

Management 管理学

兰杰·古拉蒂 (Ranjay Gulati) 哈佛商学院
(美) 安东尼 J. 梅奥 (Anthony J. Mayo) 哈佛商学院 著
尼汀·诺里亚 (Nitin Nohria) 哈佛商学院

杨斌 等译



机械工业出版社
China Machine Press

. 014038969

C93
819



Management 管理学

兰杰·古拉蒂 (Ranjay Gulati) 哈佛商学院
(美) 安东尼 J. 梅奥 (Anthony J. Mayo) 哈佛商学院 著
尼汀·诺里亚 (Nitin Nohria) 哈佛商学院

杨斌 等译

C93
819



机械工业出版社



北航

C1726398

0108850310

图书在版编目 (CIP) 数据

管理学 / (美) 古拉蒂 (Gulati, R.), (美) 梅奥 (Mayo, A. J.), (美) 诺里亚 (Nohria, N.) 著; 杨斌等译. —北京: 机械工业出版社, 2014.4
(华章教材经典译丛)
书名原文: Management

ISBN 978-7-111-46255-2

I. 管… II. ①古… ②梅… ③诺… ④杨… III. 管理学—教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 059393 号

本书版权登记号: 图字: 01-2012-8907

Ranjay Gulati, Anthony J. Mayo and Nitin Nohria. Management.

Copyright © 2013 South-Wester, Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. CMP 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 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 or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书原版由圣智学习出版公司出版。本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权机械工业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。

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

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 洪海山

版式设计: 刘永青

印刷: 藁城市京瑞印刷有限公司

版次: 2014 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 28.25

书号: ISBN 978-7-111-46255-2

定价: 69.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

管理学范式变迁

一直以来，领导者都面临相同的挑战：如何利用有限、相互冲突且模糊不清的信息，在激励团队的同时作出重要的战略决策。领导者的成败往往取决于其在短时间内准确解读、分析并处理信息的能力。当今的领导者所面临的机遇与挑战比以往任何时候都更复杂多样。他们必须知道如何驾驭新技术，管理并领导一支多样化的团队，对竞争格局和地缘政治的持续变化与不确定性作出准确预测和迅速反应，在全球范围内竞争，并将社会责任和规范行为融入日常经营。在撰写这本管理学新教材时，我们试图向读者阐明管理学三大重要支柱之间的相互关联：战略、组织设计和个体领导力。

这些支柱并非独立存在并运转。战略、组织设计和个体领导力彼此之间相互影响。一个组织的战略取决于其所处的竞争格局和商业环境，以及管理团队在该格局内发挥领导力的能力。组织结构既是战略产生效果的支柱，也是领导力发挥作用的基础。清晰地理解战略、组织结构和领导力之间相互协同、关联和动态的本质，是帮助组织在持续变化的商业环境中取得成功的前提。任何一个支柱（战略、组织设计或个体领导力）的改变都会对其他支柱产生影响。

在本书中，我们试图展现战略和组织行为的相互关联如何给高效的领导力奠定基础。许多管理学教科书往往独立探讨这些领域的问题，我们采用了更加全面且整合的方式，强调战略如何在领导力中得到体现以及领导者如何影响战略定位并最终决定业绩表现。本书自始至终都使用绩效优势来衡量并论证所有决策的影响和结果：战略选择、组织匹配以及领导力开发。在本书中，我们整合了管理学的各个方面，并试图回答一个关键问题：在 21 世纪，领导者如何才能成功地管理一家有竞争性的企业？借此，我们希望能够帮助学生为将来担当领导者角色做好准备。

本书的结构

这本管理学教科书采用了三大支柱体系，强调战略、组织设计和个体领导力之间的相互关联。与现实中一样，一家公司的战略选择和领导力模式需要彼此适应并改变，从而保持相关性。

- 战略视角将会帮助我们了解企业所处的商业环境和竞争格局。

- 组织视角会让企业明确，在不断变化的竞争格局中，怎样的结构才能与商业行为匹配。
- 个体视角将会重点关注建立高效团队与流程的过程中，领导者扮演的角色。

通过这些全面的阐释，学生将会了解企业战略如何决定其所需的领导力类型，以及领导力和资源如何影响下一步的战略选择。

本书的特点

在本书中，我们运用了大量时新商业案例，涵盖多种商业环境的反馈练习，以及个人作业，来帮助学生探索并发现提升组织和个人成果的关键因素。具体而言：

- 每章的“开篇自测”提供了一个“现实检测”，帮助学生进入该章节的知识情境。
- “领导力开发”是综合性的技能训练，让学生进入管理者的角色，发现并了解自己是怎样的管理者。这项贯穿各章的练习将理论融入实践中，即完成从“什么是管理”到“如何做管理”的转变。
- “拓展视野”帮助学生了解商业格局中的灰色地带。学生能够借此一瞥相应章节所述的管理学概念如何在现实商业环境中得到体现。
- “案例”练习要求学生进一步研究所给案例，并提供了基于教材内容的探讨机会。

读者反馈

本书出版的重要目的之一就是获得您的意见。本书将会持续改进，您的反馈、评价和观点对于促进该书的进一步完善至关重要！我们希望能够尽早并经常获得您的反馈。

我们希望获得的意见包括：

- 告诉我们这本书和其中的内容是否对您有帮助。
- 给予修订建议。
- 写下您希望得到的数字支持（如交互视频、模拟软件、案例指导等）。
- 指出您的教学辅导需求。

我们在很多领域内都看到了商业格局的演进；为了促进全球经济，我们迫切需要有建树的领导者。由于您选择了本书，您一定是所在领域的改革者，我们希望您能帮助我们推动整个项目的不断改进。

我们期望收集到足够多的读者反馈，进而推出全面整合的文字和数字内容，满足多种教学和学习风格的需求。我们希望了解您在教学和学习中遇到的挑战与获得的成功。基于持续的成功经验、投入和知识，我们意欲开发出能够帮助您克服挑战的教学和学习材料。我们与您的合作和沟通是整个进程中最为宝贵的部分。帮助我们开发这个项目，您将让今日的学生与明日的领导者更近一步。

ACKNOWLEDGEMENTS

本书的面世，是一段既激动人心又令人惭愧的过程。当我们着手这项工作时，我们对于本书的量级和范围只有很模糊的概念。重构一本管理学教科书是一件充满挑战性和愉悦感，时而令人沮丧，但总体而言十分值得的事情。如果没有圣智的合作伙伴全心全意的支持和投入，我们绝无可能取得今日的进展。Scott Person 和 Michael Roche 数年前找到我们，请我们考虑撰写新变革后的管理学教科书。看似简单的请求和持续不断的鼓励最终促成了这段美好而卓有成效的合作。我们十分感激 Suzy Bainbridge 富有启发性的编辑工作，Jerusha Govindakrishnan、Jennifer Ziegler、Amber Hosea 和 Jennifer Wagner 提供的出版支持和监督，Jon Monahan 的营销支持，以及 Scott Person 和 Erin Joyner 提供的全面领导和指导帮助。

在过去的几年中，我们十分有幸与一个具有奉献精神的团队共事。他们提出了许多独到见解，并为很多章节提供了相关研究支持。感谢 Stephanie Creary、Johnathan Cormwell、Todd Maher、David Romney 以及 Franz Wohlgezogen。我们尤其要感谢 Johnathan Cromwell，在过去两年中，他与我们一同完成并敲定了本书初版。此外，我们还要感谢 Lisa Riva 帮助我们校订手稿。

在推出这本全新架构的管理学教科书的过程中，我们向许多同行征询建议，并获得了很深刻的洞见和反馈。在此，我们要向诸位同行致以真诚的感谢：Bonita Austin（犹他大学）、Geoffrey Love（伊利诺伊大学）、Svjetlana Madzar（明尼苏达大学）、Lamar Pierce（华盛顿大学圣路易斯分校）、Lynn Wooten（密歇根大学）。

我们尤其感谢 Lynn Wooten 提供的支持、建议和帮助；她不仅为许多章节提供了反馈意见，还贡献了十分关键的教学法支持，帮助我们完善这本书。Lynn 和 Damaris Herlihy 的贡献对于本书初版的形成十分有帮助。

我们还要感谢我们的同事以及哈佛商学院研究部的帮助，以及来自我们家人的坚定不移的鼓励。

最后，我们还要感谢许多人在本书手稿评审的各个阶段给予的珍贵反馈和洞见：

Ahmad Hassan, *Morehead State University*

Aleta Crawford, *The University of Mississippi-Tupelo Campus*

Amit Shah, *Frostburg State University*

Brad Cox, *Midlands Technical College*

Bruce D. Fischer, *Elmhurst College*

Carol Harvey, *Assumption College*

Charles Blalack, *Kilgore College*
 Charlotte D. Sutton, *Auburn University*
 Corinne Asher, *Henry Ford Community College*
 Dan Creed, *Normandale Community College*
 Daniel Nehring, *Morehead State University*
 Darlene Andert, *Florida Gulf Coast University*
 David Biemer, *Texas State University-San Marcos*
 David Glew, *University of North Carolina-Wilmington*
 David Nemi, *Niagara County Community College*
 Deana Ray, *Forsyth Technical Community College*
 Deborah Butler, *Georgia State University*
 Doug McCabe, *Georgetown University*
 Ellen Benowitz, *Mercer County Community College*
 George Griffin, *Spring Arbor University*
 Gregory K. Stephens, *Texas Christian University*
 Herbert Sherman, *Long Island University-Brooklyn*
 James Cashman, *The University of Alabama*
 Jason Kanov, *Western Washington University*
 Jeanne McNett, *Assumption College*
 Jeff W. Bruns, *Bacone College*
 Jeffrey Lenn, *George Washington University*
 Jennifer Malfitano, *Delaware County Community College*
 Jim Cater, *Nicholls State University*
 Joe Dipoli, *Bunkerhill Community College*
 John Cichy, *Davenport University*
 John Myers, *Jefferson College*
 John Nirenberg, *Walden University*
 John Striebich, *Monroe County Community College*
 Jonatan Jelen, *City College of New York*
 Joseph Chavez, *Nova Southeastern University*
 Karen Barr, *Pennsylvania State University-Beaver*
 Kathleen Jones, *University of North Dakota*
 Ken Butterfield, *Washington State University*
 Kenneth R. Thompson, *DePaul University*
 Kim Rocha, *Barton College*
 Kristie Loescher, *University of Texas*

Lee Lee, *Central Connecticut State University*
Lorianne Mitchell, *East Tennessee State University*
Mansour Sharifzadeh, *California State Polytechnic University-Pomona*
Margaret E. Deck, *Virginia Polytechnic Institute and State University*
Marv Karlin, *University of South Florida*
Mary Ann Gaal, *Franklin Pierce University*
Mary E. Gorman, *University of Cincinnati*
Mary Jean Thornton, *Capital Community College*
Mary Tucker, *Ohio University*
Nathan Himelstein, *Essex County College*
Patrick Geer, *Hawkeye Community College*
Paul Coakley, *The Community College of Baltimore County*
Paul Sears, *The University of Findlay*
Rebecca Bennett, *Louisiana Tech University*
Rhonda S. Palladi, *Georgia State University*
Richard Bartlett, *Columbus State Community College Delaware Campus*
Richard S. Hyland, *Westchester Community College*
Rob Konopaske, *Texas State University*
Robert Eliason, *James Madison University*
Ronald Emeigh, *Henry Ford Community College*
Rusty Juban, *Southeastern Louisiana University*
Sandra Robertson, *Thomas Nelson Community College*
Shane Spiller, *Western Kentucky University*
Stanley Ross, *Bridgewater State University*
Suzanne Crampton, *Grand Valley State University*
Tamara Giluk, *Xavier University*
Valerie Ann Wallingford, *Bemidji State University*
Vinit Desai, *University of Colorado-Denver*
Wendy Casper, *University of Texas at Arlington*
Wendy Wysocki, *Monroe County Community College*

作者简介

ABOUT THE AUTHORS

兰杰·古拉蒂 (Ranjay Gulati)

现任哈佛商学院 Jaime and Josefina Chua Tiampo 讲席教授。曾担任美国管理学会企业政策与战略分委员会主席，曾被 ISI-Incite 提名为全美最受关注的 10 位经济和商业学者之一，还曾被英国《金融时报》评为全球最具影响力的领导力教授。

他的研究领域集中于领导力、战略和组织，在《管理科学季刊》《哈佛商业评论》《管理学会杂志》《组织科学》等多家权威杂志上发表数篇论文，还为《华尔街日报》《福布斯》《金融时报》等撰稿。他还是《管理科学季刊》《战略管理杂志》等多个一流期刊的编委会成员。他还是哈佛麦克阿瑟学者和斯隆基金学者，在哈佛商学院获得博士学位，在麻省理工学院获得 MBA 学位，在华盛顿州立大学和新德里圣斯蒂芬学院分别获得计算机科学和经济学学士学位。

他在哈佛商学院讲授 MBA、高级管理项目 (AMP) 以及高管教育项目 (EDP) 的课程。他曾指导多个高管项目模块，包括战略联盟管理、兼并与收购，以及动荡市场中的可持续竞争优势。他获得了多个教学奖项，包括西北大学凯洛格商学院的 MBA 和 EMBA 项目最佳教授奖，在加入哈佛前，曾在那里任教。

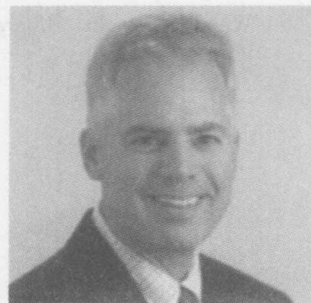
他为世界各地的企业提供建议，典型咨询客户包括：通用电气、SAP、诺华制药、中国银行、日立、本田、安泰、福特、麦格劳-希尔、默克公司、瑞士信贷、微软等。他还是许多创业公司的顾问委员会成员，并担当商业诉讼的专家证人。



安东尼 J. 梅奥 (Anthony J. Mayo)

现任哈佛商学院组织行为系托马斯 S. 墨菲高级讲师，还担任哈佛商学院领导力计划主管。在此之前，他曾致力于数据库营销，并担任广告代理公司 Hill Holiday、数据库管理公司 Epsilon 和营销服务公司 DIMAC 的高级经理等。

他目前为 MBA 讲授浸入式调研和体验式领导力开发 (Field



Immersion and Experiential Leadership Development, FIELD) 课程, 还为高管教育项目 (EDP) 讲授多门课程。他在哈佛商学院完成了 MBA 课程, 并在波士顿学院获得最高荣誉学士学位。

尼汀·诺里亚 (Nitin Nohria)

现任哈佛商学院第十任院长, 此前是领导力计划联席主席, 负责教师发展的高级副院长, 以及组织行为系主任。

他的学术兴趣包括人类动机、领导力、企业转型与责任等, 发表 50 多篇文章, 与他人合著或合编了 16 部著作。加入哈佛商学院之前, 在麻省理工学院斯隆管理学院获得管理学博士学位, 在印度理工学院获得化学工程理学学士学位。他还在伦敦商学院做过访问学者。

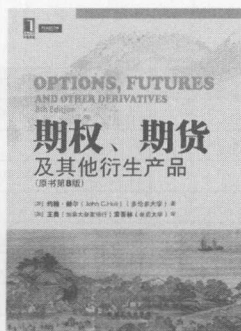
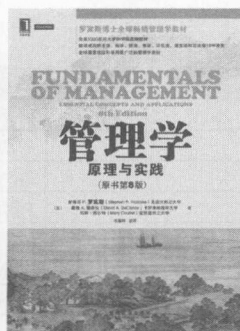
他在哈佛商学院讲授 MBA、Ph. D 和高管教育项目 (EDP) 的多个课程。他还曾经担任世界各地企业的顾问, 接受过 ABC、CNN 和 NPR 的采访, 并被《商业周刊》《经济学人》《金融时报》《财富》《纽约时报》《华尔街日报》引用。



工商管理

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
技术创新管理	978-7-111-39167-8	技术与创新管理（第2版）（中国版）（怀特）（2012年）	外版	45
管理学	978-7-111-41918-1	管理学（第7版）（罗宾斯）（2013年）	外版	69
管理学	即将出版	管理学（诺里亚）（2014年）	外版	69
管理学	978-7-111-33777-5	管理学（威廉姆斯）（2011年）	外版	49
管理学	978-7-111-27459-9	管理学（英文版）（希尔）（2009年）	外版	58
管理学	978-7-111-27095-9	管理学（中国版）（希尔、李维安）（2009年）	外版	42
管理学	978-7-111-41449-0	管理学：原理与实践（第8版）（罗宾斯）（2013年）	外版	59
管理学	978-7-111-26447-7	管理学精要：国际化视角（第7版）（中国版）（韦里克、孔茨、马春光）（2009年）	外版	45
管理学	978-7-111-36487-0	管理学原理（第7版）（达夫特）（2011年）	外版	69
管理学	978-7-111-29222-7	管理学原理（英文版·第6版）（达夫特）（2010年）	外版	75
管理沟通	978-7-111-24811-8	管理沟通：原理与实践（第3版）（哈特斯利）（2008年）	外版	35
管理沟通	978-7-111-24913-9	管理沟通：原理与实践（英文版·第3版）（哈特斯利）（2008年）	外版	45
管理沟通	978-7-111-32945-9	商务沟通（莱曼）（2011年）	外版	48
管理沟通	978-7-111-43944-8	商务与管理沟通（第10版）（洛克）（2013年）	外版	75
管理沟通	978-7-111-43763-5	商务与管理沟通（英文版·第10版）（洛克）（2013年）	外版	79
商务英语	978-7-111-44666-8	商务英语阅读（沈素萍）（2013年）	本版	35
企业文化	978-7-111-44522-7	企业文化（第2版）（陈春花）（2013年）	本版	35
企业文化	978-7-111-36805-2	现代企业文化理论与实务（李建华）（2012年）	本版	32
企业管理	978-7-111-39908-7	现代企业管理（第2版）（周荣辅）（2012年）	本版	35
技术创新管理	978-7-111-43794-9	创新创意基础教程（薛凡）（2013年）	本版	30
技术创新管理	978-7-111-36731-4	创新管理：获取持续竞争优势（宁钟）（2011年）	本版	68
技术创新管理	978-7-111-30136-3	技术创新管理（赵晶媛）（2010年）	本版	32
管理研究方法	978-7-111-44259-2	管理研究（第2版）（席酉民）（2013年）	本版	45
管理学学习指导	978-7-111-44584-5	管理学学习指导（郝云宏、向荣）（2013年）	本版	35
管理学	978-7-111-23215-5	管理基础与实务（朱权）（2008年）	本版	30
管理学	978-7-111-44591-3	管理学（第2版）（卢润德）（2013年）	本版	39
管理学	978-7-111-43793-2	管理学（郝云宏、向荣）（2013年）	本版	39
管理学	978-7-111-35399-7	管理学（李彦斌）（2011年）	本版	35
管理学	978-7-111-25012-8	管理学（聂锐）（2008年）	本版	36
管理学	978-7-111-33846-8	管理学（王关义）（2011年）	本版	29
管理学	978-7-111-24832-3	管理学：企业的视角（纪成君）（2008年）	本版	28
管理学	978-7-111-38887-6	管理学基础（李立新）（2012年）	本版	35
管理学	978-7-111-37505-0	管理学原理（第2版）（陈传明）（2012年）	本版	36
管理学	978-7-111-37405-3	管理学原理（精品课）（徐碧琳）（2012年）	本版	35
管理学	978-7-111-44254-7	现代管理学（第2版）（“十一五”国家级规划教材）（张英奎）（2013年）	本版	30
管理学	978-7-111-35694-3	现代管理学（蒋国平）（2011年）	本版	34
管理沟通	978-7-111-35242-6	管理沟通（刘晖）（2011年）	本版	27
管理沟通	978-7-111-29573-0	管理沟通：成功管理的基石（第2版）（魏江）（2010年）	本版	39
工商管理其他专业课	978-7-111-43562-4	大学治理（李维安）（2013年）	本版	49
工商管理类专业综合实训	978-7-111-21236-2	工商管理类专业综合实训教程：工商模拟市场实训（精品课）（阙雅玲）（2007年）	本版	22

华章教材经典译丛（清明上河图）系列



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务会计	978-7-111-27376-9	财务会计：概念、方法与应用（第12版）（斯蒂克尼）（2009年）	78
财务会计	978-7-111-39244-6	财务会计教程（第10版）（亨格瑞）（2012年）	79
财务管理（公司理财）学习指导	978-7-111-32466-9	公司理财（第8版）习题集（汉森）（2010年）	42
财务管理（公司理财）	978-7-111-36751-2	公司理财（第9版）（罗斯）（2012年）	88
财务管理（公司理财）	978-7-111-32633-5	公司理财（精要版）（第9版）（罗斯）（2010年）	68
电子商务	978-7-111-45187-7	电子商务：管理与社会网络的视角（第8版）（特班）（2014年）	79
战略管理	978-7-111-39138-8	战略管理：概念与案例（第8版）（希尔）（2012年）	69
战略管理	978-7-111-43844-1	战略管理：获取持续的竞争优势（第4版）（巴尼）（2013年）	69
商业伦理学	978-7-111-37513-5	企业伦理学（第7版）（乔治）（2012年）	79
管理学	即将出版	管理学（诺里亚）（2014年）	69
管理学	978-7-111-41449-0	管理学：原理与实践（第8版）（罗宾斯）（2013年）	59
管理技能	978-7-111-37591-3	管理技能开发（第8版）（惠顿）（2012年）	98
创业管理	978-7-111-40258-9	公司创新与创业（第3版）（库拉特科）（2012年）	49
项目管理	978-7-111-39774-8	项目管理：基于团队的方法（布朗）（2012年）	49
管理会计	978-7-111-39512-6	管理会计教程（第15版）（亨格瑞）（2012年）	88
投资银行学	978-7-111-41476-6	投资银行、对冲基金和私募股权投资导论（斯托厄尔）（2013年）	99
金融中介学	978-7-111-43694-2	金融市场与金融机构（第7版）（米什金）（2013年）	99
金融学（货币银行学）指导或案例	978-7-111-44311-7	货币金融学（第2版）学习指导（米什金）（2013年）	45
金融学（货币银行学）	978-7-111-34261-8	货币金融学（第2版）（米什金）（2011年）	75
金融市场学	978-7-111-26674-7	金融市场学（第10版）（罗斯）（2009年）	79
金融工程学习指导	978-7-111-30014-4	期权、期货及其他衍生产品习题集（第7版）（赫尔）（2010年）	42
金融工程	978-7-111-35821-3	期权、期货及其他衍生产品（第8版）（赫尔）（2011年）	98
（证券）投资学学习指导	978-7-111-42662-2	投资学习题集（第9版）（博迪）（2013年）	49
（证券）投资学	978-7-111-39028-2	投资学（第9版）（博迪）（2012年）	98
（证券）投资学	978-7-111-44485-5	投资学（第9版）（珍藏版）（博迪）（2013年）	199
中级宏观经济学	978-7-111-43155-8	宏观经济学（第5版·升级版）（布兰查德）（2013年）	75
西方经济学学习指导	978-7-111-33099-8	哈伯德《经济学》学习指南（第3版）（斯卡希尔）（2011年）	45
西方经济学学习指导	978-7-111-31352-6	经济学精要（精要版）（第4版）学习指南（拉什）（2010年）	39
西方经济学（微观）	978-7-111-32767-7	经济学（微观）（第3版）（哈伯德）（2011年）	59
西方经济学（微观）	978-7-111-42810-7	经济学（微观部分）（第2版）（斯通）（2013年）	55
西方经济学（宏观）	978-7-111-32768-4	经济学（宏观）（第3版）（哈伯德）（2011年）	49
西方经济学（宏观）	978-7-111-42849-7	经济学（宏观部分）（第2版）（斯通）（2013年）	49
西方经济学	978-7-111-28088-0	经济学：私人与公共选择（第12版）（格瓦特尼）（2009年）	78
西方经济学	978-7-111-27481-0	经济学原理（精要版）（第4版）（帕金）（2009年）	62
商务与经济统计	978-7-111-37641-5	商务与经济统计（第11版）（安德森）（2012年）	108
组织行为学	978-7-111-35338-6	组织行为学精要（第11版）（罗宾斯）（2011年）	39
组织行为学	978-7-111-44814-3	组织行为学精要（第12版）（罗宾斯）（2014年）	45
人力资源管理	978-7-111-40189-6	人力资源管理（亚洲版·第2版）（德斯勒）（2012年）	65
消费者行为学	即将出版	消费者行为学（第12版）（霍金斯）（2014年）	75
市场营销学（营销管理）	978-7-111-43017-9	市场营销学（第11版）（阿姆斯特朗、科特勒）（2013年）	75
市场营销学（营销管理）	978-7-111-43202-9	市场营销原理（亚洲版·第3版）（科特勒）（2013年）	79
服务营销学	即将出版	服务营销（第6版）（泽丝曼尔）（2014年）	75
供应链（物流）管理	978-7-111-28895-4	供应链物流管理（第3版）（鲍尔索克斯）（2009年）	56
供应链（物流）管理	978-7-111-45565-3	供应链物流管理（第4版）（鲍尔索克斯）（2014年）	59
管理信息学	978-7-111-34151-2	管理信息系统（第11版）（劳顿）（2011年）	55

目 录

CONTENTS

前言

致谢

作者简介

第一部分 导论

第1章 管理学概论 /2

开篇自测 你的管理优势是什么 /3

1.1 概述 /3

案例 1-1 沃尔玛的商业环境 /4

1.2 管理与领导 /5

1.3 管理学视角的变迁 /8

1.4 企业目的的变迁 /9

1.5 利益相关者管理 /11

案例 1-2 必和必拓的廷塔亚铜矿 /14

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第二部分 战略视角

第2章 商业环境 /18

开篇自测 你和你的商业环境 /19

2.1 概述 /19

案例 2-1 强生泰诺危机 /21

2.2 外部环境 /22

2.3 内部环境 /29

2.4 商业环境的当前趋势 /32

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第3章 战略概述 /35

开篇自测 你是不是个战略型思考者 /36

3.1 概述 /36

案例 3-1 职业棒球联盟的军备竞赛 /37

3.2 战略简史 /39

3.3 战略与组织：框架 /41

3.4 战略定义：企业视角 /46

3.5 业务层战略与公司层战略 /49

3.6 行业利润概况 /50

案例 3-2 西南航空与达美航空 /52

案例 3-3 默克与安万特 /55

3.7 战略由谁负责 /55

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第4章 业务层战略 /58

开篇自测 构建竞争优势 /59

4.1 概述 /59

案例 4-1 星巴克的诞生 /60

案例 4-2 乐天可芮滋 /61

4.2 外部环境如何影响行业吸引力 /63

4.3 内部环境如何影响战略 /71

4.4 SWOT 分析 /73

4.5 竞争优势 /74

案例 4-3 先锋集团 /75

案例 4-4 巴塔哥尼亚：为客户和环境
带来价值 /77

案例 4-5 健赞公司和军用药品市场 /78

4.6 企业价值链 /82

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第5章 公司层战略 /85

开篇自测 制定成长战略 /86

5.1 概述 /86

案例 5-1 通用电气和杰克·韦尔奇 /87

案例 5-2 西屋电气：从 135 个到 3 个
分部 /88

5.2 多元化战略 /89

案例 5-3 迪士尼公司 /98

5.3 国际多元化 /100

案例 5-4 CEMEX：通过多元化降低
风险 /103

5.4 垂直整合 /104

案例 5-5 Zara：垂直整合的服装
制造商 /109

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第6章 动态竞争 /112

开篇自测 关注动态竞争 /113

6.1 概述 /113

案例 6-1 英国卫星广播与天空电视 /114

6.2 动态竞争 /115

6.3 基于行动的模型与竞争优势 /120

6.4 博弈理论与动态竞争 /123

6.5 回避竞争 /127

案例 6-2 太阳马戏团 /128

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第7章 全球化 /131

开篇自测 你的世界够“国际化” 吗 /132

7.1 概述 /132

案例 7-1 林肯电气 /133

7.2 全球化 /134

7.3 理解全球商业环境 /136

7.4 全球化战略 /140

7.5 市场进入战略 /141

7.6 当前全球商业的趋势 /144

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第三部分 组织视角

第8章 组织环境 /148

开篇自测 组织敏锐度 /149

8.1 概述 /149

案例 8-1 联邦调查局 /150

8.2 从战略到结构 /151

8.3 组织设计决策 /155

8.4 组织设计与企业生命周期 /159

8.5 组织设计的近期趋势 /160

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第9章 组织结构 /164

开篇自测 以结构改进工作 /165

9.1 概述 /165

案例 9-1 宝洁：以组织赢得优势 /165

9.2 组织结构的基本形式 /167

9.3 组织设计中的矛盾关系 /172

9.4 组织设计杠杆 /174

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第10章 组织文化 /181

开篇自测 你是一名企业文化 学家吗 /182

10.1 概述 /182

案例 10-1 思科公司 /183

10.2 何为组织文化 /184

10.3 组织文化的层次 /185

案例 10-2 惠普公司 /187

10.4 组织文化的形成 /188

10.5 组织文化与业绩 /193

10.6 组织文化与领导者 / 194

10.7 组织文化与特殊时刻 / 194

案例 10-3 本杰瑞公司 / 196

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 11 章 绩效管理 / 199

开篇自测 你是如何管理绩效的 / 200

11.1 概述 / 200

案例 11-1 壳牌的持续发展与战略
创新 / 201

11.2 认识衡量工具 / 203

案例 11-2 Amanco 公司与可持续平衡
计分卡 / 206

11.3 绩效目标设定 / 208

11.4 绩效的监督与评价 / 210

11.5 采取矫正行动 / 212

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 12 章 组织变革 / 216

开篇自测 你是变革者吗 / 217

12.1 概述 / 217

案例 12-1 IBM 的安稳、危机和
重生 / 218

12.2 组织变革原因 / 220

12.3 组织变革类型 / 224

12.4 组织变革流程 / 226

12.5 消除变革障碍 / 230

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第四部分 个体视角

第 13 章 组织中的领导力 / 236

开篇自测 你的领导力优势是什么 / 237

13.1 概述 / 237

案例 13-1 日本企业家稻盛和夫 / 238

13.2 领导者 / 239

13.3 领导者与追随者 / 247

13.4 领导者、追随者及情境 / 252

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 14 章 成为领导者：认识自我 / 258

开篇自测 你了解自己的领导
风格吗 / 259

14.1 概述 / 259

案例 14-1 沃尔夫冈·凯勒与 Konigs-
brau 公司 / 261

14.2 智力的表现形式 / 262

14.3 了解自己的性格特征 / 268

14.4 自我监督 / 273

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 15 章 权力与影响力 / 277

开篇自测 你的权力源自何处 / 278

15.1 概述 / 278

案例 15-1 基思·法拉奇：自成
一家 / 279

15.2 人际关系权力 / 279

案例 15-2 罗伯特·摩西：从权力
巅峰跌落 / 283

15.3 组织中的权力和政治 / 284

案例 15-3 唐娜·杜宾斯基与苹果
电脑公司 / 285

15.4 权力与冲突 / 287

案例 15-4 卡罗尔·弗兰克·巴克
乳腺癌治疗中心 / 288

15.5 运用影响力 / 290

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 16 章 决策 / 294

开篇自测 你能否有效地作出决策 / 295

16.1 概述 / 295

案例 16-1 罗伊·威廉姆斯和堪萨斯大学 / 296

16.2 理性决策 / 297

16.3 管理者应如何作出决策 / 300

16.4 个人偏好对决策的影响 / 301

16.5 情绪、直觉及社会情境在决策中的作用 / 304

16.6 组织中的决策 / 309

16.7 如何提升决策技能 / 311

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 17 章 冲突与谈判 / 315

开篇自测 你会采取哪种冲突管理方法 / 316

17.1 概述 / 316

案例 17-1 NPIL 药业公司的迈克尔·费尔南德斯 / 317

17.2 冲突分级 / 318

17.3 冲突产生的根源 / 321

17.4 冲突管理 / 322

17.5 谈判的类型 / 324

17.6 有效地谈判 / 327

17.7 跨文化沟通 / 332

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 18 章 如何领导团队 / 335

开篇自测 你是如何在团队中作出贡献的 / 336

18.1 概述 / 336

案例 18-1 全食食品公司的团队和京瓷公司的变形虫式管理 / 336

18.2 团队是什么 / 338

18.3 团队特质 / 339

18.4 团队类型 / 342

18.5 团队发展 / 345

18.6 团队进程 / 347

18.7 团队有效性 / 349

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 19 章 激励 / 355

开篇自测 什么会激励你 / 356

19.1 概述 / 356

案例 19-1 维尼特·纳亚与 HCL Technologies / 358

19.2 内容型激励理论 / 359

19.3 过程型激励理论 / 365

19.4 强化型激励 / 370

19.5 代际差异与共同点 / 373

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 20 章 沟通 / 378

开篇自测 个人沟通能力测评 / 379

20.1 概述 / 379

案例 20-1 奥普拉·温弗瑞 / 380

20.2 人际沟通 / 381

20.3 说服：沟通技巧运用 / 388

20.4 组织沟通 / 389

20.5 跨文化沟通 / 395

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第 21 章 构建关系网 / 398

开篇自测 你的关系网有多广 / 399

21.1 概述 / 399

案例 21-1 海蒂·罗伊森 / 400

21.2 人际关系网 / 401

21.3 关系网宽度 / 404

21.4 连带的强度 / 408

21.5 构建有价值的关系网 / 410

▶▶▶ 本章小结、课外练习

第22章 伦理与企业社会责任 / 416

开篇自测 你的伦理信条是什么 / 417

22.1 概述 / 417

案例 22-1 默克公司与河盲症 / 418

22.2 伦理框架 / 419

22.3 伦理两难困境 / 425

22.4 企业社会责任 / 429

22.5 企业社会责任是否对企业有益 / 431

▶▶▶ 本章小结、课外练习

注释^①

① 正文中以阿拉伯数字上角码标示，具体文献出处见华章图书网站（www.hzbook.com）。