技能以及管理学的研究对象和方法等内容。

【开篇引例】

爱多公司的风雨路

提起广东爱多电器公司(以下简称爱多),无人不晓。爱多从一个名不见经传的手工作坊,在短短两三年的时间内成长为中国家电行业的一名骄子,被媒体称之为“爱多神话”,被管理界喻之为“爱多奇迹”。但爱多公司成功的快,消失的更快。15年过去,让我们回顾爱多公司的发展历程,也许会参悟出其中的管理道理。

1975年7月20日,广东中山爱多电器公司正式成立,胡志标任总经理,他的好友陈天南出任法人代表。在此之前,两人曾一起给人修电视机、做变压器,各出2000元办起爱多前身升达电子厂,先做游戏机,后做被中山小霸王上门打假的学习机。按常理,这间小厂会随电子产品的不断转型而转产各类小家电,赚些小钱发点小财,像珠江三角洲地区成千上万的小厂一样,四平八稳地生存或湮灭。但胡志标的胆魄和雄心,使他所投身的企业不可能平庸终极,他选择了当时前程无限的VCD项目。

千辛万苦上了VCD,胡志标就把它做大,但对于一个身处中山东升镇的无名小厂来说,又谈何容易?胡志标选择了一条捷径——依靠高强度的秘籍广告,把“爱多”两个字强行摁进市场和消费者眼中,快速提升品牌和企业的知名度。

1996年底,在产品投放市场取得不俗收获并薄有积蓄的基础上,胡志标开始向当时一统

江山的中央电视台出手。他先花450万元请香港著名影星成龙拍出“爱多VCD，好功夫！”的广告片，又花8200万元投中中央电视台天气预报后的5秒钟广告标版。其后的事实证明，这笔钱花得绝对值：菲利普公司对爱多给予了充裕的机芯供应；各级经销商纷至沓来；销售网络进一步理顺充实，产品供不应求，爱多取得巨大成功。1996年，其产值达到2亿元，1997年猛增至16亿元。爱多VCD真正应验了其广告代理人胡刚的一句话：“登峰一呼，应者云集。”

大手笔的广告制作和抢占中央电视台制高点所带来的企业高速增长，再加上争做VCD品牌龙头老大的雄心，使胡志标在1997年底的中央广告竞标中，放出更大的手笔。他的广告代理公司请来成龙和张艺谋，花费上千万元拍摄了一条“真心英雄”的广告片，尽情诠释和传递出“我们一直在努力”的企业理念。接着在竞标会上，以2.1亿元的标价突破竞争对手的围追堵截，勇夺CCTV1998年标王，爱多的风头一时无二。

1997年与1998年交替之际，爱多在胡志标的率领下，激情四溢地攀上了自身发展的顶点。钱似潮来，又如潮去，没有人能算清爱多赚了多少钱又花了多少钱。太快的成功不免让人浮躁，此时，胡志标的心理不仅仅是浮躁，而是狂妄了。也正是从此时开始，爱多走上了一泻千里的下坡路。

先是爱多为争做行业老大，不惜血本与新科在市场上斗法，结果夺取了新阵地，丢失了老成果，数千万的投入没有带来合理的市场回报和利润回报；接着是为夺回丢失的一线零售市场，铺开了收复失地的拯救行动，结果恰逢VCD行业发生转折，1998年3月前，VCD供不应求，但3月后，供过于求，爱多的拯救行动无疾而终；再接着因拖欠材料供应商的款项太多，一些供应商停止供货，爱多VCD在市场上出现断货现象，爱多公司也开始了债主盈门的日子；其后多元化战略的失败和高层人才的流失，将爱多和胡志标一步步逼上了绝境。

为应付追债的人，爱多开除了空头支票；为躲避追债的人，胡志标很少抛头露面；胡志标未解决困境欲与他人合作经营品牌，爱多另一大股东陈天南声明将不予承认；爱多被多家债权人告上法庭，不同的法院分批查封了爱多的财产……这就是1998年8月以后，胡志标和爱多面对的所有内容。

从创品牌到顶峰，广东爱多用了两年多的时间；从顶峰跌落深渊，只用了一年多的时间。一家年产值曾高达16亿元的企业，兴衰何以至此？大起大落的原因，很少人能看懂……

资料来源：张文昌、曲英艳、庄玉梅：《现代管理学》（案例卷），山东人民出版社2004年版。有删改。

1.1 管理概述

虽然管理理论至今已经十分成熟和系统化，但人们对管理的定义仍未达成统一。由于在不