



Mc  
Graw  
Hill

高等院校双语教学适用教材

工商管理

# Organizational Behavior Core Concepts

*Angelo Kinicki*

## 组织行为学

---

### 核心概念

(美) 安杰洛·基尼齐 著

苗莉 译注

 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press



Mc  
Graw  
Hill

高等院校双语教学适用教材

工商管理

# Organizational Behavior Core Concepts

*Angelo Kinicki*

## 组织行为学

---

### 核心概念

(美) 安杰洛·基尼齐 著

苗莉 译注

 东北财经大学出版社  
Dongbei University of Finance & Economics Press  
大连

© 东北财经大学出版社 2008

### 图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学:核心概念 / (美) 基尼齐 (Kinicki, A.) 著; 姜文学译注. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 8

(高等院校双语教学适用教材·工商管理)

书名原文: Organizational Behavior: Core Concepts

ISBN 978 - 7 - 81122 - 361 - 3

I. 组… II. ①基…②姜… III. 组织行为学—双语教学—高等学校—教材—英文  
IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 102769 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06 - 2008 - 23 号

Angelo Kinicki; Organizational Behavior: Core Concepts

Copyright © 2008 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

DUFEP is authorized by McGraw-Hill/Irwin to publish and distribute exclusively this bilingual edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR 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 of retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书双语影印版由麦格劳—希尔出版公司授权东北财经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) 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。

版权所有, 侵权必究。

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

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: [dufep@dufe.edu.cn](mailto:dufep@dufe.edu.cn)

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 210mm × 270mm

印张: 20

插页: 1

2008 年 8 月第 1 版

2008 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑: 李 季

封面设计: 冀贵收

ISBN 978 - 7 - 81122 - 361 - 3

定价: 36.00 元

# 出版者的话

当前,在教育部的大力倡导下,财经和管理类专业的双语教学在我国各大高校已经逐步开展起来。一些双语教学开展较早的院校积累了丰富的经验,同时也发现了教学过程中存在的一些问题,尤其对教材提出了更高的要求;一些尚未进入这一领域的院校,也在不断探索适于自身的教学方式和方法以及适用的教材,以期时机成熟时加入双语教学的行列。总之,对各类院校而言,能否找到“适用”的教材都成为双语教学成功与否的关键因素之一。

然而,国外原版教材为国外教学量身定做的一些特点,如普遍篇幅较大、侧重于描述性讲解、辅助材料(如习题、案例、延伸阅读材料等)繁杂,尤其是许多内容针对性太强,与所在国的法律结构和经济、文化背景结合过于紧密等,却显然不适于国内教学采用,并成为制约国内双语教学开展的重要原因。因此,对国外原版教材进行本土化的精简改编,使之变成更加“适用”的双语教材,已然迫在眉睫。

东北财经大学出版社作为国内较早涉足引进版教材的一家专业出版社,秉承自己一贯服务于财经教学的宗旨,总结自身多年的出版经验,同培生教育出版集团和汤姆森学习出版集团等国外著名出版公司通力合作,在国内再次领先推出了会计、工商管理、经济学等专业的“高等院校双语教学适用教材”。这套丛书的出版经过了长时间的酝酿和筛选,编选人员本着“品质优先、首推名作”的选题原则,既考虑了目前我国财经教育的现状,也考虑了我国财经高等教育所具有的学科特点和需求指向,在教材的遴选、改编和出版上突出了以下一些特点:

- 优选权威的最新版本。入选改编的教材是在国际上多次再版的经典之作的最新版本,其中有些教材的以前版本已在国内部分高校中进行了试用,获得了一致的好评。

- 改编后的教材在保持英文原版教材特色的基础上,力求内容精要,逻辑严密,适合中国的双语教学。选择的改编人员既熟悉原版教材内容,又具有本书或本课程双语教学的经验。

- 改编后的教材配有丰富的辅助教学支持资源,教师可在网上免费获取。

- 改编后的教材篇幅合理,符合国内教学的课时要求,价格相对较低。

本套教材是在双语教学教材出版方面的一次新的尝试。我们在选书、改编及出版的过程中得到了国内许多高校的专家、教师的支持和指导,在此深表谢意,也期待广大读者提出宝贵的意见和建议。

尽管我们在改编的过程中已加以注意,但由于各教材的作者所处的政治、经济和文化背景不同,书中的内容仍可能有不妥之处,望读者在阅读中注意比较和甄别。

# 广告刊例

To all students, the future leaders and  
stewards of our planet.

# 作者简介

安杰洛·(基尼齐 Angelo Kinicki) 是亚利桑那州立大学 W. P. Carey 商学院的管理学教授, 同时也是由亚利桑那州立大学 100 名杰出学者组成的院长理事会成员。他于 2005 年荣任领导学领域的 Weatherup/Overby Chair。1982 年于肯特州立大学获得组织行为学博士学位。

安杰洛无论在教学还是科研方面都广受认可。作为教师, 他荣获了多项奖励, 其中包括 John W Teets 杰出教师奖 (2004—2005 年)、杰出研究生教学奖 (1998—1999 年)、杰出继续教育教学奖 (1991—1992 年)、杰出本科教学奖 (1987—1988 年)。他还入选美国大学名人录 (Who's who of American Colleges and Universities) 并获美国商学院荣誉团体奖 (Beta Gamma Sigma)。安杰洛是一位积极的研究者。他在各类高水平学术和专业期刊上发表论文 80 余篇, 并合作出版了 7 部大学教材 (17 本修订版)。他的教材被全球范围内的数百家大学采用。安杰洛作为研究人员的经验还使他成为 *Academy of Management Journal*、*Journal of vocational behavior* 和 *Journal of management* 的评论人。在 1996 至 1999 年间, 他被 *Academy of Management Journal* 授予最佳评论人奖。

安杰洛还是一位活跃的国际咨询师, 他与高层管理团队共同实施组织变革以提高组织的有效性和获利能力。他共事过的企业中, 既有众多财富 500 强企业, 也有大量创业型组织, 这些组织来自各行各业。他的专长包括: 推动战略/运营规划会议、诊断组织问题以及工作单位问题的成因、实施绩效管理系统、设计和实施绩效评价系统、开发和管理调查工具来评价员工态度、实施管理人员/经理的培训项目。他开发了一种被称为“绩效管理领导行为调查 (Performance Management Leadership Survey)”的 360 度领导反馈工具, 该工具被美国和欧洲的企业广泛采用。

安杰洛的优势之一是他能够教授大学里各个层次的学生。他运用互动的教学环境来提高本科生对管理学和组织行为学的理解。在 MBA 教育中, 安杰洛强调应用管理理论解决复杂问题。在博士生的教学中他则强调学习从事学术研究的科学与艺术。

安杰洛与妻子 Joyce 虽然出生于俄亥俄州的克里夫兰郡, 但已经开心地在美丽的亚利桑那生活了 25 年。他们喜欢旅行、打高尔夫和远足。



# 导言

随着组织行为理论和实践的不断发展,组织行为学已经成为商学院的必修课程,同时,也是工商企业及各类组织的管理者应修的重要科目。在此情况下,组织行为学方面的教材开始大量涌现出来。由美国亚利桑那州立大学安杰洛·基尼齐教授编写的《组织行为学:核心概念》一书,是一本组织行为学的入门教材。与其他组织行为学教材相比,本书具有以下特色:

第一,简明扼要,引人入胜。由于时间和经济方面的压力,人们越来越渴望能够拥有一本薄且价格适中的教材。在组织行为学领域,所谓的精编教材曾试图去满足这一需求,但是,在这些教材中,简洁通常是以过时的理论和案例以及蹩脚的设计为代价的。安杰洛·基尼齐编写的《组织行为学:核心概念》一书虽然同样旨在满足读者的上述需求,但它却使我们看到:简洁并不意味着过时和枯燥乏味。该书是初学者学习和了解组织行为理论与实践的一本精炼、前沿且引人入胜的经典读物。对于本书中应包含哪些概念安杰洛·基尼齐进行了十分审慎地决策,依据其多年从事组织行为学的教学和研究工作所积累的经验,安杰洛·基尼齐所选择的内容都是那些对于学生了解个体、群体和组织行为至关重要的话题,并且,基本涵盖了国际认证组织 AACSB 和 ACBSP 所推荐的内容。这使得该书内容在体现实践导向的同时,也具有极高的权威性。

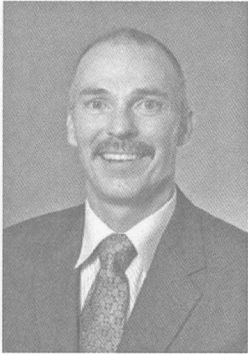
第二,为教学活动提供了更大的灵活性。本书除了在每章开头设计了一系列学习目标之外,并未提供案例和练习。这一方面使得教材所包含的内容达到了最大化,同时也使教学人员拥有更大的灵活性,使他们能够将自己的案例和资料引进课程。但是,这并不意味着作者放弃了对案例和实践环节的关注,因为作者还开发了丰富的网上资源来补充和扩展教材内容。本书特别设计了一些嵌入于各章节内容之中的盒状图,提供了如何链接到相关网上资源的途径,这些网上资源包括 38 个知识测验、20 个自我评估、23 个小组练习和 15 个 Hot Seat DVD 片断,它们大大扩展了各个章节的内容。知识测验为学生测试自己对书本知识的理解提供良好途径;自我评估所提供的丰富反馈信息,使学生能够将自身与思考的内容紧密联系起来。为更好地运用这些网上资源,教学人员可以使用由安杰洛·基尼齐和阿曼达·约翰逊(Amanda Johnson)共同编写的小组和视频资源使用手册。该手册旨在帮助教学人员建立一个更加活跃、更加令人兴奋的课堂环境,其中包括如何组织课堂上的小组和个人练习,以及如何使用书中已经标示出来的自我评估、小组练习和 Hot Seat 节目。

第三,内容前沿,案例新鲜。一个聪明的食品买家,会通过查验有效期来评价食品的新鲜程度。同样的,组织行为学教材也需要查验其新鲜程度,从而确保读者从书中得到的是最新、最有价值的理论成果和实践案例。在本书中,安杰洛·基尼齐教授探讨了诸多组织行为学领域的前沿问题,如电子商务对组织行为学的影响、人力资本与社会资本、积极组织行为学、多样性管理、主动性人格、情绪、情商、情绪型劳动力、组织公正、虚拟团队、知识管理、信息技术对组织行为学的影响、跨文化冲突、工作场所的粗鲁行为、印象管理、全面领导模型、第五级领导、共享型领导和学习型组织等。并且,在本书中你会发现有超过 190 条的脚注是 2006 年的,这些都表明本书是一本编写认真且内容新颖的教材。





# About the Author 作者简介



**Angelo Kinicki** is a Professor of Management and Dean's Council of 100 Distinguished Scholar at the W. P. Carey School of Business at Arizona State University. He also was awarded the Weatherup/Overby Chair in Leadership in 2005. He has held his current position since 1982 when he received his doctorate in organizational behavior from Kent State University.

Angelo is recognized for both his teaching and research. As a teacher, Angelo has been the recipient of several awards, including the John W Teets Outstanding Graduate Teacher Award (2004–2005), Graduate Teaching Excellence Award (1998–1999), Continuing Education Teaching Excellence Award (1991–1992), and Undergraduate Teaching Excellence Award (1987–1988). He also was selected into *Who's Who of American Colleges and Universities* and *Beta Gamma Sigma*. Angelo is an active researcher. He has published more than 80 articles in a variety of leading academic and professional journals and has coauthored seven college textbooks (17 counting revisions). His textbooks have been used by hundreds of universities around the world. Angelo's experience as a researcher also resulted in his selection to serve on the editorial review boards for the *Academy of Management Journal*, the *Journal of Vocational Behavior*, and the *Journal of Management*. He received the All-Time Best Reviewer Award from the *Academy of Management Journal* for the period of 1996–1999.

Angelo also is an active international consultant who works with top management teams to create organizational change aimed at increasing organizational effectiveness and profitability. He has worked with many *Fortune* 500 firms as well as numerous entrepreneurial organizations in diverse industries. His expertise includes facilitating strategic/operational planning sessions, diagnosing the causes of organizational and work-unit problems, implementing performance management systems, designing and implementing performance appraisal systems, developing and administering surveys to assess employee attitudes, and leading management/executive education programs. He developed a 360-degree leadership feedback instrument called the Performance Management Leadership Survey (PMLS) that is used by companies throughout the United States and Europe.

One of Angelo's strengths is his ability to teach students at all levels within a university. He uses an interactive environment to enhance undergraduates' understanding about management and organizational behavior. He focuses MBAs on applying management concepts to solve complex problems; PhD students learn the art and science of conducting scholarly research.

Angelo and his wife, Joyce, have enjoyed living in the beautiful Arizona desert for 25 years but are natives of Cleveland, Ohio. They enjoy traveling, golfing, and hiking.

# Preface 前言

In my many years of teaching organizational behavior and management to undergraduate and graduate students in various countries, I never had a student say, “I want a longer, more expensive textbook with more chapters.” I got the message! Indeed there is a desire for shorter and less expensive textbooks in today’s fast-paced world where overload and time demands are a way of life. Within the field of organizational behavior (OB), so-called “essentials” texts have attempted to satisfy this need. Too often, however, brevity has been achieved at the expense of up-to-date research and examples, and artful layout. I believe that “brief” does not have to mean outdated and boring.

## EXPERIENCE DRIVES THE CHOICE OF CORE CONCEPTS

The first edition of *Organizational Behavior: Core Concepts*—a concepts book for an introductory course in Organization Behavior—was written with the following quest in mind: “Create a short, up-to-date, practical, user-friendly, interesting, and engaging introduction to the field of organizational behavior.” Accomplishing this objective required me to be very selective in determining what OB concepts to include in the text. Content decisions are based on my many years of teaching and writing about organizational behavior. For example, I have received multiple teaching awards and have authored or coauthored over 17 textbooks. I select and cover topics that I believe are essential to helping students gain an understanding about individual, group, and organizational behavior. Further, this book contains lean and efficient coverage of topics recommended by the accreditation organizations AACSB International and ACBSP.

## FLEXIBILITY AND DEPTH SUPERSEDE PEDAGOGY

Given that I wanted to produce a short 14 chapter book, I wrestled with the trade-off between providing content coverage of core concepts and pedagogical enhancements such as cases or exercises to illustrate or apply these concepts. I decided to focus more on content than pedagogy in order to allow instructors the flexibility to incorporate their own cases and supplementary materials into their courses. Other than starting out each chapter with a set of learning objectives, there are no cases or exercises included in the text. This decision allowed me to cover the maximum amount of material within 14 chapters.

## ONLINE TOOLS FACILITATE LEARNING AND AN INTERACTIVE CLASSROOM

You have asked for ways to tie resources to specific chapters, so I did it! This first edition contains a specially designed boxed feature that is inserted where chapter content is augmented by one of 38 Test Your Knowledge quizzes, 20 self-assessments, 23 group exercises, and 15 Hot Seat DVD segments. The quizzes provide a great way for students to assess their understanding of the book’s content, and the self-assessments’ rich feedback enables students to achieve a personal link with the content being considered.

To supplement the use of these online materials, you can use the *Group and Video Resource Manual*, authored by Amanda Johnson and me. The manual was compiled to help

you create a livelier and stimulating classroom environment. It contains in-class group and individual exercises as well as notes on how to use the self-assessments, group exercises, and Hot Seat programs that have been flagged in the boxed feature contained in the book.

## A SOLID BASE OF FRESH AND RELEVANT MATERIAL

Wise grocery shoppers gauge the freshness of essential purchases such as bread and milk by checking the “sell by” dates. So, too, OB textbooks need to be checked for freshness to ensure the reader’s time is well spent on up-to-date and relevant theory, research, and practical examples. By my count, you will find over 190 chapter endnotes dated 2006, indicating a thorough and current textbook. Cutting-edge topics discussed in the first edition include e-business implications for OB, human and social capital, positive organizational behavior, managing diversity, proactive personality, emotions, emotional intelligence, emotional labor, organizational justice, virtual teams, knowledge management, impact of information technology on OB, cross-cultural conflict, workplace incivility, impression management, full-range model of leadership, Level 5 leadership, shared leadership, and learning organizations, just to name a few.

## USE OF META-ANALYSIS TO SUMMARIZE RESEARCH

My goal of producing a short book did not enable me to review all of the relevant research regarding OB concepts. I therefore used meta-analytic studies whenever possible to summarize the state of knowledge about a specific OB concept. A meta-analysis is a statistical pooling technique that permits researchers to draw general conclusions about certain variables from many different studies. It typically encompasses a vast number of studies and individual participants, often reaching the thousands. Meta-analyses are instructive because they focus on general patterns of research evidence, not fragmented bits and pieces or isolated studies. Their use also enabled me to summarize research in a much shorter fashion, thereby enabling me to cover more content about organizational behavior.

## GRATEFUL APPRECIATION

I could not have completed this product without the help of a great number of others. Karen Hill, development director from Elm Street Publishing, was instrumental in my finishing the first edition. She was a joy to work with and never missed a deadline. My sincere thanks and gratitude go to my executive editor John Weimeister, and his first-rate team at McGraw-Hill/Irwin. Key contributors include Meg Beamer, Marketing Manager; Dana Pauley, Project Manager; Heather Darr, Editorial Coordinator; Carol Bielski, Lead Production Supervisor; Matt Baldwin, Lead Designer; and Susan Lombardi, Senior Media Project Manager. We would also like to thank Mindy West of Northern Arizona University for her work on the Instructor’s Manual, Eileen Hogan of Kutztown University for her work on creating the test bank, Amit Shah of Frostburg State University for his work on the Online Quizzes, and Brad Cox of Midlands Technical College for developing the PowerPoint presentation slides.

Finally, I would like to thank my wife, Joyce. She has supported me through the completion of many books and I could have not finished this one without her love, support, and understanding.

I hope you enjoy reading and applying the book. Best wishes for success and happiness!

Angelo

## 高等院校双语教学适用教材·会计类(英文版)



书名: 经营分析与评价(第四版)  
(Business Analysis Valuation)

书号: 978-7-81122-282-1 作者: (美) Palepu (帕利普)

定价: 38.00

出版时间: 2008.4

内容简介: 在一个不断变化的战略环境中,理解管理层提交的财务报表是否(以及在多大程度上)能够准确地反映企业运行的健康状况及价值是非常重要的。本书能够帮助读者分析任一企业的财务报表,从而揭示出企业的真实经营情况与价值,并将战略经营知识整合进财务报表分析中。

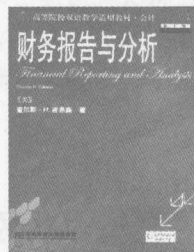
书名: 财务报告与分析(第十版) 附配套光盘  
(Financial Reporting and Analysis)

书号: 978-7-81122-283-8 作者: (美) 吉布森 (Gilson)

定价: 48.00

出版时间: 2008.4

内容简介: 本书可谓是会计与财务教学发展史上的里程碑,它既从财务报告使用者的角度,又从财务报告编制者的角度来教授财务会计。它介绍了财务报告的“语言”及编制过程,并含有大量真实公司的年度报告,书中大量背景材料使得毫无会计学或财务学背景的学生也能使用本教材。本书特点如下:一是涉及当今最新的热点问题,如关于《萨班斯—奥克斯利法案》的内容、对合并财务报表的最新指导、扩展了关于股票期权的讨论、新增关于限制性股票以及公司价值评估的内容等;二是运用现实公司的财务报表作为例子,侧重于当今财务报告问题,包括对于合并财务报表的指导、以股票为基础的薪酬谢,以及国际会计准则的协调;三是广泛使用一家公司(耐克公司)的素材。配套光盘中内容包括:特殊行业的财务报告与分析、个人财务报表与政府及非营利组织会计,以及部分习题和案例。



书名: 会计信息系统(第五版)  
(Accounting Information System)

书号: 978-7-81122-091-9 作者: (美) 霍尔 (James A. Hall)

定价: 68.00

出版时间: 2007.9

内容简介: 本书使读者能够获得目前最新的关于业务流程、系统开发方法、IT治理及战略、安全、内部控制以及《萨班斯—奥克斯利法案》等相关方面的内容,另外,本书的特点还表现在以下几个方面:运用概念性框架、明晰会计信息系统的演变过程、强调内部控制、引入系统设计和文件工具的内容。



## 高等院校双语教学适用教材·会计类(中译版)

“十一五”国家重点图书出版规划项目

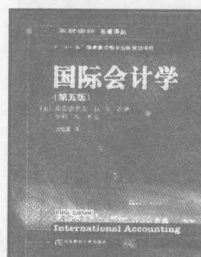
书名: 国际会计学(第五版)  
(International Accounting)

书号: 978-7-81122-026-1 作者: (美)乔伊(Choi)

定价: 46.00

出版时间: 2007.5

内容简介: 本书由韩裔会计学家乔伊教授领衔主编,是国际会计、比较会计领域享誉全球的经典教材之一。我国资深会计学家、厦门大学常勋教授不仅对本书盛赞有加,而且还多次撰文大力推介。本书题材丰富、资料翔实,尤其关注国际会计比较与协调以及国际管理会计和税务筹划方面内容。此外,领衔作者所具有的东方式思维风格,也使得本书较其他同类书更适合中国读者的口味。本书结构清晰,层次分明,在实际教学过程中完全可以根据课程目的、授课对象、课时等因素来灵活加以选择。



### “高等院校双语教学适用教材·会计类” 目录

书 名	作 者	定 价	出 版 时 间	版 别
管理会计(第十二版)	Garrison	52.00	2008.7	双语版
管理会计导论(第四版)	Garrison	58.00	2008.7	双语版
经营分析与评价(第四版)	Palepu	38.00	2008.4	双语版
财务报告与分析(第十版)	Gibson	48.00	2008.4	双语版
会计信息系统(第五版)	Hall	68.00	2007.9	英文版
比较国际会计(改编版)	Nobes	45.00	2005.7	英文版
财务会计(第九版)	Horngren	45.00	2007.4	英文版
国际会计学(第五版)	Choi	40.00	2005.12	英文版
会计信息系统(第五版)	Hall	68.00	2007.9	英文版
国际会计学(第五版)	(美)乔伊	46.00	2007.5	中译版
比较国际会计(第八版)	(英)诺比斯	48.00	2006.1	中译版
财务会计(第九版)	(美)霍恩格伦	52.00	2006.12	中译版
国际会计学(第五版)	(美)乔伊	46.00	2007.5	中译版

## 高等院校双语教学适用教材·工商管理类(英文版)



书名: 现代商务报告写作(第三版)  
(Modern Business Writing)

书号: 978-7-81122-284-5 作者: (美) Shirley Kuiper (奎珀)  
定价: 60.00 出版时间: 2008.4

内容简介: 本书是一本灵活的教材,它既可供课堂采用,也可供学生自学使用。它有助于培养读者进行商业研究及撰写商务报告的技能。本书介绍了报告写作的总的原则,也为各类商务报告的写作提供了专业的指南。书中包含了大量的图表和例子,章后设有大量的应用练习,鼓励读者将其研究、写作和演讲的能力运用于实践中。

书名: 谈判学精要(第四版)  
(Essential of Negotiation)

书号: 978-7-81122-240-1 作者: (美) 列维奇 (Lewicki)  
定价: 32.00 出版时间: 2008.1

内容简介: 本书的三位作者均为目前在美国和加拿大大学讲授谈判学课程的顶尖级教授,无论在理论还是在实践上都对谈判的形式和内容有精辟的论述和分析。本书采用循序渐近、图和案例相结合的方法,对谈判的基本原理、过程、框架、谈判者的特征、跨文化的谈判过程以及冲突的解决等问题进行了透彻的阐述。本书不仅可以作为一学期的谈判学教材,也可以用作政府公务人员及企业人士的培训用书。



书名: 当代广告学精要(彩色印刷)  
(Essentials of Contemporary Advertising)

书号: 978-7-81122-159-6 作者: (美) 阿伦斯 (William F. Arens)  
定价: 88.00 出版时间: 2008.1

内容简介: 本书是广告学领域最畅销的教科书之一,理论前沿、案例典型、专业资料丰富。作者将广告学、传播学、市场营销等传播的思想贯穿于全书,采用理论与实践相结合的方法生动地阐述了广告学的方方面面,其中新兴数字媒介和互联网广告等内容为本书注入了新鲜的血液。



## “高等院校双语教学适用教材·工商管理类” 目录

有\*标记的为“十五”国家重点图书出版规划项目

书 名	作 者	定 价	出版 时间	版 别
销售学基础(第十版)	Futrell	52.00(估)	2008.9	双语版
运营与供应链管理(精要版)	Chase	48.00(估)	2008.9	双语版
广告创意与策略(第9版)	Jewler	28.00(估)	2008.7	双语版
跨国管理(第五版)	Bartlett	32.00(估)	2008.9	双语版
组织行为学	Kinicki	36.00	2008.7	双语版
现代商务报告写作(第三版)	Kuiper	60.00	2008.4	双语版
谈判学精要(第四版)	lewicki	32.00	2008.1	双语版
当代广告学精要	Arens	88.00	2008.1	双语版
经管研究方法实践指南(第三版) 同时配有翻译版	Ghauri	32.00	2007.6	英文版
*管理学:满足和超越顾客期望	Plunrett	58.00	2006.9	英文版
人力资源管理	Bohlander	76.00	2006.7	英文版
战略管理精要	Harrison	36.00	2005.10	英文版
商务沟通(第十四版) 附光盘	Lehman	68.00	2005.10	英文版
战略营销	Kerin	54.00	2005.12	英文版
战略管理精要(第三版)	哈里森	20.00	2006.4	中译版
旅游市场营销(第四版)	Kotler	66.00	2007.12	英文版
旅游景区开发与管理	Swarbrooke	38.00	2005.1	英文版
旅游市场营销	Lumsdon	32.00	2004.5	英文版
旅游经济学	Bull	30.00	2004.5	英文版

## 高等院校双语教学适用教材·经济学类(英文版)

书名: 国际金融

(Multinational Finance)

书号: 978-7-81122-203-6

作者: (美)巴特勒(Kirt C. Bultler)

定价: 68.00

出版时间: 2008.2



内容简介: 本书从跨国公司财务经理的视角考察了跨国公司在多个国家的投资或金融业务,为跨国公司的投资与财务问题提供了一个颇为简洁的决策方法,向读者展示了评估跨国经营机遇、成本和风险的框架,以便本书的读者透过数学表达和术语掌握国际金融的基本原理。本书既适用于高等院校财务管理、会计学、金融专业专业的本科生、研究生及MBA学生的教学,也适合于跨国经营的财务决策人员学习之用。

书名: 经济计量学精要

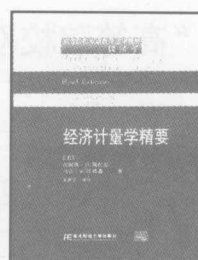
(Introducing to Econometrics)

书号: 978-7-81122-213-5

作者: (美)斯托克(James H. Stock)

定价: 42.00

出版时间: 2008.1



内容简介: 本书与其他同类教材相比,主要有三方面不同:一是把现实世界中的问题、数据与理论的导出结合在一起进行讲解,而且特别重视实证分析所得出的结论;二是对案例的选择反映了现代的理论与实践;三是提供的理论和假设与应用是相符的。

书名: 宏观经济学(第十版)

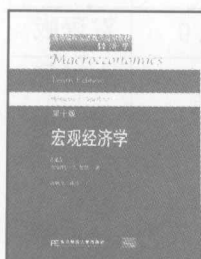
(Macroeconomics)

书号: 978-7-81122-202-9

作者: (美)戈登(Robert J. Gordon)

定价: 64.00

出版时间: 2008.1



内容简介: 本书作者是美国西北大学的经济学教授,他长期从事通货膨胀、失业与生产力发展的研究工作,在此领域颇有建树。本书可以作为初级宏观经济学教材,作者按照他所认为的最容易被读者所接受的方式,讲解了宏观经济学最基本的理论,讨论了大多数经济学家普遍认同的结论。与其他初级教材相比,本教材具有以下特点:第一,更加关注经济学内容的完整与连贯,正文中很少有冗繁、复杂的数学推导,必要时作者将其添加在注释或附录中。第二,在教材的最开始部分就引入开放经济,这正是我们这些可选择地生存在这个经济全球化世界里的读者所关注的内容。第三,注重理论对现实的解释,进行了大量的实证研究,当理论与现实拟合得不够理想时,作者充分分析了具体原因。第四,作者十分注重对宏观经济政策的分析,这引导我们更加关注对理论的应用。



书名：宏观经济学（第十版）

（Macroeconomics）

作者：（美）多恩布什（Dornbush）等

定价：62.00

出版时间：2008.7

内容简介：多恩布什的《宏观经济学》自20世纪70年代问世以来，一直是世界范围内的主流教材，不仅美国的多数著名大学在使用，还被翻译成多种语言，在欧洲、日本、拉美、南亚，甚至非洲大学的经济系的学生都在使用这本教材。

东北财经大出版社自2000年引进第8版影印版权以来，已经重印了9次，被很多国内知名大学用做经济学的双语教科书，深受广大师生的好评。该教材内容全面，结构合理，理论联系实际，难度适中，能融合经济学领域的学术共识，具有较强的兼容性，能客观中性地表述和评论各家观点学派，是一本易于理解并且非常灵活的经济学教科书。

### “高等院校双语教学适用教材·经济学类” 目录

书 名	作 者	定 价	出 版 时 间	版 别
经济学(第九版)	Begg	56.00	2008.9	双语版
宏观经济学（第十版）	Dornbush	62.00	2008.7	双语版
国际经济学（第七版）	Husted	36.00	2008.7	双语版
劳动经济学（第四版）	Borjas	42.00	2008.9	双语版
国际金融（第三版）	Bultler	68.00	2008.2	双语版
货币、银行与金融市场（第十一版）	Ritter	52.00	2008.9	双语版
经济计量学精要（精要版）	Stock	42.00	2008.1	双语版
宏观经济学（第十版）	Gordon	64.00	2008.1	双语版
经济学导论（第二版）	Hall	56.00	2006.7	双语版
宏观经济学导论（第二版）	Hall	28.00	2006.7	双语版
微观经济学导论（第二版）	Hall	36.00	2006.7	双语版
初级计量经济学（第二版）	Hill	45.00	2006.10	双语版
初级计量经济学：Eviews的应用（第二版）	Hill	26.00	2006.10	双语版
初级计量经济学（第二版）	希尔	45.00	2007.10	中译版