

MANAGEMENT FUNDAMENTALS
CONCEPTS, APPLICATIONS, SKILL DEVELOPMENT

管理学基础

概念、应用与技能提高

[第4版]

〔美〕罗伯特·N. 卢西尔 (Robert N. Lussier) 著

高俊山 戴淑芬 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

管理学精选教材译丛

MANAGEMENT FUNDAMENTALS
CONCEPTS, APPLICATIONS, SKILL DEVELOPMENT

管理学基础

概念、应用与技能提高

[第4版]

〔美〕罗伯特·N. 卢西尔 (Robert N. Lussier) 著
高俊山 戴淑芬 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记 图字:01-2008-5948

图书在版编目(CIP)数据

管理学基础:概念、应用与技能提高:第4版/(美)卢西尔著;高俊山,戴淑芬译. —北京:北京大学出版社,2011.1

(管理学精选教材译丛)

ISBN 978-7-301-16607-9

I. ①管… II. ①卢… ②高… ③戴… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第238517号

Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development, 4th Edition

Robert N. Lussier, 高俊山, 戴淑芬

Copyright © 2008 by South-Western, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights Reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有,盗印必究。

Peking University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SARs and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权北京大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

5 Shenton Way, # 01-01 UIC Building, Singapore 068808

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: 管理学基础:概念、应用与技能提高(第4版)

著作责任者: [美]罗伯特·N. 卢西尔 著 高俊山 戴淑芬 译

策划编辑: 张迎新

责任编辑: 谢 超

标准书号: ISBN 978-7-301-16607-9/F·2671

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: em@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市欣欣印刷有限公司

经 销 者: 新华书店

850毫米×1168毫米 16开本 40印张 876千字

2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

印 数: 0001—4000册

定 价: 82.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

译者前言

经过我们北京科技大学经济管理学院管理学原理课程组多位老师的集体努力和通力合作,《管理学基础:概念、应用与技能提高》(第4版)(翻译版)一书终于翻译完成了。从2001年开始,北京科技大学经济管理学院的管理学原理课程就开始采用双语教学,所以我们一直都非常关注管理学方面的英文原版教材,卢西尔博士的这本教材采用的是大家熟悉的从管理职能角度展开内容的体系,将概念、应用和技能提高融为一体,结构清晰,文风朴实、严谨,文辞简洁、优美,不失为一本优秀的管理学教材。2007年我们曾经翻译出版了该书的第2版,如今非常高兴能够将第4版呈献给广大读者。

管理世界正发生着巨大的变化,如何教授管理学也应该做出相应的调整。越来越多的学生需要的不仅仅是对管理理念的理解,同时也需要掌握在日常工作中能够运用的技能。他们希望学习管理学,也希望学会如何成为管理者。这也正是卢西尔博士着手写作此书的初衷所在。相较于其他管理学教材,本书的竞争优势显而易见:多元化、高质量的引例、自测练习、概念应用、加入讨论等专栏以及每章后面的技能提高练习,足以帮助学生培养批判性思维能力,拓展学生在学习、工作和生活中对管理学技能的应用能力;考虑了学生和教师需求的差异性,使得使用者可以灵活地选取需要的内容,针对不同的课堂情况进行课程设计。

全书内容分为五大部分,由课程组的五位教师共同翻译完成,各部分的主要译者分



别为高俊山教授、戴淑芬教授、刘明珠副教授、裴利芳副教授和邵建红讲师。校译工作主要由高俊山教授和戴淑芬教授完成,邵建红讲师和杨兵博士生在编辑、校对及与出版社的沟通等方面付出了很多辛苦的劳动。北京大学出版社的张迎新、贾米娜等编辑为本书的出版做了大量的工作,在此对他们表示真诚的感谢!

高俊山、戴淑芬

2010年10月

作者简介

罗伯特·N. 卢西尔是美国春田大学管理学教授,有着二十五年以上的管理学教学经验。卢西尔教授本人独创了革新性的、能够应用于个人生活和专业领域并且被广泛采用的概念应用和技能提高方法。他还出任了以色列的项目负责人,每年都要去那里进行访问讲学。此外,卢西尔教授还有在纳米比亚和南非等国工作的经历。

卢西尔教授编著出版了两百余部专著。论文先后发表在以下刊物上:《企业家学术期刊》(*Academy of Entrepreneurship Journal*)、《商业之初》(*Business Horizons*)、《商业和企业家期刊》(*Business Journal of Business & Entrepreneurship*)、《商业战略期刊》(*Journal of Business Strategies*)、《小企业管理期刊》(*Journal of small Business Management*)、《小企业战略期刊》(*Journal of small business strategy*)、《SAM 高级管理期刊》(*SAM Advanced Management Journal*),等等。

写作之余,卢西尔教授还为众多企业和非营利性组织进行顾问咨询。实际上,本书中所涉及的一些资料就是专门为一些客户所开发的,如 Baystate Medical Center, Coca-cola, Friendly Ice Cream, Institute of Financial Education, Mead, Monsanto, Smith & Wesson, Social Security Administration, Visiting Nurses Association, YMCAs。

卢西尔教授获得了塞伦州学院的工商管理专业理学学士、萨克福大学的商业教育硕士、New Haven 大学的管理学博士。

目录

第一部分 全球化环境下的管理

第1章 管理与创业家精神	3
1.1 为什么学习管理?	4
1.2 管理者的责任是什么?	5
1.3 如何成为一个成功的管理者?	7
1.3.1 管理素质	8
1.3.2 管理技能	9
1.3.3 AACSB 胜任力	12
1.3.4 督导能力	13
1.4 管理者做什么?	13
1.4.1 管理职能	13
1.4.2 非管理职能	14
1.4.3 管理职能之间的系统关系	15
1.4.4 管理角色	16
1.4.5 管理者之间的差别	17
1.4.6 三个管理层次	18
1.4.7 管理者类型	19
1.4.8 管理技能的差别	21
1.4.9 管理职能的差别	21
1.4.10 大企业与小企业的管理者	21
1.4.11 营利组织与非营利组织的管理者	22

1.4.12 新旧工作场所的管理	22
1.5 创业家精神	23
1.5.1 创业家与内部创业者	23
1.5.2 创业家的贡献	25
1.5.3 创业选择	26
1.5.4 商务计划	27
1.6 本书目标	29
1.6.1 管理学概念	29
1.6.2 管理学概念的应用	29
1.6.3 培养管理技能	29
1.6.4 灵活性	30
1.6.5 本书的组织	30
附录A 管理学简史	44
第2章 全球化环境:文化、道德与社会责任	50
2.1 内部环境	51
2.1.1 管理层和文化	52
2.1.2 使命	52
2.1.3 资源	52
2.1.4 系统流程	53
2.1.5 结构	55
2.2 组织文化	56
2.2.1 组织文化的学习	57
2.2.2 文化的三个层面	57

2.2.3	强文化与弱文化	58
2.2.4	文化的管理、变革与融合	59
2.2.5	学习型组织	60
2.3	外部环境	61
2.3.1	外部环境因素	61
2.3.2	混沌与互动管理	63
2.4	全球化环境	65
2.4.1	种族主义一去不复返以及“美国制造”不再清晰可辨	65
2.4.2	对外贸易	66
2.4.3	全球化经营	69
2.4.4	全球多元化	74
2.4.5	全球	75
2.5	商业伦理	76
2.5.1	道德行为值得吗?	78
2.5.2	个性和态度、道德发展以及情景如何影响道德行为	79
2.5.3	人们如何识别不道德行为	80
2.5.4	道德行为的简单原则	81
2.5.5	管理伦理	82
2.6	社会责任	83
2.6.1	针对利害相关者的社会责任	83
2.6.2	对社会负责值得吗?	83

第二部分 计 划

第3章 创造性地解决问题和

制定决策

3.1	问题解决和决策制定:总括	97
		98

3.1.1	目标、解决问题和决策之间的关系	99
3.1.2	管理职能、决策和解决问题之间的关系	100
3.1.3	决策模型	100
3.1.4	决策风格	100
3.1.5	全球化形势下的决策制定	103
3.2	问题的分类及定义	103
3.2.1	问题分类	104
3.2.2	选择合适的参与标准	106
3.2.3	定义问题	108
3.3	设立目标和标准	109
3.4	生成创造性方案	111
3.4.1	创新和创造	111
3.4.2	运用信息和技术生成方案	113
3.4.3	利用团队生成创造性方案	113
3.4.4	决策树	116
3.5	分析方案并选出最可行方案	117
3.5.1	定量技术	117
3.5.2	Kepner-Tregoe 方法	119
3.5.3	成本—收益(正反因素)分析法	121
3.5.4	决策中的道德和社会责任	122
3.6	计划、决策实施和控制	123
3.7	Vroom 的参与决策模型	123
3.7.1	参与决策的风格	124
3.7.2	决定合适的参与决策风格的因素	124
3.7.3	时间驱动模型与发展驱动模型	126

第4章 战略规划和运营计划	137
4.1 战略规划及运营计划	138
4.1.1 计划的维度	140
4.1.2 战略规划与运营计划	140
4.1.3 战略规划策略和运营计划策略	141
4.1.4 战略规划过程	142
4.2 设定使命	142
4.3 环境分析	143
4.3.1 行业和竞争环境分析	143
4.3.2 公司环境分析	145
4.3.3 竞争优势	146
4.4 建立目标	147
4.4.1 目的和目标	147
4.4.2 设定有效目标	148
4.4.3 目标的标准	149
4.4.4 目标管理	151
4.5 公司级战略	152
4.5.1 主战略	152
4.5.2 公司成长战略	153
4.5.3 投资组合分析	156
4.6 运营战略	159
4.6.1 适应战略	159
4.6.2 竞争战略	160
4.6.3 产品生命周期	161
4.7 职能战略	163
4.7.1 营销战略	163
4.7.2 生产运作战略	163
4.7.3 人力资源战略	163
4.7.4 财务战略	164
4.7.5 其他职能战略	164
4.8 运作计划	164
4.8.1 经常性计划和一次性计划	164
4.8.2 应急预案	166

4.9 战略实施和控制	167
附录B 时间管理	177

第三部分 组 织

第5章 组织与授权	189
5.1 组织原则	190
5.1.1 统一命令和指挥原则	191
5.1.2 命令链原则	192
5.1.3 管理幅度	192
5.1.4 分工原则	192
5.1.5 协作原则	193
5.1.6 权责对等原则	193
5.1.7 授权原则	194
5.1.8 弹性原则	195
5.2 权力	195
5.2.1 正式权力和非正式权力	195
5.2.2 权力等级	196
5.2.3 直线和参谋职权	197
5.2.4 集权和分权	198
5.3 组织设计	200
5.3.1 组织结构图	200
5.3.2 部门化	202
5.3.3 多样部门化	203
5.3.4 部门化的新方法	204
5.4 工作设计	207
5.4.1 工作简化	208
5.4.2 工作扩大化	208
5.4.3 工作团队	209
5.4.4 工作特征模型	210
5.5 自我组织设计与工作安排	212
5.5.1 排列优先顺序	213
5.5.2 授权	215
5.5.3 授权决定	216

5.5.4 授权过程.....	217
第6章 管理的变革:创新与多元化	
.....	230
6.1 变革.....	231
6.1.1 变革的力量.....	232
6.1.2 变革的类型.....	232
6.1.3 变革的形式.....	234
6.2 管理变革.....	235
6.2.1 变革过程的阶段.....	235
6.2.2 变革的阻力及如何 克服阻力.....	236
6.2.3 克服变革的阻力.....	237
6.2.4 识别和克服阻力的模型	238
6.3 创新.....	239
6.3.1 创新的组织结构.....	240
6.3.2 创新的组织文化.....	241
6.4 多元化.....	243
6.4.1 什么是多元化? 多元化 真的重要吗?	243
6.4.2 多元化和组织文化.....	244
6.4.3 价值多元化和管理的 多元化.....	244
6.4.4 性别多元化.....	245
6.4.5 指导者.....	246
6.4.6 学习型组织和多元化	247
6.5 组织发展.....	248
6.5.1 变革模式.....	248
6.5.2 组织发展干预.....	249
第7章 人力资源管理	264
7.1 人力资源管理过程.....	265
7.1.1 法律环境.....	267
7.1.2 人力资源部门.....	269
7.2 人力资源计划.....	270
7.2.1 人力资源战略计划.....	270
7.2.2 工作分析.....	271

7.3 招聘员工.....	272
7.3.1 招聘.....	272
7.3.2 选拔过程.....	274
7.3.3 选拔面试.....	277
7.4 员工发展.....	281
7.4.1 岗前指导.....	281
7.4.2 培训和发展.....	282
7.4.3 培训方法.....	283
7.4.4 绩效评估.....	285
7.4.5 评价性绩效评估访谈	288
7.4.6 发展性绩效评估访谈	289
7.5 保留员工.....	289
7.5.1 奖励.....	290
7.5.2 健康和安全.....	292
7.5.3 劳资关系.....	292
7.6 终止合同与解雇.....	294
附录 C 职业管理和网络化	303

第四部分 领 导

第8章 组织行为:权力、政治、冲突 和压力	317
8.1 组织行为学.....	318
8.2 人格.....	319
8.2.1 单一人格特质理论.....	320
8.2.2 大五人格特质理论.....	321
8.3 知觉.....	323
8.3.1 知觉过程.....	324
8.3.2 知觉偏差.....	325
8.4 态度.....	326
8.4.1 态度的形成.....	326
8.4.2 态度和行为.....	327
8.4.3 管理者的态度如何影响 绩效.....	327
8.4.4 态度和工作满意感.....	327

8.5 权力.....	329	9.3 情境领导理论.....	377
8.5.1 组织权力.....	329	9.3.1 权变领导模式.....	378
8.5.2 权力基础以及如何提升 你的权力.....	330	9.3.2 领导连续模型.....	380
8.6 组织政治.....	333	9.3.3 路径—目标模型.....	381
8.6.1 组织政治的性质.....	334	9.3.4 标准化领导模型.....	383
8.6.2 政治行为.....	335	9.3.5 情境领导模型.....	383
8.6.3 拓展政治技能的指南	336	9.3.6 比较领导模型.....	384
8.7 管理冲突.....	338	9.3.7 领导替代理论.....	385
8.7.1 心理契约.....	338	9.4 处理抱怨.....	387
8.7.2 功能性冲突和功能失调性 冲突.....	339	9.4.1 处理员工抱怨.....	387
8.7.3 冲突管理方式.....	339	9.4.2 处理客户抱怨.....	388
8.8 协商、合作与调解	343	第10章 沟通和信息技术.....	397
8.8.1 谈判.....	343	10.1 组织沟通和信息技术	399
8.8.2 谈判过程.....	343	10.1.1 垂直沟通	399
8.8.3 通过合作激发冲突 解决.....	346	10.1.2 水平沟通	400
8.8.4 应对冲突解决.....	348	10.1.3 葡萄藤沟通	401
8.8.5 调停冲突解决.....	348	10.1.4 信息技术	401
8.9 压力.....	349	10.2 沟通过程和沟通障碍	403
8.9.1 功能性与功能失调性 压力.....	349	10.2.1 阶段1 发送者对信息 进行编码并选择传递 渠道	403
8.9.2 产生压力的原因.....	349	10.2.2 阶段2 发送者传递 信息	403
8.9.3 压力管理.....	350	10.2.3 阶段3 接收者对信息 进行解码,决定是否 需要反馈	404
8.9.4 压力拔河.....	354	10.2.4 阶段4 通过渠道反馈、 回应或传递新信息 ..	404
第9章 有影响力的领导	365	10.2.5 沟通障碍	404
9.1 领导和特质理论.....	367	10.3 信息传递渠道	407
9.1.1 领导.....	367	10.3.1 口头沟通	407
9.1.2 领导者和管理者.....	367	10.3.2 非言语沟通	408
9.1.3 领导特质理论.....	368	10.3.3 书面沟通	409
9.2 领导行为理论.....	370	10.3.4 联合渠道	409
9.2.1 基本领导风格.....	371	10.3.5 选择信息传递渠道 ..	410
9.2.2 双维领导风格.....	372	10.4 发送信息	411
9.2.3 领导方格.....	374	10.4.1 规划信息	411
9.2.4 当代观点.....	375		

10.4.2 信息传递过程	412	11.6.1 个人主义对集体主义 文化与动机	464
10.4.3 检查理解:反馈	413		
10.5 接收信息	415	第 12 章 团队领导	471
10.5.1 倾听技能	415	12.1 大雁的经验	472
10.5.2 信息接收过程	416	12.2 群体、团队和绩效	473
10.6 对信息的反应	419	12.2.1 群体和团队	474
10.6.1 反应风格	419	12.2.2 群体绩效模型	476
10.6.2 应对情绪激动的人 ...	421	12.3 群体结构	476
10.6.3 批评	423	12.3.1 群体类型	477
10.7 信息系统	424	12.3.2 群体规模	479
10.7.1 信息系统的类型	424	12.3.3 群体构成	479
10.7.2 信息网络和电子商务	425	12.3.4 群体领导和目标	480
第 11 章 激发高绩效动机	440	12.4 群体过程	481
11.1 动机和绩效	441	12.4.1 群体角色	481
11.1.1 什么是动机? 为什么 很重要?	441	12.4.2 群体规范	483
11.1.2 在动机和绩效中期望的 作用	442	12.4.3 群体凝聚力	484
11.1.3 动机如何影响绩效 ...	443	12.4.4 在群体中的地位	486
11.1.4 三大动机理论总评 ...	444	12.4.5 群体决策和冲突解决	486
11.2 内容性动机理论	445	12.5 群体发展阶段和领导 行为风格	488
11.2.1 需要层次理论	445	12.5.1 阶段 1 定向	488
11.2.2 ERG 理论	446	12.5.2 阶段 2 不满意	489
11.2.3 双因素理论	447	12.5.3 阶段 3 解决问题 ...	489
11.2.4 习得需要理论	449	12.5.4 阶段 4 生产	490
11.3 过程性动机理论	452	12.5.5 阶段 5 终止	490
11.3.1 公平理论	452	12.5.6 群体发展和领导风格的 改变	491
11.3.2 目标设置理论	453	12.6 把群体发展成团队	492
11.3.3 期望理论	454	12.6.1 培训	492
11.4 强化理论	456	12.6.2 管理职能	492
11.4.1 强化的类型	456	12.7 会议领导技能	493
11.4.2 强化程序	458	12.7.1 会议计划	493
11.5 在激励过程中整合动机 理论	462	12.7.2 管理会议	495
11.6 动机理论全球都适用吗?	462	12.7.3 处理问题成员	496

第五部分 控 制

第 13 章 控制系统:财务和

人力控制	513
13.1 组织和职能范畴的	
控制系统	515
13.1.1 组织系统控制	515
13.1.2 职能范畴/部门	
控制系统	518
13.2 建立控制系统	520
13.2.1 控制系统过程	520
13.2.2 控制频率和方法	524
13.3 财务控制:主要预算过程	
.....	527
13.3.1 运营预算	528
13.3.2 资本支出预算	530
13.3.3 财务预算和报表	531
13.3.4 个人财务管理	532
13.4 人力控制	533
13.4.1 指导	533
13.4.2 走动管理	536
13.4.3 咨询	537
13.4.4 纪律处罚	539
第 14 章 运作、质量和生产力	554
14.1 以时间为基础的竞争和	
运作	556

14.2 运作系统的分类	557
14.2.1 产品的可触知性	557
14.2.2 顾客参与	557
14.2.3 运作弹性	558
14.2.4 资源和技术管理	560
14.2.5 合并分类方法	561
14.3 设计运作系统	562
14.3.1 产品组合与设计	562
14.3.2 设施布局	564
14.3.3 设施位置	565
14.3.4 产能规划	568
14.4 管理操作系统和供应链	569
14.4.1 计划安排和项目管理	
.....	569
14.4.2 存货控制	573
14.4.3 物料需求计划	575
14.4.4 供应链管理	576
14.4.5 质量控制	578
14.5 生产力与平衡计分卡	582
14.5.1 衡量生产力	582
14.5.2 提高生产力	584
14.5.3 职能领域衡量生产力	
.....	585
14.5.4 平衡计分卡	586
注释	598

**第一部分
全球化
环境下的管理**

第1章 管理与创业家精神

学习目标

学完本章后,应该掌握如下要点:

1. 描述管理者的责任。
2. 列出并解释三种管理技能。
3. 列出并解释管理的四种职能。
4. 解释三种管理角色。
5. 列出管理水平的层级。
6. 描述三种不同类型的管理者。
7. 描述不同层次管理者所需的技能和履行职能的差异。
8. 解释创业家和内部创业者的直接差异。
9. 解释下述重点术语(按在本章出现的顺序排列):

管理者(manager)

role categories)

管理者资源(manager's re-
sources)

管理层次(levels of manage-
ment)

绩效(performance)

管理者类型(types of manag-
ers)

管理技能(management skills)

技术技能(technical skills)

知识管理(knowledge manage-
ment)

人际技能(interpersonal skills)

决策技能(decision-making
skills)

创业(new venture)

管理职能(management func-
tions)

创业家(entrepreneurs)

内部创业者(intrapreneurs)

计划(planning)

小企业(small business)

组织(organizing)

竞争优势(competitive advan-
tage)

领导(leading)

先动优势(first-mover advan-
tage)

控制(controlling)

管理者角色类别(management

商务计划(business plan)

引例

Gap 公司的管理思想

Gap 公司是世界上最大的专业零售商之一,专门提供 Gap、Banana Republic、Old Navy、Forth & Towne、Piperlime 等品牌的男士、女士、儿童和婴儿服装及饰品以及个人护理产品,Gap 品牌包括 Gap、Gap Kids、babyGap 和 Gapbody。公司也经营 Gap 直销和 Banana Republic 直销。Gap 公司在美国、加拿大、英国、法国、爱尔兰、日本等国均有商店。

Gap 公司有着顾客导向的文化和声誉。换句话说,所有 Gap 公司员工均把关注顾客作为他们工作中最重要的部分。对此的明证是 Gap 公司在门口问候每个顾客的制度,这会使顾客感觉自己受到欢迎,并使员工确定能够如何为其提供帮助。所有商店经理均从基层做起,并根据他们如何对待顾客的情况对其予以评价和晋升。Gap 公司有一个确保能干和勤勉的经理得到晋升但晋升竞争决不是竞赛的晋升政策。那些愿意调动的人能够在公司的晋升阶梯上爬得更快。

1. Gap 公司使用什么资源销售商品?
2. Gap 商店里实行了哪些管理职能?
3. 在 Gap 公司,经理的职业生涯有哪些层级和类型?
4. Gap 公司是企业家型的还是内部创业者型的?

通过本章你将会在 Gap 公司里找到这些管理问题的答案,同时你也会了解 Gap 公司的经理 Bonnie Castongury 和她在这家休闲零售公司里管理不同商店的经验。

资料来源:案例信息来自 Gap 公司网站 <http://www.gapinc.com>, 2007 年 3 月 16 日。

1.1 为什么学习管理?

对于这一点,很自然地就会想“我能从这本书里得到什么”或“它对我意味着什么”。很少有人直接提出或回答这些普通的问题。简洁的回答是,你能够跟人一起工作得越和顺——并且这是本书的大部分内容——你的个人生活和职业生活就会越成功。¹很显然,管理学习直接应用于你的职业生活。²如果你是一个管理者,或者将来想要成为一个管理者,那么对良好管理技能的需要是不言自明的。³即使你对成为一个管理者没有兴趣,你仍然需要管理技能才能在今天的职场中取得成功。⁴简单告诉员工做什么的旧式的工作现场已经一去不复返了。你很可能被期望通过参与式管理在管理你的组织的过程中成为一个工作伙伴。你也许在一个团队里工作,并且共享决策或其他管理任务。⁶老板希望雇用那些能够参与公司管理的员工⁷,并且训练非管理人员来履行管理职能。⁸

管理学习也能直接应用于你的个人生活。你每天跟人沟通和互动;你制定个人计划和决策,设定目标,把将要做的事情区分优先次序,并且让别人为你做某些事情。你