

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR 组织行为学

(英文原书第5版)

[加] 史蒂文 L. 麦克沙恩 (Steven L. McShane) 西澳大利亚大学
[美] 玛丽·安·冯·格里诺 (Mary Ann Von Glinow) 佛罗里达国际大学

著

吴培冠 张璐斐◎译注

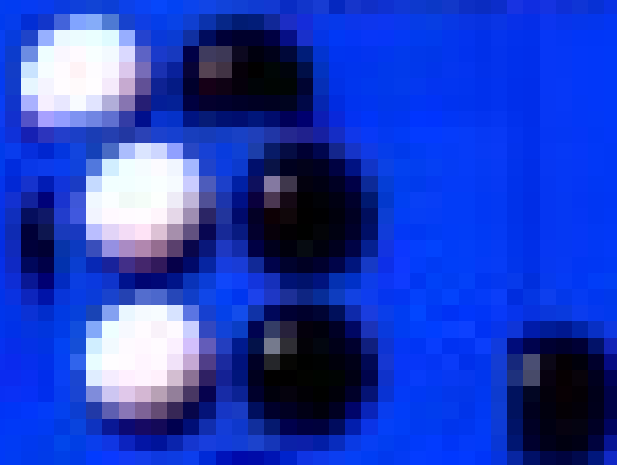
ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

组织行为学

第11版

作者：[美] 斯蒂芬·P. 罗宾斯 著
译者：孙健敏 译

ISBN 978-7-309-09213-1



ISBN 978-7-309-09213-1

高等学校经济管理英文版教材·管理学系列

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

组织行为学

(英文原书第5版)

[加] 史蒂文 L. 麦克沙恩 (Steven L. McShane)
西澳大利亚大学

著



机械工业出版社
China Machine Press

本书是全球范围内 140 多位学者和教师在过去 3 年间共同努力的结晶, 他们持续不断地检索文献和反复推敲促成了日臻完善的教材体系和内容。本书涵盖了组织行为学领域传统的基础内容, 如社会认知、激励理论、工作团队、领导行为、组织文化、组织变革等, 也引进了众多刚刚出现甚至正在形成的概念和理论, 如心理契约、情绪智力、高阶教练、工作狂、价值探索、受雇能力等。本书设计了很多案例, 同时, 大量的小组练习有助于读者更好地将概念应用于管理实践。

本教材适于人力资源管理专业的本科生使用, 也可作为人力资源领域从业人员的参考用书。

Steven L. McShane, Mary Ann Von Glinow. *Organizational Behavior*, 5th Edition.

ISBN 0-07-338123-3

Copyright © 2010 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

This authorized Bilingual edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Machine Press.

This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Machine Press.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书英汉双语版由机械工业出版社和麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。

版权 © 2012 由麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司与机械工业出版社所有。

此版本经授权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。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本书封底贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

封底无防伪标均为盗版

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: 01-2010-5380

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学(英文版·原书第5版)/(加)麦克沙恩(McShane, S. L.), (美)格里诺(Glinow, M. A. V.)著; 吴培冠, 张璐斐译注. —北京: 机械工业出版社, 2012.2

(高等学校经济管理英文版教材)

书名原文: *Organizational Behavior*

ISBN 978-7-111-37318-6

I. 组… II. ①麦… ②格… ③吴… ④张… III. 组织行为学—高等学校—教材—英文 IV. C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第016033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: 王金强 白春玲

北京诚信伟业印刷有限公司印刷

2012年3月第1版第1次印刷

214mm×275mm·32.25印张

标准书号: ISBN 978-7-111-37318-6

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

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线: (010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com

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，培养符合现代社会需要的高级管理人才，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公司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影印出版了“高等学校经济管理英文版教材”系列。我公司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地服务于读者，适应我国教育教学的客观需求，我公司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这些教材中的重点内容精心加入中文注释，以方便读者快捷地把握学习重点，提高阅读和研究的效率。

在此我们需要提请广大读者特别注意的是，由于我公司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、价值观以及对各种问题的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，批判吸收，客观学习和借鉴。

为了更好地服务于读者，满足我国教学需求，我们对原版图书进行了删节，因此读者在阅读的过程中可能会发现跳页的现象，而且原文中提到的页码或内容有可能已被删掉而无法找到，由此给读者带来的诸多不便，我们深表歉意。

最后，这套中文注释版英文教材的出版，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。

欢迎广大读者对我公司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。

机械工业出版社华章公司经管出版中心

导 读

很幸运被华章公司邀请译注第5版的《组织行为学》。在译注的过程中，我们被两位作者的治学精神所感动，一些作者在更新著作的版本时，著作的结构和内容都变动不大。但是，麦克沙恩和格里诺在自己的新版本里，不仅对旧版本的结构作了较大的调整，而且对所保留的章节内容也进行了大量的修订，增加了许多与时俱进的内容，比如真实的案例和故事，以及最新的学科研究成果，充分反映了组织行为学研究的前沿动态。我们边翻译边感叹，这得花费多少时间和精力，他们的这种精神值得我们学习。

正如作者在前言里所说的，本书不仅对组织的管理者有参考价值，也有助于组织的所有成员了解自己以及组织里的管理现象，从而提升自己的工作、生活质量和提高工作效率。

参加本书初稿译注的有中山大学吴培冠和张璐斐，一些内容的译注参考了之前版本的译法，在此对之前版本的译者表示感谢。由于译者水平所限，各方面仍有不尽如人意之处，恳请读者批评指正。

衷心感谢机械工业出版社华章公司的王金强编辑和其他同事为本书的翻译出版所付出的艰辛努力。

吴培冠 张璐斐

2011年12月

作者简介

史蒂文 L. 麦克沙恩

西澳大利亚大学商学院管理学教授，获得学生很高的教学评价，这些学生来自珀斯、新加坡、马尼拉和其他与西澳大利亚大学开展项目的城市。同时，他是马来西亚拉曼大学的荣誉教授，曾任教于加拿大的西蒙弗雷泽大学和皇后大学商学院。麦克沙恩在诺基亚、南德意志集团、西农集团、西澳大利亚州公路局、麦格劳－希尔公司、美国铝业公司等很多机构开展过管理项目。他也是一个受欢迎的客座演讲者，在过去四年中，他曾给十多个国家的大学做过演讲。

麦克沙恩获美国密歇根州立大学的组织行为学、人力资源管理与劳资关系博士学位，加拿大多伦多大学的工业关系硕士学位，在加拿大皇后大学完成本科学业。麦克沙恩是加拿大行政管理科学学会（相当于加拿大管理研究院）的主席以及西蒙弗雷泽大学商学院研究生项目主任。

麦克沙恩与玛丽·安·冯·格里诺合著了《组织行为学》（第5版）和《组织行为学精要》（第2版，2009年）。同时，他还和桑德拉·斯蒂恩（里贾纳大学）合著了《加拿大组织行为学》（第7版，2009年），和托尼·特拉文莱（科廷大学）合著了《环太平洋组织行为学》（第2版，2007年），还与查尔斯·希尔（华盛顿大学）合著了《管理学原理》（第1版，2008年）。麦克沙恩在商业杂志以及其他刊物上发表了一系列文章和会议论文，包括工作价值观、培训迁移、组织学习、退出一抱怨一忠诚、员工社会化、非法解雇、媒体偏见以及其他多元的主题。

在业余时间，麦克沙恩喜欢和妻子陪两个女儿去游泳、滑板冲浪、划艇、滑雪和旅游。

玛丽·安·冯·格里诺

佛罗里达国际大学国际商务教育与研究中心主任和管理学与国际商务的研究教授。她同时担任2006年的国际商学会副主席和《国际商务研究期刊》（JIBS）的编辑。之前是南加州大学马歇尔学院的教职人员。她在俄亥俄州立大学获得工商管理硕士（MBA）学位与管理科学博士学位。格里诺博士于1994～1995年任全球最大的管理研究协会——管理学会主席，还是泛太平洋管理协会的研究员。她是11本期刊的编委会成员以及许多国际期刊的评委。她在拉丁美洲、中美洲、加勒比地区、亚洲与美国讲授管理者课程。

格里诺博士发表了100多篇期刊论文，并著有11本书。她最近出版的书有《管理跨国团队》（艾斯维尔出版集团，2005年）和《组织学习能力》（牛津大学出版社，1999年，被译为中文与西班牙文），后者在2002年获得了中国台湾地区经济事务部门颁发的金书奖。同时她与麦克沙恩合著了受欢迎的教科书《组织行为学》（第5版）和《组织行为学精要》。

(第2版, 2009年)。她领导国际财团研究人员探讨“国际人力资源最佳实践”, 研究成果得到了美国社会竞争力理事会的奖励。她也获得了国家科学基金会的拨款研究全球分布式工作。格里诺教授获得了由美国管理学会颁发的2005年度杰出服务奖, 此奖项是学术界颁发的三个最高的荣誉之一。

格里诺为多家本土和跨国公司提供咨询, 是中国人力资源上海学会的市长提名者。自1989年以来, 她一直是通用电气公司“群策群力法”、“加速变革项目”中“管理训练项目”的顾问。她的客户包括亚洲发展银行、联邦快递、帝亚吉欧、金佰利、汉堡王、品食乐、西屋电器、南加州爱迪生、安泰公司、佛罗里达州政府、凯萨医疗机构、天合汽车集团、洛克威尔国际公司、摩托罗拉、纽约生活、阿莫科、朗讯和 Joe's Stone Crabs 等。她也在 Friends of WLRN、菲尔丁大学、Friends of Bay Oaks、泛太平洋工商协会、洛杉矶动物联盟的董事会任职。她积极地参加各种动物福利组织, 并获得了由“迈阿密领养一只宠物”机构颁发的1996年年度人道主义奖。

前言

欢迎探索组织行为学的新兴知识和实务。社会网络和虚拟团队正取代委员会会议；知识正取代基础设施；价值观和自我领导正取代命令和控制型管理，公司正在寻找拥有高情商、高团队协作能力的员工，而不仅仅是拥有技术上的才能的员工，多元化和全球化已经成为各种组织的挑战，也是竞争的机遇，同事不是近在咫尺，而是远在由互联网连接着的地球的另一个地方。

本书正是在这些新兴的工作场所实践不断涌现的背景下创作的。本书解释了情绪如何引导员工的动机、态度和决策；自我意识如何影响员工的动机、行为、团队凝聚力和领导力；作为个人权力和组织效能来源的社会网络为何变得越来越重要；肯定式探询如何成为一个变革组织的重要策略。本书也展现了一个新的现实：组织行为学并不仅仅专门针对管理者，它对于在组织中或者在组织周围工作的任何人都是有用的。

理论联系现实

本书每一章都有很多案例，这使组织行为学的知识更有意义，也反映了这个领域的联系和令人兴奋之处。这些关于现实中人和组织的故事把学术理论转化为相关知识。例如，你会阅读到全食超市和拉兹男孩如何发现团队合作的好处；索尼欧洲总部如何通过以优势反馈这样一种积极的组织行为实践提高员工的积极性；雷神和其他公司如何在组织中勾画出非正式的社会网络；安永、宝洁和其他几个公司如何通过派员工到海外履行社会责任的任务来提高他们的全球意识以及其他认知能力。

这些真实的故事以多种形式呈现。本书每一章都有很多详细的说明文字和情景故事。篇幅较长的故事我们用“全球链接”来加以区分，因为它把组织行为学的概念和真实的组织行为学案例联系起来了。每一章的案例分析都把组织行为学的概念和新兴的工作场所情景联系起来。这些故事提供了美国和全球的典型案例，它们的行业覆盖范围也很广，从软件业到政府部门，从小公司到《财富》500强公司。

全球导向

也许你首先会注意到本书强烈的全球导向，这不只是传统的关于美国公司的国外运作实务的描述。本书采用全球化视角，解释了组织行为学的概念和实践是如何与世界各地的公司联系起来的。例如，你将读到，石渡美奈（Mina Ishiwatari）将沉睡中的日本 Hoppy 饮料公司转变为高端品牌时，如何面对变革抵制；大众汽车和保时捷的管理者如何圆满解决关于大众汽车如何运营的重大冲突；新西兰航空的 CEO 罗布·法伊夫（Rob Fyfe）如何依靠亲身体验的方法提高自身和他人的认知；瑞典商业银行依靠员工授权与组织奖励，而不

是集中的财政预算来维持经营；莫特·麦克唐纳（Mott MacDonald）的油气队伍如何通过阿布扎比的沙漠长途跋涉之旅来增强感情和友情。

全球导向在我们讨论的很多组织行为话题中都很常见，本书第1章介绍了全球化的概念。全球性问题在本书中非常突出，例如，跨文化的价值观和道德，全球性思维的发展，工作满意度和情绪在不同组织中的体现，在成功的自我管理团队中的跨文化事务，跨文化沟通的问题，在偏好的影响策略下文化的价值和期望，不同文化对于冲突的不同解决方式，在不同文化中偏好的领导方式。

当代理论的基础

生动的真实案例和实践只有与优秀的理论相联系才是有价值的。本书由于其扎实的、将当代问题与经典研究结合的写作基础，因而具有一定的权威性。你可以从参考文献中发现这一点。每一章都是根据大量的文章、书籍以及其他资源写作而成的。最新的参考文献得到了全面的覆盖，以至我们都相信这是最新的组织行为学教材。这些参考文献也反映出我们延伸到了市场营销、信息管理、人力资源管理和其他领域以获得更新的思想。同时，本书是为学生所写，而不是为了使作品被引用的学者所写。因此，尽管本书提供了新的知识和现实启示，但是它很少提及研究人员和他们所在的大学机构。它专注于组织行为学知识，而不是这个领域的学科名人录。

编著本书的重要动力之一是提供一个能使新兴组织行为学知识传播给学生、从业者和各位学者的快速通道。本书的贡献在于，这是第一本讨论了以下话题的教材：工作场所情绪、社会认同理论、四驱动力理论、肯定式探询、情感事件理论、身体标志理论、虚拟团队、未来搜索事件、施瓦茨的价值观模型、复原力、员工参与、学习导向、工作狂和其他开创性的话题。本书介绍了另外一些新兴的组织行为学概念和实践，包括社会网络沟通、有效团队成员的能力、媒介丰富度理论的特例、组织行为中自我意识的重要性、全球整合企业、全球化思维以及优势反馈。

每个人的组织行为学知识

本书另一个显著的特征是，它是为组织中的每个人所写，而不仅是写给管理者。本书的哲学是每个在组织中或者在组织周围工作的人都需要懂得并且利用组织行为学知识。当前的现实是组织中的所有人，包括系统分析师、生产员工、会计专业人员正在承担越来越多的责任，因为公司正在减少管理的层级，并给其他人更大的工作自主性。本书可以帮助每个人理解组织行为学，并提供概念性的工具以使工作场所中的工作更加有效。

积极学习和批判性思维支持

我们讲授组织行为学，因此我们理解使用一本为积极学习和批判性思维提供大力支持的教材是多么重要。商学院认证组织也强调学习体验的重要性，进一步强化我们对于课堂活动的关注。本书包括20多个不同形式和复杂程度的案例研究。它提供了30多个自我评估，其中大多数已经通过了构念效度检验。本书也是一个课堂活动的丰富来源，其中很多活动在其他组织行为学课本中是没有的，例如“测试你的人格知识”、“我们在哪里”以及“跨文化沟通知识竞赛”。

第5版的变化

在过去两年中本书已经从多个国家的很多组织行为学教师和研究者的反馈中受益良多。最显著的结构变化

是，我们将本书减至 15 章，这样就和典型的组织行为学的课程周数更加匹配。本版也继续在每一章中更新知识，提供新的案例来说明相关理论和概念。本版最显著的改进如下。

第 1 章：组织行为学导论。本章经过较大幅度的修订和更新。它介绍了组织效能的四种观点（组织行为学的最终因变量），通过对本章的学习学生会打下一个很好的宏观组织行为学基础。组织效能部分也可以更好地组织关于开放系统、组织学习、高绩效工作实务、价值观与道德的内容。五种类型的个体行为，作为组织效能讨论的一个自然的微观组织行为学分支，在本章中也得到了描述。劳动力多元化的话题将表层和深层的多元化区分开。如今在讨论系统性研究的根基时包含了循证管理的概念。

第 2 章：个体行为、人格和价值观。本章提供了重要的关于自我意识的新知识，包括它的主要组成部分（自我提升、自我校验、自我评估和社会认同）与相关的组织行为。本章也重新改写和扩展了关于组织行为学中日益重要的人格讨论。MARS 模型现在包含了更丰富的概念背景。

第 3 章：组织中的知觉和学习。本章更新了以下部分，选择性注意、组织、基于这一主题快速发展的研究基础上的描述。在知觉和学习的内容中，也介绍了越来越流行的全球化思维的概念。本章对虚假同感效应和内隐联想测验进行了讨论，也把关于能够改善知觉问题实践的讨论合为一个部分。之前的版本中介绍的积极组织行为，在本章里也有所描述，在后面的章节中会再次提及。

第 4 章：工作场所中的情绪、态度和压力。本章包括了与工作情绪紧密联系的压力主题，继续为态度的双重（认知和情感）过程进行了更清晰的解释，提供了更丰富的关于情绪智力维度的理解。本章也讨论了工作满意度中的震撼事件。

第 5 章：员工激励的基础。上一版显然是第一本讨论员工参与度的组织行为学书籍。本版把这个主题移到本章，因此员工参与度更紧密地与员工激励和 MARS 模型相联系。平衡计分卡也被移到本章，因为相比奖励它更强调目标设定。本章也区分了驱动力和需要，解释了为什么动机和情绪是人类激励的主要驱动力，同时描述了马斯洛在人类激励领域的贡献。本书是第一本介绍四驱动力理论的组织行为学教材，本版进一步修正了关于这个模型及其现实含义的描述。最后，本章介绍了积极组织行为的概念以及被称做优势反馈的实践。

第 6 章：绩效实践。本章增加了环境及个人对自我领导影响的新兴知识，同时更新了关于金钱和奖励实践意义的信息。

第 7 章：决策和创新。本章介绍了由卡尼曼和特沃斯基发现和普及的三个决策启发性偏差。本章也重新修订和更新了问题识别中存在的讨论、关于情绪对选择的影响以及有关创新人才的个性特征，同时也对主观期望效用中的理性选择概念进行了深入的论述。

第 8 章：团队动力。本版结合了上一版关于团队的两个章节。它总结了团队的类型，更加充分地讨论了团队的潜在益处和问题。另外，本章介绍了有关有效团队成员能力的新知识，修订了自我管理型团队和虚拟团队的相关内容，提供了在团队发展的两个关键过程的新兴知识：团队身份和团队竞争力。

第 9 章：团队与组织内的沟通。上一版显然是第一本讨论博客和维基在组织中作用的组织行为学教材。本版通过介绍社会网络的新知识以继续保持这一领先地位。本章的其他新知识包括多方沟通问题，作为沟通渠道选择的权变因素的社会认同，抵消媒介丰富度的条件，影响沟通过程有效性的四个因素（例如，编码和解码）。

第 10 章：工作场所中的权力与影响力。本章进一步发展了作为权力来源之一的社会网络部分，同时增加了权力的结果作为单独一部分。

第 11 章：工作场所中的冲突与谈判。本版提供了关于处理冲突权变因素的深入探讨，同时也修订和更新

了关于冲突好坏的思想演进。这一描述包括了建设性冲突与关系冲突新兴模型的比较，以及支持前者而抑制后者的方法。关于谈判的讨论包括了更多关于妥协的具体建议。

第 12 章：组织体系中的领导。在本版中，领导的观点已被改写，包含了关于人格、自我意识、实践智慧和其他具体胜任特征的新知识。内隐领导话题也已经被重新修订，包含了领导原型和领导艺术的区别。共享领导的话题也得到了扩展。

第 13 章：组织结构。本版在部门化的形式这一部分描述了全球整合企业。新进入缺陷现在被放进有机结构这一部分进行讨论。本章也修订了关于管理幅度、直线型 / 扁平化结构的内容，介绍了当前非正式沟通机制背景下的并行工程实践。对直线型结构与扁平化结构对比的优缺点也进行了更精确的讨论。

第 14 章：组织文化。本版更加明确地（比以往的版本）批判了组织文化的“统一”观点，也涉及了关于此话题的差异化 and 割裂化观点。同时描述了吸引—选择—融合理论和组织文化剖面图模型。本章的组织文化与绩效部分，以及变革与加强中的组织文化部分也大体上重写了。

第 15 章：组织变革。根据抵制的三个作用，本版进一步更新了变革抵制的话题。我们新增了一个大团体干预的部分，作为组织变革的第四种不同途径。对变革紧迫性以及未来探索的话题也进行了少量的更新。

学习过程支持

之前所描述的那些变动只涉及本书的材料，本书的术语表、案例分析、小组练习和自我评估也有相应的改进。

学习目标

给学生的标题指引，学习目标不仅在每一章的开篇可以看得到，而且它将与整个章节相应贯通。

开篇故事

每一章的开篇都将引用一篇相关的故事为章节内容做铺垫。这些简短而有趣的案例研究把学生引向关键问题，挑战他们原有的看法，突显如今最热门的公司。

翔实的案例说明

除了简单的标题以外，文中还有很多详细的小案例，并伴有更深入的叙述。

链接

链接部分把组织行为学的概念与真实的组织事件联系起来，这些链接部分会定期突出一些全球性的组织行为问题，并被称为全球链接。

章末与应用相联系的材料

小组练习与自我评估

体验式的小组练习和自我评估是主动学习过程的一个重要部分。本书每一章都提供了小组练习和课堂练习来支持这个学习过程。很多学习活动在其他教材中都没有，如“测试你的人格知识”（第 2 章）、“跨文化沟通知识竞赛”（第 9 章）以及“冲突处理的权变因素”（第 11 章）。本版同时提供了 30 多个自我评估，这些自我评估使得一些组织行为学概念的意义个人化，比如外向性—内向性、自我领导、同理心、压力、创新倾向和对

变革的容忍度。

《商业周刊》案例分析

在每章的结尾都能找到,《商业周刊》的案例分析采用网上的完整文章以及提供独立思考题作为课堂讨论和作业。这些案例鼓励学生运用组织行为学的知识去理解和判断现实世界的问题。例如,默克公司的 CEO 理查德·克拉克改革制药公司的文化,这一案例可以促使学生对其采用的策略进行识别和评价。另一个案例分析要求学生解释宝洁公司的设计思想,以及把设计思想与组织中的决策制定过程联系起来。

章节案例和正文结束的补充案例

每章都包括至少一个简短的案例分析,促使学生去判断问题以及运用本章的观点。在本书的结尾还有 10 多个补充案例。一些案例是由美国和其他国家的教师在最近编写的,其他案例则是经受时间考验的经典之作,如北极采矿咨询团的案例。

致 谢

你是否曾经在一个高绩效的团队里面工作过呢？在其中，每件事情就像点击鼠标一样容易。我们就有这样的工作经历。我们的确花费了大量的时间来编写和研究本书，当然这一路上遇到过很多挑战。但是团队合作真的很神奇，产生了很不一样的效果。几个人提供了宝贵的专业意见来解决写作难点，给出精彩的设计，想出各种师生支持形式，以及把所有这些模块合并成一本完整的教材。当你想到大部分的团队成员遍布美国时，你会觉得这个团队的合作更加神奇，其中一位作者（麦克沙恩）在世界的另一端度过了他绝大部分的写作时间。

总编辑约翰·韦梅斯特以坚定的激情与远见带领大家一路走来。资深策划编辑克里斯蒂娜·奇珀·沙伊德在协调处理大量出版产生的邮件和文件中展现了超人的能力。休·戈特弗里德是一名非常出色的审稿编辑，能够抓住最细微的错误以及改进作者的写作。克里斯蒂娜·沃恩是我们的领头项目经理，是另一位真正的专家，因为她在出版的整个过程中都在为本书提供指导。珍妮弗·布兰肯希普，我们的图片研究员，她不懈地寻找最好的图片，包括一些我们认为没有可能追查出的模糊不清的图像。帕姆·康托普勒斯创造出一个能展现这本书的哲学与风格的设计。最后，营销经理纳塔莉·祖克制作了信息包和营销材料来帮助麦格劳·希尔卓越的销售团队。这些专业人士帮助教师发现本书在为精彩的学习体验传递所需的内容和支持。谢谢大家。这是杰出的团队努力！

正如之前提到的那样，在过去两年内，几十位来自世界各地的教师审核了本书的部分或全部内容，或者是加拿大、太平洋地区以及其他地区的相关版本。他们的赞扬使我们振奋，他们的建议极大地促成了第5版。下列来自美国大学和学院的人员特别为改进本书提供最新的反馈。

福里斯特·埃文（休斯顿大学）	内森·戈特丝（宾州西盆斯贝格大学）
普拉萨德·鲍坎迪（纽约州立大学水牛城分校）	卡内塔·杰克森（汉普顿大学）
凯瑟琳·贝茨（加州州立大学圣马科斯分校）	加里·科胡特（北卡罗来纳大学）
莱曼·本森（亚利桑那大学）	杰里·科普夫（瑞德福大学）
桑德拉·迪肯·卡尔（波士顿大学）	凯瑟克·纳马斯维亚恩（宾夕法尼亚州立大学）

黛安娜·加尔布雷思（宾夕法尼亚州滑石大学） 霍华德·拉德（查尔斯顿学院）

我们对克拉克森大学的弗洛伊德·奥姆斯比表示诚挚的谢意，我们也对美国和国外的很多为本书的案例和实践做出贡献的教师表示衷心的感谢。

麦克沙恩也特别感谢他在珀斯、曼尼拉和新加坡的学生，谢谢他们分享了自己的学习体验和协助组织行为学教材在美国、加拿大和太平洋地区的发展。在能够与格里诺一起工

作的同时，麦克沙恩为能够和本书的其他版本与翻译的合著者共事深感荣幸，包括太平洋地区版本的墨尔本大学的玛拉·奥莱卡恩斯教授和科廷大学的托尼·特拉文革莱教授，加拿大版本的里贾纳大学的桑德拉·斯蒂恩教授，印度版的MDI的拉德哈·沙玛，中文版本的电子科技大学的井润田教授。麦克沙恩也非常感激他在西澳大利亚大学的同事，感谢他们一直以来的支持。但是，最重要的是，麦克沙恩要感谢他的妻子唐娜·麦克莱门特和他们出色的女儿博尔顿和麦迪逊。她们的爱和支持对于麦克沙恩的人生有着特殊意义。

格里诺要感谢很多麦格劳－希尔公司的专业人士，是他们使本书第5版成为了现实。另外，她要感谢众多使用并且真正喜欢本书的学生。学生对本书的喜爱在格里诺访问世界上各个学校时有所体现。她在校园里被学生认出来并且表示很想谢谢她！有些学生还想要格里诺的亲笔签名，但这种情况在她担任管理学会主席的时候不可能发生！因此，格里诺感谢这些学生，是他们使学习经历变得有趣和激动人心。她同时感谢佛罗里达国际大学的师生和员工，还有她CIBER的员工：索尼亚、胡安和克兰茨。至此，格里诺要谢谢合著者麦克沙恩不知疲倦的努力。最后，格里诺要谢谢她的家庭，先是艾玛、扎克斯、古根，还有约翰、罗达、劳恩、琳赛和克里斯汀。她也想向那些在她生命中扮演重要角色的人致谢：珍妮特、彼特、比尔、凯伦、艾伦、丹尼、黛布拉、玛丽和琳达。谢谢大家！

术 语 表

A

ability 能力 圆满完成任务所需的天资或经学习而获得的才能。(2)

absorptive capacity 吸收能力 认知信息价值、吸收信息并应用于增值活动的的能力。(1)

achievement-nurturing orientation 成就培养导向 一种旨在描述文化中的人们强调与他人竞争而非协作的程度的跨文化价值观。(2)

action research 行动研究 以问题为中心作改变的过程,其中包括了行动导向(改变态度与行为)与研究导向(通过数据收集与分析对理论进行测试)。(15)

adaptive culture 适应性文化 一种员工能够接受变革的组织文化,包括从进行中的组织联合到其环境的变化以及内部程序的持续性变化。(14)

alternative dispute resolution, ADR 替代性争议解决方式 第三方争议解决的有序过程,典型的 ADR 包括调解及之后的仲裁。(11)

anchoring and adjustment heuristic 锚定与调整性启发 人们受到初始锚定点的影响导致不能在得知新信息时充分离开锚定点的一种自然倾向。(7)

appreciative inquiry 肯定式探询 一种通过引导团队注意力远离其自身问题并令参与者关注团队潜力与优势的组织变革策略。(15)

artifacts 文化制品 组织文化中可见的象征或标志。(14)

attitudes 态度 对人物、事物或事件(称为态度对象)的看法、评价感受及行为意图的集合。(4)

attraction-selection-attrition theory, ASA 吸引—筛选—归因理论 一种主张组织具有吸引、选择并保留与组织性质一致的价值观及人格特征的人群,从而构成一个更具同质性的组织及更强势的文化的理论。(14)

attribution process 归因过程 决定受观察行为或事件主要是由外部还是内部因素所造成的知觉过程。(3)

autonomy 自主性 在员工安排工作和决定完成工作的程序时,公司给予他们自由、独立及自主裁量的程度。(6)

availability heuristic 可获得性启发 对容易回忆起的物或事赋予更高概率的自然倾向,尽管回忆的容易程

度也受到非概率因素(如情感反应、近期事件)的影响。(7)

B

balanced scorecard, BSC 平衡计分卡 一种将组织的观念与任务转化为具体的、可衡量的与财务、客户、内部流程及学习/成长(如人力资本)进程相关的绩效目标的目标设定及奖惩系统。(5, 6)

behavior modification 行为矫正 解释通过行为的先例或后果而进行学习的理论。(3)

bicultural audit 二元文化调查 通过判断两个公司之间的文化关系并决定文化冲突发生可能性的过程。(14)

bounded rationality 有限理性 认为个人在做决定时将被其决策能力所限制的观点,包括取得信息的有限性、信息处理的有限性及倾向于满意而非最大化结果的倾向。(7)

brainstorming 头脑风暴 一种随心所欲的面对面会议,在该会议中成员不可做出评论但被鼓励自由发言并产生尽可能多的想法,并在他人想法的基础上继续完善。(8)

Brooks's law 布鲁克定律 认为向一个延迟的软件项目中添加人手只会使项目更加拖延的原则。这也被称为人月神话(mythical man-month)。(8)

C

categorical thinking 归类思维 将人或物整理到在我们长期记忆中所存在的预想的类别当中。(3)

centrality 中心性 权力附属于权力所有者与其他人之间相互依赖的属性与程度的权变因素。(10)

centralization 集权 官方决策权由少部分人群体控制的程度,典型来说是在组织层级顶部的人。(13)

ceremonies 典礼 为了受众的利益而特别实施的有计划的组织文化展示。(14)

coalition 联盟 通过集中其资源和力量影响团体外的人的团体。(10)

cognitive dissonance 认知失调 人们的态度、感受和行

为间察觉不一致的情况。(4)

collectivism 集体主义 一种跨文化价值观,描述文化中人们强调对所属集体及其和谐责任的程度。(2)

communication 沟通 信息在两人或多人之间进行的交换与理解过程。(9)

competencies 胜任特征 技能、知识、才能以及其他将导向卓越表现的个人特质。(2)

concurrent engineering 并行工程 组织不同部门的员工构成一个临时团队以完成产品或服务开发的过程。(13)

conflict 冲突 一方认为其利益正遭受另一方的反对或者不利影响的过程。(11)

conscientiousness 责任心 描述个人的细致、可靠以及自律的一种人格维度。(2)

constructive conflict 建设性冲突 人们集中于对争议事项的讨论并保持对持不同观点者尊重的冲突类型。(8, 11)

contact hypothesis 接触假设 一种认为我们越多地与某人进行交流,针对该人的偏见或知觉上的偏袒就会越少的理论。(3)

continuance commitment 持续承诺 员工对组织的一种可计量的依附,即员工留在组织的动机仅是因为离开的成本太高。(4)

corporate social responsibility, CSR 企业社会责任 意图在公司直接经济利益与法律义务以外的方面惠及社会和环境的组织活动。(1)

counterproductive work behaviors, CWB 反生产力工作行为 具有对组织造成直接或间接损害可能的自发行为。(1)

countervailing power 抗衡势力 个人、团队或组织在交换关系中保留较有实力的个人、小组的能力。(10)

creativity 创新 对社会产生公认贡献的原始构想的开发。(7)

D

decision making 决策 意图接近所期望的事态而在备选方案中有意识做出选择的过程。(7)

deep-level diversity 深层多元化 员工心理特质的差异,包括个性、信仰、价值观以及态度。(1)

distributive justice 分配公平 个人的投入产出比率相较于他人的投入产出比率所感知到的公平性。(5)

divergent thinking 发散思维 以独特的方式重构问题并提出对问题的不同解决方案。(7)

divisional structure 事业部制组织结构 一种组织结

构,将员工以区域、产出(产品或服务)或客户进行组织。(13)

drives 驱动力 大脑通过产生情感赋予激励个人能量以矫正缺陷或维持内部均衡的固有特质。(5)

E

electronic brainstorming 电子化头脑风暴 近期依靠联网计算机提交并分享创新构思的头脑风暴形式。(8)

emotional contagion 情绪感染 通过模仿他人的面部表情及其他非语言行为来“捕捉”及分享他人情绪的意识过程。(9)

emotional dissonance 情绪失调 所需表现的情绪与真实情感的冲突。(4)

emotional intelligence, EI 情感智力 感知及表现情感,将情感融入思考,理解并运用情感进行推理以及管理自身和他人情感的一系列能力。(4)

emotional labor 情感劳动 在人际事务中表达组织上期望的情感所需的努力、计划及控制。(4)

emotions 情绪 对物、人或事在生理上的、行为上的及心理上经历的片断。(4)

empathy 同理心 一个人对他人感受、想法和处境的理解与敏感性。(3)

employee engagement 员工敬业度 员工对工作的实施、清晰认知组织的景象及其在该景象中的具体角色的情感动力、认知动力和自我效能感,以及拥有足够的资源以完成工作的信念。(5)

employee involvement 员工参与 员工影响其工作的安排和实施的程度。(7)

employee stock ownership plan, ESOP 员工持股计划 鼓励员工购买公司股票的激励制度。(6)

empowerment 授权 指人们对自己在组织中的角色体验到更大的自主性、重要性、权限以及影响力的心理学概念。(6)

equity sensitivity 公平敏感性 个人对投入/产出的偏好及对不同投入产出比率的反应。(5)

equity theory 公平理论 一种解释人们如何在资源的分配与交换中建立公平观念的理论。(5)

ERG theory ERG 理论 包含三个层级(生存需要、关系需要和成长需要)基本需要的需要层级理论。(5)

escalation of commitment 承诺升级 重复一种显然错误的决定或在失败的行动方案中投入更多资源的倾向。(7)

ethical sensitivity 道德敏感度 使人们可以意识到道德