



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

高等学校农业经济管理类专业核心课程教材

管理学基础

(第三版)

王凯 陈超 主编

高等教育出版社



普通高等教育“十一五”

高等学校农业经济管理

GUANLIXUE JICHU

管理学基础

(第三版)

王凯 陈超 主编

高等教育出版社·北京

内容提要

本书是“十一五”国家级规划教材的修订版,是在2006年版的基础上修订而成的。

本书共二十八章,分为五篇,即管理概述篇、管理职能篇、要素管理篇、营运管理篇和战略管理篇。全书由浅入深、全面系统、简明扼要地阐述了管理及企业管理的理论与方法。管理概述篇主要回答“什么是管理”、“为什么要管理”、管理的哲学、管理的模式等基本问题;管理职能篇主要阐述管理是如何通过一系列基本功能活动来进行的;要素管理篇对构成管理客体的人、财、物、技术、信息等要素分门别类地分析和探讨;营运管理篇阐述如何运用管理职能将上述一系列要素有机地组合起来进行实际运作;战略管理篇是实际运作的升华,重点介绍企业长期、稳定、协调的发展以及生存和竞争等战略性问题。

根据上述教材体系的构思,本书充实了若干新的内容,将管理学原理与现代企业管理这两门经济管理类专业课程有机地结合为一体,使理论分析与实际运作有机结合、一般管理与企业管理有机结合。教材吸收了国内外新的管理理论和实践成果,以突出管理的创新。

本书既可供非经济管理类学生作为必读教材使用,又可供经济管理类学生、有关部门管理人员以及企业经营管理人员使用。

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础/王凯,陈超主编. —3版. —北京:

高等教育出版社,2015.5

ISBN 978-7-04-042201-6

I. ①管… II. ①王… ②陈… III. ①管理学-高等学校-教材 IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第038960号

策划编辑 刘 荣
插图绘制 杜晓丹

责任编辑 刘 荣
责任校对 刘娟娟

封面设计 赵 阳
责任印制 张泽业

版式设计 余 杨

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 100120
印 刷 中国农业出版社印刷厂
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 24.75
字 数 560千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
版 次 2000年12月第1版
2015年5月第3版
印 次 2015年5月第1次印刷
定 价 39.80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

物 料 号 42201-00

第三版前言

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是在2006年版的基础上修订而成的。与第二版教材相比,编者在以下几方面进行了修订和完善:

1. 在每章的章前增加了“本章学习目标”,指出本章应了解和掌握的关键所在。
2. 对第二版教材章节中的部分内容进行了修订和完善。
3. 在每篇的篇末增加了案例,并给出了相应的案例分析题。

参加本书编写的人员有来自全国十多所高等院校的教授、副教授,硕士生导师、博士生导师,还有实际部门的专家,他们具有丰富的教学经验和丰富的管理实践经验。

本书的第一章、第三章、第六章、第七章、第二十一章由王凯(南京农业大学)编写;第十三章、第十七章、第十九章、第二十章、第二十三章、第二十四章由陈超(南京农业大学)编写;第二章由叶长生(扬州大学)编写;第四章由李道国(国家审计署)编写;第五章由王建明(南京财经大学)编写;第八章由王晓梅(河南理工大学)编写;第九章由郑少红(福建农林大学)编写;第十章由谢海涛(南京林业大学)编写;第十一章由韩洪云(浙江大学)编写;第十二章由佟国光(吉林农业大学)编写;第十四章、第十五章由陈东平(南京农业大学)编写;第十六章由李明(南京农业大学)编写;第十八章由赵苹(中国人民大学)编写;第二十二章由朱海洋(上海交通大学)编写;第二十五章由袁勇志(苏州大学)编写;第二十六章由罗英姿(南京农业大学)编写;第二十七章由邱斌(东南大学)编写;第二十八章由荆冰(华泰证券公司)编写。每篇的篇末案例和案例分析题由黄武(南京农业大学)编写。全书由王凯、陈超进行统稿和定稿。

在本书的编写和修订过程中得到了高等教育出版社的大力支持和帮助。我们还参考了一些相关的研究成果和文献资料,在此表示感谢。欢迎广大读者提出宝贵意见。

编者
2015年1月

第二版前言

《管理学基础》(第二版)是“十五”国家级规划教材,是在本书2000年版的基础上修订而成的。与第一版教材相比,编者在以下几方面进行了修订和完善:

1. 新增了6章内容。即第二章管理思想与理论的发展、第四章管理哲学与管理伦理、第五章企业管理模式、第十一章沟通、第二十二章团队管理、第二十三章企业国际化经营,目的是使本教材内容更加全面和丰富。

2. 对第一版中的8章内容进行了较大修订和完善。包括第八章组织、第九章领导、第十二章控制、第十三章人员管理、第十四章公司财务管理、第十八章企业信息管理、第二十四章企业经营战略、第二十七章企业竞争力管理。

3. 在每一章的章后新增了“本章小结”,方便读者归纳和总结该章的要点和核心内容。

4. 为教师新配备了多媒体教学课件。该教学课件配有系统的要点讲授以及习题等多媒体教学资料,极大地方便了教学活动。

参加本教材编写的人员来自全国十多所高等院校,既有管理学、现代企业管理等研究方向的博士生导师,也有长期从事管理学教学的教授、副教授,还有具有丰富管理经验的实践部门专家。本书的第一章、第三章、第六章、第七章、第二十一章由王凯(南京农业大学)编写;第二章由叶长生(扬州大学)编写;第四章由李道国(南京农业大学)编写;第五章由王建明(南京工业大学)编写;第八章由王晓梅(河南农业大学)编写;第九章由郑少红(福建农业大学)编写;第十章由谢海涛(南京林业大学)编写;第十一章由韩洪云(浙江大学)编写;第十二章由佟国光(吉林农业大学)编写;第十三章、第十七章、第十九章、第二十章、第二十三章、第二十四章由陈超(南京农业大学)编写;第十四章、第十五章由陈东平(南京农业大学)编写;第十六章由李明(南京农业大学)编写;第十八章由赵革(中国人民大学)编写;第二十二章由朱海洋(上海交通大学)编写;第二十五章由袁勇志(苏州大学)编写;第二十六章由罗英姿(南京农业大学)编写;第二十七章由邱斌(东南大学)编写;第二十八章由荆冰(华泰证券公司)编写。全书由王凯教授和陈超教授统稿和定稿,陈超教授还承担了本教材多媒体教学课件的制作。

在本教材的编写过程中得到了高等教育出版社的大力支持和帮助。我们还参考了一些相关的研究成果和文献资料,在此一并表示感谢。欢迎广大读者提出宝贵的意见。

编者

2005年9月29日

第一版前言

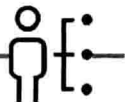
《管理学基础》是在教育部“面向 21 世纪高等院校农林本科经济管理类课程体系及教学内容研究”(项目编号:02-6)成果基础上编写的一本教材。本教材的创新之处主要有以下几点:

1. 教材体系的创新。本教材首次将《管理学基础》分为五篇,即管理概述篇、管理职能篇、要素管理篇、营运管理篇和战略管理篇,并由浅入深、全面系统、简明扼要地阐述了管理及企业管理的理论与方法。管理概述篇主要回答“什么是管理”、“为什么要管理”等基本问题;管理职能篇主要阐述管理是如何通过一系列基本功能活动来进行的;要素管理篇对构成管理客体的人、财、物、技术、信息等要素进行了分门别类的分析和探讨;营运管理篇阐述如何运用管理职能将上述一系列要素有机地组合起来进行实际运作;战略管理篇是实际运作的升华,将重点转向企业未来长期、稳定、协调地发展以及生存和竞争等战略性问题。

2. 教材内容的创新。本教材根据上述教材体系的新构思充实了若干新的内容。从学科层次上讲,《管理学基础》是将管理学原理与现代企业管理这两门经济管理类专业课有机地结合为一体,这是理论分析与实际运作的有机结合,是一般管理与企业管理的有机结合。从章节层次上讲,《管理学基础》增加了创新管理、风险管理、资本经营、企业竞争力、企业经营战略、企业文化创新、无形资产管理等新的内容,吸收了国内外最新的管理理论和实践成果,以突出管理的创新。

3. 出版形式的创新。本教材以教材配多媒体光盘的形式出版发行。这一创新的构想得到了高等教育出版社的大力支持。经过协作和艰苦的探索与开发,这一创新的设想变成了现实。许多高等农林院校也首次决定将《管理学基础》作为农林各专业的必读课程。由于《管理学基础》多媒体光盘配有系统的知识要点、习题、案例等文字、视频资料,因而极大地方便了读者学习《管理学基础》。

参加本教材编写的人员既有管理学、现代企业管理等研究方向的博士生导师,也有长期从事管理学教学的教授、副教授,还有具有丰富管理实践经验的在职博士生。本书的第一章、第二章、第三章、第四章、第十七章由王凯(南京农业大学)编写;第五章、第十九章由宋维明(北京林业大学)编写;第八章、第九章由董金岭(山东农业大学)、翟以平(南京农业大学)编写;第六章、第七章由谢海涛(南京林业大学)编写;第十章、第十一章由陈东平(南京农业大学)编写;第十二章由李明(南京农业大学)编写;第十三章、第十五章、第十六章由陈超(南京农业大学)编写;第十四章、第二十三章由荆冰(南京农业大学)编写;第十八章由刘怀珍(南京农业大学)编写;第二十章由袁勇志(苏州大学)编写;第二十一章由罗英姿(南京农业大学)编写;第二十二章由邱斌(东南大学)编写。全书由王凯教授统稿和定稿,陈超副教授承担了本教材多媒体光盘的制作,张锁庚教授对本书进行了主审。在本教材的编写过程中得



到了高等教育出版社的支持和帮助。我们还参考了一些相关的研究成果和文献资料,在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促,在教材中难免有不足之处,恳请广大读者提出宝贵的意见,以便我们在重印和修订时及时改正。

编 者

2000 年 7 月 28 日

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》,其为人将承担相应的民事责任和行政责任;构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序,保护读者的合法权益,避免读者误用盗版书造成不良后果,我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目 录

第一篇 管理概述

第一章 管理与管理学	(3)	第二节 企业管理的基础工作 ...	(37)
第一节 管理的定义与特征	(4)	第四章 管理哲学与管理伦理	(41)
第二节 管理的职能	(5)	第一节 管理哲学的基本内容 ...	(42)
第三节 管理学的研究对象和 研究方法	(7)	第二节 管理伦理概述	(44)
第四节 管理的原理和方法	(8)	第三节 管理伦理的原则 和功能	(47)
第二章 管理思想与理论的发展	(13)	第五章 企业管理模式	(52)
第一节 早期管理思想	(14)	第一节 管理模式概述	(53)
第二节 古典管理理论	(17)	第二节 国外企业管理模式	(56)
第三节 行为科学研究	(22)	第三节 我国企业管理模式	(58)
第四节 现代管理理论	(27)	第四节 企业管理模式的创新 ...	(60)
第三章 企业管理概述	(32)	篇后案例分析	(63)
第一节 企业与现代企业制度 ...	(33)		

第二篇 管理职能

第六章 决策	(69)	第四节 组织行为	(106)
第一节 决策的基本原理	(70)	第九章 领导	(114)
第二节 决策的方法	(73)	第一节 领导概述	(115)
第七章 计划	(80)	第二节 领导理论	(118)
第一节 计划的基本原理	(81)	第三节 领导者的素质	(122)
第二节 计划的方法	(83)	第四节 领导艺术	(124)
第八章 组织	(90)	第十章 激励	(128)
第一节 组织及组织结构	(91)	第一节 激励的概念与实质	(129)
第二节 组织的类型	(95)	第二节 有关激励的理论	(130)
第三节 组织结构设计	(99)	第三节 激励的一般原则	



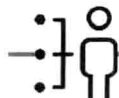
及方法	(134)	第十二章 控制	(145)
第十一章 沟通	(136)	第一节 控制的类型及作用	(146)
第一节 人际沟通	(137)	第二节 控制的基本要求和 基本过程	(148)
第二节 组织沟通	(138)	第三节 控制的基本方法	(151)
第三节 沟通的障碍	(141)	篇后案例分析	(157)
第四节 沟通的技巧与原则	(142)		

第三篇 要素管理

第十三章 人员配置	(163)	第二节 无形资产的开发、 交易与资本化	(206)
第一节 人员配置计划概述	(164)	第十七章 新产品开发与技术 开发	(211)
第二节 人员招聘	(167)	第一节 新产品开发的意义 和策略	(212)
第三节 人员绩效评估	(171)	第二节 新产品开发的原则 和程序	(215)
第四节 人员薪酬	(175)	第三节 技术开发管理	(216)
第十四章 公司财务管理	(180)	第十八章 企业信息管理	(219)
第一节 资金筹集	(181)	第一节 企业管理信息与信息 管理系统	(220)
第二节 资金运用与管理	(184)	第二节 信息系统规划	(228)
第三节 成本费用管理	(187)	第三节 信息系统开发	(231)
第四节 利润管理	(190)	篇后案例分析	(235)
第十五章 存货和设备管理	(193)		
第一节 存货管理	(194)		
第二节 设备管理	(196)		
第十六章 无形资产管理	(203)		
第一节 无形资产概述	(204)		

第四篇 运营管理

第十九章 质量管理	(241)	第二十章 市场营销管理	(250)
第一节 质量管理概述	(242)	第一节 目标市场的选择	(251)
第二节 全面质量管理	(243)	第二节 市场调查	(252)
第三节 质量体系与 质量认证	(245)	第三节 市场营销策略	(254)



第二十一章 企业文化创新	(260)	第三节 团队管理	(279)
第一节 企业文化的概念 与作用	(261)	第二十三章 企业国际化经营	(284)
第二节 企业文化的营造 与培育	(263)	第一节 企业国际化经营 概述	(285)
第二十二章 团队管理	(267)	第二节 企业国际化经营的 方式	(287)
第一节 团队形式与团队 功能	(268)	第三节 国际公司管理	(293)
第二节 团队规范与团队 精神	(274)	第四节 企业国际化经营的 风险管理	(299)
		篇后案例分析	(303)

第五篇 战略管理

第二十四章 企业经营战略	(309)	第二节 风险识别	(347)
第一节 企业经营战略的概念 与内涵	(310)	第三节 风险衡量	(348)
第二节 企业经营战略环境 分析	(312)	第四节 风险控制	(349)
第三节 企业使命与战略 目标	(319)	第二十七章 企业竞争力管理	(353)
第四节 企业总体战略	(324)	第一节 企业竞争力概述	(354)
第五节 中小企业经营战略	(329)	第二节 企业竞争战略	(357)
第二十五章 创新管理	(334)	第三节 波特的竞争力理论	(360)
第一节 创新的一般理论	(335)	第四节 企业竞争力指标 体系	(363)
第二节 创新过程与创新 活动管理	(338)	第二十八章 企业资本经营	(369)
第三节 企业创新机制	(342)	第一节 企业资本经营概述	(370)
第二十六章 风险管理	(344)	第二节 企业资本经营的 主要内容	(372)
第一节 风险管理概述	(345)	第三节 企业兼并和重组	(374)
		篇后案例分析	(381)

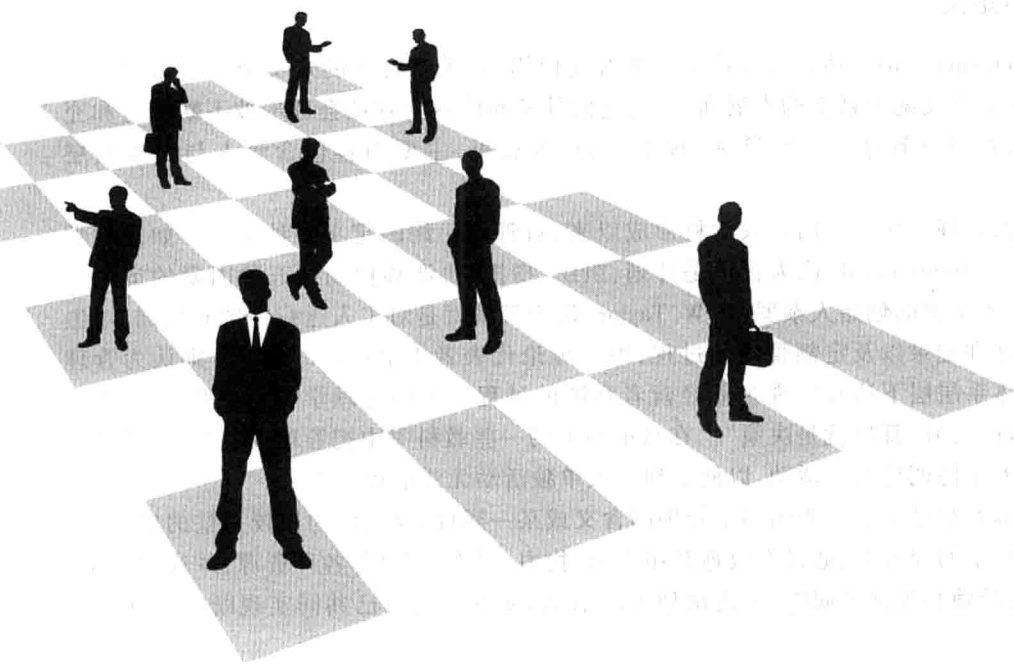
参考文献	(384)
-------------------	-------

第一篇

管理概述



第一章 管理与管理学



本章学习目标

1. 了解管理的定义与特征是什么,了解管理的职能和方法有哪些;
2. 掌握管理学的研究方法和基本原理。





第一节 管理的定义与特征

一、管理的定义

管理(management)一词虽然在当今社会已被普遍使用,但关于管理的定义至今仍未得到统一,原因就在于它的含义随着社会的发展而发展,它的外延和内涵随着社会进步被不断丰富和充实。从字面上看,管理有管辖、管教、管人、理事、治理等意思,主要内容包含管人与治事两层含义。

自20世纪初,管理学作为一门新兴学科形成以来,对管理一词的定义多种多样。如过程学派的创始人法约尔(Henri Fayol)认为管理是计划、组织、指挥、协调和控制这五种因素的运用和体现过程;科学管理学派的创始人泰罗(F. W. Taylor)认为管理就是对工人进行挑选和培训,对生产和操作进行统计和记录以及定额管理的过程;组织理论代表者韦伯(Max Weber)则认为管理是通过行政组织体系层层下达并实现企业经营者意图的过程。美国管理学家赫伯特·A. 西蒙(Herbert A. Simon)认为“管理就是决策”。在目前西方的一些教科书中把管理定义为:管理就是由一个或更多的人来协调他人的活动,以便收到个人单独活动无法取得的效果。

上述定义基本上都是从某一侧面揭示管理的含义或某一属性,我们认为比较完整的定义是:管理是指一定组织中的管理者,通过有效地利用人力、物力、财力、信息等各种资源,并通过决策、计划、组织、领导、激励和控制等职能,来协调他人的活动,使别人与自己共同实现既定目标的活动过程。

二、管理的基本特征

管理具有以下几个基本特征:

(1) 管理的产生是来自社会活动组织的要求,即这种社会活动不是单个人的活动,而是两个人以上的社会活动。共同劳动的规模越大,劳动分工和协作越复杂,管理工作就越重要。

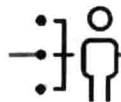
(2) 管理的“载体”是组织,即在社会这个大系统中,组织是一个子系统,管理通过组织这个子系统去实现管理目标。

(3) 管理的核心是处理好各种人际关系,即在管理过程中的各个环节都必须与人打交道,只有妥善地处理好各种人际关系,才能更好地使别人与自己一道去实现管理目标。

(4) 管理的任务是有效地利用人、财、物、技术、信息等各种资源;有效地利用决策、计划、组织、领导、激励和控制等各种管理职能,用尽可能少的支出去实现既定的目标。

三、管理的性质

管理具有二重性,即管理同时具有自然属性和社会属性。



管理的自然属性是指凡是进行社会化生产的地方都客观要求合理地组织生产力,即管理是社会生产力发展和组织社会化生产的客观要求,社会生产力发展得越快,社会化生产水平越高,对管理的要求也就越高。管理的这种与社会生产力相联系的自然属性,并不因社会制度的不同而产生差异,它主要取决于生产力发展水平和劳动社会化程度。因此,管理中有关合理组织生产力、组织社会化生产的一些形式和方法等,在不同的社会制度下具有共性,是可以相互借鉴的。

管理的社会属性是指管理是一定生产关系的体现,是为一定的生产关系服务的。管理的这种与社会生产关系相联系的社会属性,在不同的社会制度下具有本质的区别,它主要取决于社会生产关系。因此,管理中关于维护生产关系的制度、原则和方法都是为适应和维护特定的生产关系需要服务的,并不是各种社会生产方式都适用。

由于社会生产过程是生产力和生产关系的统一体,要保证社会生产过程的正常进行,就必须要求一方面合理地组织生产力,另一方面维持和巩固生产关系。管理要实现这两个方面的要求,从而决定了它同时具有自然属性和社会属性。

第二节 管理的职能

管理的职能是指管理在组织社会经济活动中所发挥的功能。

管理的职能在社会发展过程中不断地得到丰富和发展。如早期把管理的职能主要理解为企业计划的制定和生产任务的分配;也有人把管理的职能归纳为计划、组织、控制三种职能。法约尔认为管理活动包括五种要素,即计划、组织、指挥、协调、控制。卢瑟·古利克(Luther Gulick)认为管理有七项职能,即计划、组织、人事、指挥、协调、报告、预算。随着社会生产力的发展和组织生产力水平及要求的提高,还有人提出在管理职能中,应增加决策职能、激励职能、教育职能、服务职能,等等。

我们认为,管理的基本职能应包括决策、计划、组织、领导、激励和控制这六个基本功能活动。管理活动的顺利运行正是通过正确地执行这些基本的职能来进行的。在整个管理系统中,通过决策、计划、组织、领导、激励和控制这些功能活动发挥作用去实现管理系统目标。同时还应注意到,管理的各项职能活动之间既有联系又有区别,因此,在管理实践中既要充分发挥各项职能的作用,又要充分注意各项职能活动之间的衔接和配合。决策和计划是其他管理职能的前提和基础。可以说,整个管理活动就是围绕如何制定和实施计划及决策方案而进行的。

一、决策

在企业经济活动中每天都会遇到大量的问题需要加以解决并对解决方案进行优化和作出决定。有关企业生存与发展等重要问题的决策更是关系到企业的生死存亡,不可掉以轻心,所以,决策是具有战略意义的重要职能。决策过程同时又是一个复杂的过程,不能简单草率从事,而应讲究科学性。因为决策是针对未来行动作出的决定,而未来形势的发展变化又受到多种因素影



响,这些影响因素是不确定的和不断发展变化的,对未来形势的发展变化很难十分准确地进行预测,因而决策就存在一定风险。要作出正确的决策,就必须进行系统的调查研究,全面收集信息和资料,进行科学预测,拟定各种可行方案并进行选优,对选定的最优方案还应付诸实施,在实施过程中不断进行检查和信息反馈,以保证决策得以层层落实,并在实践中评价决策是否正确。

二、计划

计划是为达到一定目标所制定的未来行动方案。计划是进行控制的标准。在执行计划职能时,要对企业的人、财、物等各种要素进行合理分配和使用,要对各个环节进行协调和很好地衔接,要将计划指标加以分解,具体落实到各个部门和单位,并要明确目标 and 责任,进行控制和考核。因此,计划是行动纲领,是联系企业诸条件与目标之间的桥梁,在管理中处于重要的基础地位。计划是决策后所选定的方案。

三、组织

组织的目的就是要保证决策和计划的实施,去实现既定的目标。通过组织可以形成比个体大得多的力量,进行分工协作去完成任务。这就要求依据任务的多少建立卓有成效的组织机构,拟订上下左右联系方式,制定一系列组织制度,使各种要素在总的目标下被充分利用,高效率、保质保量地完成任务。组织是管理的载体,是其他管理职能活动的组织保证。

四、领导

领导是领导者通过指挥、指导、协调等去影响个人和集体活动以实现组织目标的过程。领导者可以从正式组织或非正式组织之中产生。正式组织的领导者拥有组织赋予他们的职位和职权,而非正式组织的领导者并没有组织赋予他们的职位和职权,而是依据权威自然形成的。领导的本质就是通过领导者与被领导者的相互作用,使组织的活动协调一致,并有效地实现组织目标。组织中的领导者可依据权力、责任的大小分为高、中、低等不同层次,不管是哪一层的领导都要求具有优良的品质和高超的领导艺术,这样的领导集体才能带领组织成员去有效地实现组织目标。

五、激励

在一个组织中,各成员的需要和愿望既有相同之处又有差异之处,激励就是通过一定的手段使组织成员的需要和愿望得到满足,以调动他们的工作积极性并充分发挥其个人潜能去实现组织目标的过程。人的需要是多种多样的,因而激励的方法也应是多种多样的,如可以采取物质激励的方法,也可采取精神激励的方法,还可以采取物质激励和精神激励相结合的方法等等。

六、控制

控制是依据预定的目标和标准,对管理活动进行系统地监督、检查和衡量绩效,若发生偏差,就要采取措施加以纠正,使整个活动按既定的计划和标准进行。因此,控制首先要有一个控制的