

高等学校经济管理英文版精编教材

国际管理

英文版 · 原书第5版

International Management Managing Across Borders and Cultures

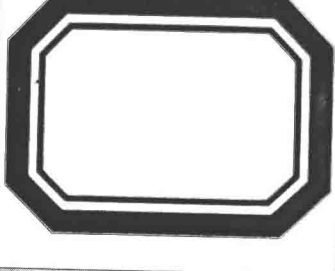
5th Edition

(美) 海伦·德雷斯凯 (Helen Deresky) 著
纽约州立大学普拉茨堡校区

赵曙明 改编



机械工业出版社
China Machine Press



校 经 济 管 理 英 文 版 精 编 教 材

国际管理

英文版 · 原书第5版

International Management Managing Across Borders and Cultures

5th Edition

(美) 海伦·德雷斯凯 (Helen Deresky) 著
纽约州立大学普拉茨堡校区

赵曙明 改编



机械工业出版社
China Machine Press

21世纪国际背景下进行人员和事务的有效管理所要求的能力是很重要的。本书阐明了实际的管理操作和行为的综合性,强调了文化变量是怎样和其他国家与国际因素结合在一起从而影响管理步骤和管理行为的。另外,还强调了高速发展的技术的竞争性影响,书中的电子商务专栏就展示了电子商务在全球竞争性战略定位中的应用。

每章后都有广泛选取的具有代表性的案例,有很强的时效性。本书适用于国际商务专业和一般管理专业的本科生和研究生使用,也可作为相关领域研究的参考资料。

Helen Deresky. International Management: Managing Across Borders and Cultures, 5th edition.
ISBN 0-13-109597-8

Copyright © 2006, 2003, 2000, 1997, 1994 by Pearson Education, Inc.

This authorized English adapted edition is jointly published by Pearson Education and China Machine Press. Copyright © 2007.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, taping, or any information and retrieval system, without the written permission of the publisher. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong SAR, Macao SAR and Taiwan.

All rights reserved.

本书英文改编版由机械工业出版社和Pearson Education(培生教育出版集团)合作出版。未经出版者预先书面许可,不得用任何方式复制或抄袭本书的任何内容。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。

本书封底贴有Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2006-4262

图书在版编目(CIP)数据

国际管理(英文版·第5版)/(美)德雷斯凯(Deresky, H.)著;赵曙明改编. —北京:机械工业出版社, 2007.8

(高等学校经济管理英文版精编教材)

书名原文: International Management: Managing Across Borders and Cultures, 5th edition

ISBN 978-7-111-20801-3

I. 国… II. ①德… ②赵… III. 国际企业—企业管理—高等学校—教材—英文
IV. F276.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第194644号

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:胡智辉

北京瑞德印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2008年1月第1版第1次印刷

184mm×260mm · 29印张

标准书号: ISBN 978-7-111-20801-3

定价: 58.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

出版说明

教育部在2001年颁布了《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》，明确要求高校要积极开展双语教学。为适应经济全球化的挑战，培养现代社会需求的高级管理人才，推进高校“教育面向现代化、面向世界、面向未来”的发展，双语教学逐渐在我国大学教育中推广开来。

机械工业出版社华章分社为了满足国内广大师生了解、学习和借鉴国外先进经济管理理论、经验，开展双语教学的迫切需求，与国外著名出版公司合作出版了“高等学校经济管理英文版精编教材”系列。我社出版的该系列教材都是在国际上深受欢迎并被广泛采用的优秀教材，其中大部分教材是在国外多次再版并在该领域极具权威性的经典之作。为了让该系列教材更好的服务于读者，适应我国教学的客观需求，针对读者反映外版教材存在部分内容与我国的教学需要不符的问题，我社还专门邀请国内在该学术领域有一定研究的专家学者，结合国内教学的实际对原版图书进行了必要的删节和调整，因此读者在阅读过程中可能会发现跳页的现象，因为文中提到的页码或内容有可能已被删掉，由此给读者带来的诸多不便，我们深表歉意。

在此我们需要提请广大读者特别注意的是，由于我社所选择出版的该系列图书其原书作者均来自先进管理思想比较集中的欧美国家，他们所处国家的政治环境、经济发展状况、文化背景和历史发展过程等与我国社会发展状况之间存在着显著差异，同时作者个人人生观、价值观以及对待各种问题认识也仅仅只代表作者本人的观点和态度，并不意味着我们完全同意或者肯定其说法。敬请广大读者在阅读过程中，立足我国国情，以科学分析为依据，仔细斟酌，批判接受、客观学习和借鉴。

最后，这套英文版精编教材从引进到定稿出版得到了清华大学、北京大学、南开大学、南京大学等高校很多专家学者的大力支持和帮助，对他们的辛勤劳动和精益求精的工作态度在此深表谢意！能为我国经济管理学科的理论教育与实践发展以及推动国家高校双语教学计划略尽绵薄之力是我们出版本套教材的初衷，也实为我们出版者之荣幸。

欢迎广大读者对我社出版的这套教材和各类经济管理类读物多提宝贵意见和建议，您可以通过 hzjg@hzbook.com 与我们联系。

导 读

从国际上来看,在当前经济全球化的趋势下,许多国际著名的大企业已经在全球范围内整合并充分利用国际资源。这些企业将自己所拥有的资本、技术、管理、市场、研究与开发等方面与东道国所拥有的社会资源、人力资源、自然资源乃至市场规模等结合起来,发挥整体优势,展开跨国经营,在全球范围内实现优势互补,从而获得了自身的核心竞争力和巨大的市场份额。然而,由企业国际化经营所产生的国际管理诸问题也已成为目前跨国经营的主要关注点。可以说,许多跨国经营的失败主要是跨国管理上的失败。例如,在国际管理的跨文化管理方面,加拿大的凯林教授和澳大利亚墨尔本大学Harzing教授多年来一直从事这方面的研究。他们通过研究发现,合资企业具有很高的失败率,在全部合资企业中,失败的合资企业大约占30%~40%。其原因之一在于合资各方的母国文化、母公司文化和个体文化的背景、风格和素养的差异而导致的管理失败。从国内来看,随着科技进步和世界经济的迅速发展,21世纪的中国大市场将吸引更多的国外企业来投资(据公布的统计资料表明我国已成为世界上吸引外商投资的第二大国),我国企业也将会越来越多地投资到国外市场,企业跨国经营已经成为中国企业发展的一个重要趋势。而在我国研究、组织和实施国际管理是我国企业跨国经营中急需解决的核心和焦点问题。有资料表明,中外合资企业经营的成功率只有45%左右,其中一个重要的原因就在于中外双方经营思想、管理观念、管理方式和员工行为等管理上的不协调,即没有解决好国际管理的问题。

因此,不管是国际还是国内,国际管理都已成为目前企业跨国经营中急需解决的首要 and 核心问题。所不同的是,国外先进的跨国企业不仅已经在国际管理方面比较成熟而系统的管理理论和实践经验,而且,在国际管理职业经理人的培养方面也有非常好的培训教程和培训模式。要发展中国的跨国公司,提高跨国公司的国际管理水平,目前首先要做的就是学习国外优秀跨国公司在国际管理上的好的管理理论和实践经验。

鉴于对这些问题的认识,我从1990年在美国做博士后研究开始,一直将企业跨国管理作为人力资源管理以外的第二研究方向。在过去的10多年中组织学术队伍,编写了一套企业跨国经营的丛书,主持召开了5届企业跨国经营国际研讨会,力图在理论和实践、国内和国外搭起一个有关企业跨国经营交流和研讨的平台。另外,我还积极组织翻译了多部关于跨国管理的优秀教材和专著,包括新近我和程德俊老师合作翻译出版的《国际管理——文化、战略与行为》,当时在翻译该书的时候,就为该书独到的篇章结构安排,全面深入的理论分析,理论联系实际的写作风格所吸引,因此翻译出版了该著作。时隔一年,我又被最近出版的《国际管理》(英文版·原书第5版)所吸引,觉得它在体例上更加系统和完善,在细节方面更深入。而且,最重要的是,它也是一本国际管理职业经理人培养的好教程。

总之,本书在国际管理理论知识和实践经验方面更完善、更科学和更系统,同时,也是一本非常专业的教学培养教程。具体体现在:

1. 教学内容与国际管理职业经理人所要求的能力吻合

国际职业经理人应该完善全球战略所需要的核心能力,应该具备跨国运作所需要的能力和在国外的子公司进行日常事务处理所需要的能力。那么,国际管理职业经理人和一般的职业经理人有什么区别?或者说国际职业经理人应该具备怎样的素质?有人提出如下几点能力:了解他国的政治、经济、文化、法律和技术环境,特别是文化、价值观与风俗禁忌;跨文化的理解和沟通能力、全球战略眼光和战略管理能力;变革创新能力;准确勾勒所在组织与民族文化的轮廓的能力;解决冲突的能力等。

我认为,跨国公司正面临着时刻变化的动态环境,在这样的环境之下跨国公司必须准确地估计那些能够影响它们的战略和运作的政治、法律、技术、竞争和文化因素。除此之外,在国外运作的公司报道说它们的全球战略被它们无效的跨文化关系管理所破坏。国外运作的命运至少有一部分取决于国际职业经理人的文化技能和文化敏感度,以及在东道国的商务实践和环境执行公司战略的能力。因此,总结起来,我认为国际管理职业经理人的重要核心能力有四部分,分别是:了解并理解他国政治、经济、法律、技术等环境的能力;进行跨文化沟通和管理的能力;国际化运作的战略制定和执行的能力;跨国人力资源管理的能力。而《国际管理》中阐述的理论知识和实践经验正好是针对这四大能力,因此,本书能比较好地适合国际管理职业经理人的能力要求,对国际管理职业经理的专业化培养具有重要的促进作用。

2. 强调文化变量,突出新技术的影响

本书把学生放在任意一个国家职业经理人的角色上,鼓励学生们在国外环境和多变的东道国环境下运用真正的全球视角来处理动态的管理问题。跨文化管理和竞争性的战略都是在全球不断发生变化的背景下评估出来的——欧盟的扩张,北美自由贸易协定和高速增长的亚洲经济——这些都需要新的管理实践和管理运用。总之,本书强调了文化变量是怎样和其他国家、国际因素结合在一起从而影响管理步骤和管理行为的。

另外,本书还强调了高速发展的技术的竞争性影响,在每一章中本书都强调了不断发展的技术在全球商务交易中的运用,书中的电子商务专栏就展示了电子商务在全球竞争性战略定位中的应用。例如,第6章中的“用电子商务来进行全球扩张”以及每一章都有的电子商务专栏。

3. 内容新颖、题材丰富

本书更加能够反映当前的研究、当前的事件、全球的发展和国际管理领域中的企业状况,所涉及的问题包括全球竞技舞台上的战略、文化、人力资源管理、社会责任、技术和政治等诸多问题。例如,案例就涉及到锐步在亚洲的商业伦理问题,戴尔在巴西的谈判经验,GM和俄罗斯的AvtoVAZ公司之间的联盟,UPS的全球性电子贸易,Infosys公司在印度的人力资源管理,星巴克在中国,TelSys国际公司等。

另外,书中还特别关注了当代的一些热点问题,例如,人力资本的全球化、外包、知识管理、虚拟团队、中国经济和印度经济的增长。

4. 理论结合实际,强调案例教学

本书理论结合实际,强调在案例分析中培养学生的实践能力,广泛的案例能把学生置于职业经理人决策制定的角色上。而且,案例是经过精选后反映最新状况的实际例子。例如,16个案例中有9个是新的,剩下的7个也是前一版本教材中比较受欢迎的经典例子。另外,案例丰富,形式多样。

典型表现是：案例的选择是根据很大的地理背景来选的，选择时考虑到了许多不同的国家，如俄罗斯、巴西、德国、印度、马来西亚、中国、印度尼西亚和日本，还有一些全球性的案例。在形式上有开篇案例、管理聚焦案例、综合性案例、比较管理聚焦案例等，形式多样。还有，案例在切合实践的同时又能印证相关理论，例如，综合案例之一就展示了沃尔玛在进入德国的过程中的各种各样的战略、文化以及政治问题。

5. 按照有效学习规律设计，教学科学而有效

本书每篇和每章都按照学生牢固掌握国际管理的理论知识和实践经验的学习规律来设计阅读流程，而且，有大量的专题模块讲解，对学生从不同的角度来掌握知识具有重要的强化作用，可以促进学生对知识的深入把握和灵活应用。因此，作为教学培训的教材是非常科学而有效的。

本书适用于国际企业管理专业和工商管理专业的本科生和研究生使用。研究生要更注重那些总结每章内容的综合案例并且要细致认真地完成学期项目。虽然本书主要面向工商管理专业方向的学生，但是也适用于从业的职业经理人和其他专业的学生。

赵曙明 博士

南京大学商学院院长、教授、博导

2007年1月于南京市江宁区湖滨世纪花园

前言

21世纪高度竞争的世界舞台要求职业经理人发展设计和完善全球战略所需要的能力、进行跨国运作所需要的能力以及在外国的子公司进行日常事务处理所需要的能力。跨国公司正面临着时刻变化的动态环境，在这样的环境之下跨国公司必须准确地估计那些能够影响它们的战略和运作的政治、法律、技术、竞争和文化因素。除此之外，在国外运作业务的公司报道说它们的全球战略被它们无效的跨文化关系管理所破坏。国外运作的命运至少有一部分取决于国际职业经理人的文化技能和文化敏感度，以及在东道国的商务实践和环境下执行公司战略的能力。

很显然，在国际背景下进行人员和事务的有效管理所要求的能力在21世纪是很重要的。因此我们急切地需要一本能够阐明实际的管理操作和行为的综合性教科书，这些管理操作和行为是个人水平和战略水平发展全球视野和管理能力所必需的。

《国际管理》（英文版·原书第5版）满足了这个需求。本书把学生放在任意一个国家职业经理人的角色上，鼓励学生们在国外环境和多变的东道国环境下运用真正的全球视角来处理动态的管理问题。跨文化管理和竞争性的战略都是在全球不断发生变化的背景下评估出来的——欧盟的扩张，北美自由贸易协定和高速增长的亚洲经济——这些都需要新的管理实践和管理应用。总之，本书强调了文化变量是怎样和其他国家和国际因素结合在一起从而影响管理步骤和管理行为的。另外，本书还强调了高速发展的技术的竞争性影响，书中的电子商务专栏就展示了电子商务在全球竞争性战略定位中的应用。

本书适用于国际企业管理专业和工商管理专业的本科生和研究生使用。研究生要更注重那些总结每章内容的综合案例，并且要细致认真地完成学期项目。学习这本《国际管理》的学生最好能够修习一下“管理学原理”这门课，但这并不是必需的。虽然本书主要面向工商管理专业方向的学生，但是也适用于从业的职业经理人和其他专业的学生。例如，社会科学专业或者是国际关系专业的学生，这些专业的学生也能够从国际管理这样的背景下获益不少。

本版新颖之处

修订后的这个版本更加能够反映当前的研究、当前的事件、全球的发展和国际管理领域中的企业状况。本版还特别关注了当代一些热点问题，例如，人力资本的全球化、外包、知识管理、虚拟团队、中国经济和印度经济的增长。本版中其他一些修订过的地方包括：

- **综合案例：**16个案例中有9个是新的，剩下的7个是第4版中比较受欢迎的。案例的选择是根据很大的地理背景来选的：俄罗斯、巴西、德国、印度、马来西亚、中国、印度尼西亚和日本，

还有一些全球性的案例。新的综合性案例向读者展示了沃尔玛在进入德国的过程中各种各样的战略、文化以及政治问题。

- **电子商务**：在每一章中我们都强调了不断发展的技术在全球商务交易中的运用，例如第6章中的“用电子商务来进行全球扩张”（Using E-Business for Global Expansion）以及每一章都有电子商务专栏。
- **11个新的章节开篇概况**。
- **7个新的管理聚焦案例**。
- **7个新的章节结束案例**。
- **新的比较管理聚焦案例**。

独特之处

- **11个章节中精练的课文**，特别聚焦于全球战略定位，进入战略和联盟，有效的跨文化理解和管理，发展和保持有效的全球管理框架。
- **广泛的案例**把读者置于职业经理人决策制定的角色上，所涉及的问题包括全球竞技舞台上的战略、文化、人力资源管理、社会责任、技术和政治等诸多问题。例如，锐步（Reebok）在亚洲的商业伦理问题，戴尔在巴西的谈判经验，G M 和俄罗斯的AvtoVAZ公司之间的联盟，UPS的全球性电子贸易，Infosys公司在印度的人力资源管理，星巴克在中国，TelSys国际公司等。
- **每章开篇概况**对每章的话题做了实际和现时的解释，例如，“调整运营使之适合阿拉伯文化”、“具有全球视野的墨西哥水泥生产商”、“法国的汤姆逊和中国的TCL合并电视生产业务”等。
- **比较管理聚焦**对每章的话题在不同的特殊的国家做了深刻的比较，例如，增长中的印度经济，已经更新的部分还有“瞄准欧盟市场的战略规划”、“在俄罗斯的合资企业”以及“与阿拉伯人沟通”等。
- **管理聚焦**给出了全世界的管理和公司的例子来说明每章的话题。例如，“CEO坦言：在国外的商业伦理”、“美体小铺的安妮塔·罗迪克”、“印度公司的西方味道越来越浓”、“在日本被忽视的资源：女性职员”等。
- **电子商务专栏**阐述了IT技术，特别是B2B技术在全世界范围内的运用，例如，“eBay”、“公司必须是电子贸易本地化从而来避免文化－互联网冲突”、“在电子贸易海运联盟的帮助下Bikeworld走向全球化”等。
- **每章结束案例**，例如，“日本NTT DoComo公司”、“瑞典ABB公司”、“英国沃达丰公司”、“中国雅芳公司”等。
- **实验练习**在每一章的结尾部分，给读者一些挑战性的话题，例如，决策中的商业伦理问题、跨文化谈判以及战略规划等。
- **互联网学习指导**，在本书的网页上面可以查到每章的小测试，这些小测试是各种各样的多项选择题和判断对错题，还有一些论述问题提供给读者即时的反馈信息，本书的网站为 www.prenhall.com/deresky。
- **综合性学期项目**在本书的末尾有一个框架，为课程内容的研究和应用提供了一个很好的工具。
- **综合案例**：“沃尔玛在德国的失败”。

致谢

我想要感谢使本书能够顺利出版的每一个人。对于本书的第5版，我要感谢的人如下：

Barbara Hastings, University of South Carolina

Ram Subramanian, Valley State University

Marion White, James Madison University

Manisha Signal, Radford University

Davina Vora, University of Texas at Dallas

Annette Crow, University of Central Oklahoma

Constance Bates, Florida International University

Bonita Barger, Tennessee Tech University

Lauryn Migenes, University of Central Florida

海伦·德雷斯凯

目 录

导读 前言

第一篇 国际管理者的环境

第1章 评估环境——政治、经济、法律 和技术环境.....1

开篇概况：雅加达的商业在恐怖
主义的威胁下继续发展1

1.1 全球商业环境3

1.1.1 全球主义3

管理聚焦：小公司接近全球化.....4

1.1.2 地区贸易集团——The TRIAD5

1.1.3 世界上的其他地区8

比较管理聚焦：开放经济使印度
重新充满活力.....9

1.1.4 信息技术11

1.1.5 人力资本的全球化12

1.1.6 国际管理者的角色12

1.2 政治和经济环境13

1.2.1 政治风险14

1.2.2 政治风险评估14

1.2.3 政治风险管理16

1.2.4 恐怖主义风险管理17

1.2.5 经济风险17

1.3 法律环境18

1.3.1 合同法19

1.3.2 其他规范性的问题19

1.4 技术环境20

全球电子商务22

电子商务专栏：欧洲的空中客车加入

全球B2B交流24

总结24

重点归纳25

讨论问题26

应用练习26

实验练习26

网络资源26

案例学习：EC撼动微软的Windows27

第2章 相互依存关系的管理——

社会责任和商业伦理29

开篇概况：帕玛拉特的倒塌——

意大利的“安然”.....29

2.1 跨国企业的社会责任31

2.1.1 跨国企业对于人权的责任34

2.1.2 经营的准则34

2.2 全球管理中的商业伦理36

电子商务专栏：欧盟对跨国界的电子

数据隐私施压39

2.2.1 有问题的薪水40

2.2.2 做出正确的决策42

管理聚焦：CEO坦言：国外的商业伦理

——商业基础，价值取向44

2.3 管理相互依存关系45

2.3.1 在美国的外国子公司45

2.3.2 管理子公司和东道国之间的
相互关系46

比较管理聚焦：相互依存关系：北美自由贸易协定的10年——给墨西哥、加拿大和美国带来越来越多的痛苦	49
2.3.3 管理环境的相互依存关系	54
总结	55
重点归纳	56
讨论问题	56
应用练习	56
实验练习	57
网络资源	57
案例学习：通用汽车公司在种族隔离制结束十年后重返南非	58
理解案例	61
案例3 Footwear International公司 （背景：印度尼西亚）	61

第二篇 国际管理的文化背景

第3章 理解文化的作用	67
开篇概况：调整商业经营使之适合阿拉伯文化	67
3.1 文化及其对组织的影响	71
电子商务专栏：公司必须实行电子贸易本地化从而避免文化——互联网冲突	73
3.2 文化变量	75
管理聚焦：美体小铺的安妮塔·罗迪克：提倡意识	76
3.2.1 子文化	77
3.2.2 对民族文化的影响	78
3.3 文化价值维度	79
3.3.1 GLOBE项目的文化维度	79
3.3.2 文化聚集群	81
3.3.3 Hofstede 的价值维度	81
3.3.4 Trompenaars的价值维度	84
3.3.5 客观运作价值的差异	86
3.4 互联网和文化	86
3.5 建立文化概况	89

比较管理聚焦：文化概况：日本、德国和韩国	91
3.6 世界上的各种文化和管理风格	96
沙特阿拉伯	96
总结	97
重点归纳	97
讨论问题	98
应用练习	98
实验练习	99
网络资源	100
案例学习：Computex公司的困境	100

第4章 跨文化沟通

开篇概况：从语言上使你站稳脚跟	102
4.1 沟通过程	105
沟通过程中的文化噪音	106
4.2 文化与沟通之间的联系	107
4.2.1 沟通中的信任	107
4.2.2 GLOBE项目	107
4.2.3 沟通过程中的文化变量	109
4.2.4 背景	113
管理聚焦：东方扑克脸：东方的灵活多变还是西方的困惑？	114
比较管理聚焦：与阿拉伯人沟通	115
4.2.5 沟通渠道	117
4.3 信息技术：走向全球化和操作本地化	119
电子商务专栏：曼海姆拍卖行把本地化的B2B系统应用到全球运作上面	121
4.4 跨文化沟通管理	122
管理聚焦：印度公司的西方味道越来越浓	122
4.4.1 培养文化敏感性	124
4.4.2 细致地编译	124
4.4.3 选择性的信息传递方式	125
4.4.4 细致地破译反馈信息	125
4.4.5 相应的行动	126
总结	127
重点归纳	128
讨论问题	128

应用练习	128
实验练习	128
网络资源	128
案例学习: 伊丽莎白参观GPC的法国子公司	129
第5章 跨文化商业谈判和商业决策	133
开篇概况: 柏克德和GE从安然在Dabhol	
工厂谈判的失败中受益	133
谈判	134
5.1 谈判过程	135
5.1.1 第一步: 准备	136
5.1.2 第二步: 建立关系	137
5.1.3 第三步: 交换与任务相关的信息	138
5.1.4 第四步: 说服	139
5.1.5 第五步: 让步和制定协议	140
5.2 理解不同的谈判风格	141
世界上成功的谈判者	142
5.3 谈判管理	144
5.3.1 用网页来支持谈判	146
5.3.2 电子谈判	147
管理聚焦: 三星的e-Chaebol	147
5.3.3 管理冲突解决方案	148
电子商务专栏: B2B市场: 快速	
谈判和交易	149
5.4 决策	150
5.4.1 文化对决策的影响	150
5.4.2 决策的方法	151
比较管理聚焦: 日本公司中的决策	153
总结	155
重点归纳	155
讨论问题	155
实验练习	155
网络资源	157
案例学习: 德国的Martinez建筑公司	158
理解案例	163
案例4 戴尔在巴西的困境: 在州问题上的谈判	163
案例5 通用汽车公司在俄罗斯的	
AvtoVAZ公司	172
案例8 摩托罗拉: 从日本来到美国	185

第三篇 国际化运作的战略 制定和战略完善

第6章 战略制定	189
开篇概况: 具有全球视野的墨西哥	
水泥生产商	189
6.1 走向全球化的原因	192
6.1.1 企业外部的原因	192
6.1.2 企业内部自身的原因	193
6.2 战略的制定过程	194
6.3 发展全球战略的步骤	195
6.3.1 任务和目标	196
6.3.2 环境评估	196
6.3.3 环境信息的来源	198
6.3.4 内部分析	199
6.3.5 竞争分析	200
6.3.6 全球战略选择	201
6.3.7 进入世界市场的方法	201
6.3.8 全球综合战略	202
管理聚焦: 惠尔浦印度公司的白色魔力	
与当地的文化和传统融合在一起	203
6.3.9 用电子商务来进行全球扩张	204
电子商务专栏: 易趣的全球战略	206
6.3.10 电子全球化还是电子本地化	206
6.3.11 进入战略选择	207
比较管理聚焦: 瞄准欧盟市场的战略计划	212
6.3.12 战略选择	215
6.3.13 确定进入的时间和制定	
扩张的时间表	217
6.3.14 文化对战略选择的影响	217
总结	218
重点归纳	218
讨论问题	218
应用练习	219
实验练习	219
网络资源	219
案例学习: 沃达丰公司在2004~2005年改变	
竞争和全球战略	220

第7章 国际联盟和战略完善	223
开篇概况：法国的汤姆逊和中国的	
TCL合并电视生产业务	223
7.1 战略联盟	225
电子商务专栏：Covisint, LLC	226
7.1.1 全球联盟和跨国联盟：激励和好处	227
7.1.2 完善全球联盟所面临的挑战	228
7.1.3 成功的联盟的指导原则	231
比较管理聚焦：在俄罗斯的合资企业	232
7.2 战略完善	235
7.2.1 国际合资公司的绩效管理	236
7.2.2 政府对战略完善的影响	238
7.2.3 文化对战略完善的影响	239
管理聚焦：沃尔玛选择一个当地的	
合作商来调整在日本的业务	240
7.2.4 电子贸易对战略完善的影响	242
管理聚焦：NextLink使全球战略	
完善成为可能	243
总结	243
重点归纳	243
讨论问题	244
应用练习	244
实验练习	244
网络资源	246
案例学习：NTT DoCoMo（日本）的全球	
联盟和全球战略完善	247
第8章 组织结构和控制系统	250
开篇概况：三星电子通过它的研发	
联盟全球网络而茁壮成长，流线形	
的结构和垂直整合	250
8.1 组织结构	252
8.2 跨国企业的组织结构的进化和转变	253
整合的全球结构	254
8.3 为全球化做组织准备	256
基于“走向全球化，运作本地化”	
组织企业	257
8.4 新兴的结构形式	258
8.4.1 组织间的网络	258
8.4.2 全球电子公司网络结构	259
8.4.3 跨国企业的网络结构	260
8.5 组织形式的选择	261
组织转变和设计变量	262
8.6 全球运作的控制系统	264
8.6.1 监测系统	265
8.6.2 直接调整机制	265
管理聚焦：麦当劳在莫斯科十年的	
控制挑战	266
电子商务专栏：在电子贸易海运联盟的	
帮助下Bikeworld走向全球化	268
8.5.4 间接调整机制	270
8.6 有效的监测系统管理	270
8.6.1 监测和报告系统的合适性	270
8.6.2 信息系统的作用	271
8.6.3 不同国家的价值变量	271
总结	272
重点归纳	272
讨论问题	273
应用练习	273
实验练习	273
网络资源	273
案例学习：2004年的ABB到底在哪里	
出了错？	274
理解案例	279
案例9 联邦快递对阵联合包裹：在中国	
运用相反的战略进行竞争	279
案例11 星巴克的国际运作	288
案例12 2004年的克莱斯勒公司：全球	
战略泡汤（背景：德国/美国）	295
第四篇 国际人力资源管理	
第9章 国际化运作的招聘、	
 培训和薪酬管理	309
开篇概况：把IT工作安排在国外——	
戴尔把一些业务从印度搬回美国	309
电子商务专栏：英国航空公司的人力	
资源管理走向全球化	312
9.1 为全球运营做招聘工作	313

9.2 全球选择	315	管理聚焦: 在日本被忽视的资源:	
外派所带来的问题	317	女性职员	345
9.3 培训和发展	318	10.4 在本地工会关系系统下工作	347
9.3.1 跨文化培训	319	10.4.1 世界范围内组织起来的工会	348
9.3.2 文化冲击	319	10.4.2 工会系统中的聚集与分化	350
9.3.3 子文化冲击	320	管理聚焦: 跨越国界的联合? 在Rio Bravo	
9.3.4 培训技巧	321	的Duro Bag工厂的案例	350
管理聚焦: 花旗银行对职业规划提出建议	322	10.4.3 北美自由贸易区和墨西哥的	
9.3.5 全球化导向的综合性培训	322	工会关系	352
9.3.6 培训东道国职员	323	比较管理聚焦: 德国的工会关系	353
管理聚焦: 成功! 星巴克的Java		总结	355
风格有助于招聘、培训和留住		重点归纳	355
北京本地的职业经理人	324	讨论问题	356
9.4 外派人员的薪酬	326	应用练习	356
9.5 东道国职员的薪酬	328	实验练习	356
比较管理聚焦: 给俄罗斯人制定薪酬	328	网络资源	356
总结	329	案例学习: 在全球市场中的雅芳: 管理和	
重点归纳	329	发展全球工作劳动力	357
讨论问题	330	第11章 激励和领导	362
应用练习	330	开篇概况: 富士通用减酬作为激励工具	362
实验练习	330	11.1 激励	363
网络资源	330	11.2 关于激励的跨文化研究	363
案例学习: Fred Bailey在日本——天真		11.2.1 工作的意义	364
的外派人员	331	11.2.2 全球背景下的需求等级划分	367
第10章 建立一个国际管理的框架	334	11.2.3 全球背景下的内在一外在划分	369
开篇概况: 从一开始就是外国	334	比较管理聚焦: 激励在墨西哥	370
10.1 准备, 调整和遣返	335	11.2.4 奖励系统	374
10.1.1 外派人员配偶的作用	336	11.3 领导	375
10.1.2 外派职业管理	337	11.4 全球领导者的角色和环境	375
10.1.3 外派人员的遣返对于建立一个		电子商务对领导力的影响	376
国际管理框架的作用	338	电子商务专栏: Spa的领导风格用技术	
电子商务专栏: Booze-Allen & Hamilton		赋予全球职员以权利	377
用内联网技术在全球范围共享技术	338	管理聚焦: 数字世界的领导力	378
10.2 全球管理团队	340	11.5 关于领导力的跨文化研究	379
10.2.1 虚拟的跨国管理团队	341	11.6 紧急情况下的领导力: 文化变量	379
10.2.2 管理跨国团队	341	GLOBE项目	379
10.3 妇女在国际管理中的作用	344	比较管理聚焦: 领导力在印度	385

总结	387	理解案例	393
重点归纳	387	案例14 Infosys公司的人力资源管理	
讨论问题	388	(背景: 印度)	393
应用练习	388	案例16 第一次到中国合资公司工作的	
实验练习	388	外派员工的经历	405
网络资源	388	综合部分	412
案例学习: Richard Branson先生的飞机、		综合性案例: 沃尔玛在德国遭遇不幸	412
火车、旅游胜地和可乐果:		词汇表	421
全球领导力的一个案例	389	注释	426

Contents

PREFACE

PART I: THE GLOBAL MANAGER'S ENVIRONMENT 1

Chapter 1	Assessing the Environment—Political, Economic, Legal, Technological	1
	Opening Profile: Business Goes on in Jakarta Despite Threat of Terrorism	1
	The Global Business Environment	3
	<i>Globalism</i>	3
	Management Focus: Small Company, Global Approach	4
	<i>Regional Trading Blocs—The TRIAD</i>	5
	<i>Other Regions in the World</i>	8
	Comparative Management in Focus: Opening Economy Revitalizes India	9
	<i>Information Technology</i>	11
	<i>The Globalization of Human Capital</i>	12
	<i>The Global Manager's Role</i>	12
	The Political and Economic Environment	13
	<i>Political Risk</i>	14
	<i>Political Risk Assessment</i>	14
	<i>Managing Political Risk</i>	16
	<i>Managing Terrorism Risk</i>	17
	<i>Economic Risk</i>	17
	The Legal Environment	18
	<i>Contract Law</i>	19
	<i>Other Regulatory Issues</i>	19
	The Technological Environment	20
	<i>Global E-Business</i>	22
	E-BIZ BOX: Europe's Airbus Joins Global Aerospace B2B Exchange	24
	Conclusion	24
	Summary of Key Points	25
	Discussion Questions	26
	Application Exercises	26
	Internet Resources	26
	Case Study: The EC Shatters Microsoft's Windows	27
Chapter 2	Managing Interdependence—Social Responsibility and Ethics	29
	Opening Profile: The Collapse of Parmalat—Italy's "Enron"	29
	The Social Responsibility of MNCs	31
	<i>MNC Responsibility Toward Human Rights</i>	34
	<i>Codes of Conduct</i>	34
	Ethics in Global Management	36
	E-BIZ BOX: EU Imposes Cross-Border: Electronic Data Privacy	39
	<i>Questionable Payments</i>	40
	<i>Making the Right Decision</i>	42
	Management Focus: CEO Speaks Out: Ethics Abroad—Business Fundamentals, Value Judgments	44
	Managing Interdependence	45
	<i>Foreign Subsidiaries in the United States</i>	45
	<i>Managing Subsidiary—Host-Country Interdependence</i>	46
	Comparative Management in Focus: Interdependence: NAFTA at 10—Growing Pains in Mexico, Canada, and the United States	49
	<i>Managing Environmental Interdependence</i>	54
	Conclusion	55
	Summary of Key Points	56
	Discussion Questions	56
	Application Exercises	56
	Experiential Exercise	57
	Internet Resources	57
	Case Study: GM Returns to South Africa 10 Years After End of Apartheid	58

COMPREHENSIVE CASES 61

Case 3	Footwear International (Setting: Indonesia)	61
--------	---	----

PART II: THE CULTURAL CONTEXT OF GLOBAL MANAGEMENT 67

Chapter 3	Understanding the Role of Culture	67
-----------	-----------------------------------	----

	Opening Profile: Adjusting Business to Saudi Arabian Culture	67
--	---	----