

工商管理经典译丛

BUSINESS ESSENTIALS

商学精要

(第8版)



[美] 罗纳德·J·埃伯特 (Ronald J. Ebert) 里基·W·格里芬 (Ricky W. Griffin) 著
苏丽文 译

MANAGEMENT CLASSICS

PEARSON

 中国人民大学出版社

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS



工商管理
经典译丛

BUSINESS ESSENTIALS

商学精要

(第8版)

[美] 罗纳德·J·埃伯特 (Ronald J. Ebert)
里基·W·格里芬 (Ricky W. Griffin)

苏丽文

著
译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商学精要: 第 8 版/ (美) 埃伯特, (美) 格里芬著; 苏丽文译. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 6
(工商管理经典译丛)
ISBN 978-7-300-17581-2

I. ①商… II. ①埃… ②格… ③苏… III. ①工商行政管理-高等学校-教材 IV. ①F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 110271 号

工商管理经典译丛

商学精要 (第 8 版)

[美] 罗纳德·J·埃伯特 著
里基·W·格里芬

苏丽文 译

Shangxue Jingyao

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2013 年 6 月第 1 版

印 张 25.25 插页 2

印 次 2013 年 6 月第 1 次印刷

字 数 550 000

定 价 55.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

谨以此书献给我的好朋友瑞丽。赢得她的信任，让我知道淳朴善良如何能够战胜恐惧并产生无条件的友情。

——罗纳德·J·埃伯特

谨以此书献给对我一生有着多方面影响的莱普。

——里基·W·格里芬

《工商管理经典译丛》

出版说明

随着中国改革开放的深入发展,中国经济高速增长,为中国企业带来了勃勃生机,也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家,时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要,从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》,这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书,该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血,一经推出,立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎,并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生,以及全国MBA教育指导委员会的专家们,都对这套丛书给予了很高的评价,认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作,为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本,并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计,本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》(第六版)获第十二届“中国图书奖”;《管理学》(第四版)获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后,随着经济全球化和信息化的发展,国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革,从20世纪80年代以行为科学为基础,注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究,到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容;并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外,管理教育的国际化趋势也越来越明显,主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来,随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展,国内管理类引进版教材的品种越来越多,出版和更新的周期也在明显加快。为此,我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本,增加新的内容,同时还还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书,以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目,都是培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等世界著名的权威出版机构畅销全球的工商管理教材,被世界各国(地区)的著名大学商学院和管理学院所普遍选用,是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者,皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授,他们的这些教材,经过了美国 and 世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验,被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂,又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者,大多是国内各著名大学的优秀中青年学术骨干,他们大都曾留学欧美,在长期的教学研究和

社会实践中积累了丰富的经验,具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程,从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制,到版式、封面和插图的设计等各方面,都坚持高水平和高标准的原则,力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的 MBA 和工商管理专业核心课程的设置,并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置,以及企业管理培训的要求,故适应面较广,既可用于管理各专业不同层次的教学,又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版,我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会,德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授,都给了我们强有力的支持,使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授,参与了原著的推荐、论证和翻译工作,原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此,谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国 MBA 和工商管理教育事业的发展,为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

前言

第8版中的新内容

● 最近在国内和全球经济中发生的事件给企业带来了前所未有的挑战、刺激和沮丧。《商学精要（第8版）》捕捉到这些事态发展的普遍意义，并揭示出它们对当今商务活动的影响。例如，在第15章中新增的章首案例，介绍的是当今最重要的经济问题——动荡的美国金融体制，包括银行倒闭、坏账、现金短缺、政府紧急救助、问题资产救助计划和信贷市场冻结。

● 尽管商务环境在不断地变化，我们仍要强调商学基础知识。第8版中的更新，进一步强化了商学的基础，包括商务术语、基本做法和概念。在第7章中，对“运营流程”这一部分做了改写，减少和简化了行业术语的使用，阐明了术语的含义。不再使用抽象的措辞，而是用直白的几个词来为术语下定义，在上下文中还插入简短的实例加以解释，比如票据支付过程。

● 在现实世界的商务活动中，大量最新的事态发展为商务概念和目前的困境提供了清楚明了的解释，我们在每一章中都说明，如何将一些基本做法，不仅应用于经济回升时期，而且应用于经济不那么好的时期。比如，第1章就包含了一个实例，介绍2009年电路城（Circuit City，美国电子产品零售业巨头）和利纳斯（Linens'n Things，美国家庭用品连锁巨头）的关门倒闭如何为专门从事存货清算的企业提供了新的商机。

● 各章新增了特写专栏“动荡时期的管理”，说明经济下滑如何与本章中的关键商务习惯做法、决策或概念有关。该专栏运用最近发生的真实事例来解释为什么这些做法、决策或概念对企业的成功如此重要。例如，第13章的专栏说明，由于信贷紧缩以及现金不足，许多企业（和消费者）如何转向互联网以货易货，并将之作为一种顺利渡过当前危机的方法。

● 各地的企业，无论大小，都在日益关注着给它们带来新机遇、新需求以及道德困境的外部影响。第8版介绍了由于不断变化的技术、政治力量和政府法规、环保运动、消费者权益保护运动、经济环境以及竞争而产生的这些影响的几个实例。例如，第3章特别提到2009年的经济衰退对小企业能否得到信贷所产生的影响。

● 所有的章节都用可得到的最新数据、参考资料来源和当前发生的重大事件做了更新。在第16章，有关股票市场的内容进行了全面更新，包括纽约证券交易所（NYSE）和泛欧证券交易所（Euronext）的合并，这使欧洲和美国的市场合二为一。该章也讨论了纽约泛欧证券交易所集团（NYSE Euronext）和卡塔尔证券交易所（Qatar Exchange）新形成的合伙

关系,这使中东进入国际市场后占有较强的地位。

● 我的商务研究室。第8版最突出的一个特点是在 www.mybizlab.com 上提供强有力的在线支持。你将发现可以提供补充文本和媒体资讯的链接,上面的大量信息能够激发学习兴趣。你也可以通过提供即时反馈的交互式练习题反复练习学到的内容。

此外,许多案例研究和特写专栏,包括广受欢迎的视频练习,现在都可以登录 www.mybizlab.com 轻松获取,该网站还提供了大量的其他信息。

你能从中学到什么?

或许你像许多其他学生一样,在开始本学期学习之际,对自己为何在这里学习这门课程有一些疑问。无论你是在两年制的专科学院、四年制的综合大学,还是职业技术学校,是在传统的教室还是在线学习本门课程,你可能都想知道,你应该从这门课程中学到什么,它对你有何好处。简言之,你可能想知道:“我能从中学到什么?”

在你的学校,不管将本课程叫做什么,它都是一门概述性课程,旨在向你介绍美国和其他地方的商务活动的激动人心且富于挑战的各个方面。本课程适合各类学生的需要。你可能选择本课程作为获得商学学位的第一步,你可能正在考虑要从事商务活动因而想更多地了解它。或许你可能知道你要研究商学学科,但却不太确定想专攻哪个领域。或许你打算主修其他领域,但想掌握一些基本的商学背景知识,将把本课程作为一门选修课来学习。或者可能上了这门课,坦诚地说,是因为这门课是必修课,或者是另一门课程的先期预修课程。

对于你们当中那些没有多少工作经验的人来说,可能对商务世界的全貌并不十分了解。如果有很多工作经验,你们可能甚至会有些怀疑能从一门入门级的课程中实际学到什么。作为作者,我们面临的最大挑战之一就是撰写一本可以满足如此多元化的学生需要的书,尤其是在我们承认你们有权质问“我能从中学到什么?”之际。我们也竭尽全力,保证让你觉得本课程具有挑战性、趣味性和实用性。

当今的世界,到处都是五花八门的企业,时刻都有令人怦然心动的商机。在众多的企业中,有的大,有的小;有的久负盛名,有的刚刚建成;有的经营范围广,有的经营范围窄;有的是全球的,有的是本国的——通过本书,我们将讨论这些企业是如何创建、如何运作的,它们为什么能发展起来,为什么又有一些以失败告终,它们如何对你产生影响。无论未来你将去往何方,我们都希望你回想起本课程,将其作为你走向未来发展的第一步。

接下来,我们还要督促你考虑自己从本课程中得到的东西——你能从中学到什么——取决于至少三大因素。一个因素是这本教材以及与其配套的各种学习辅助材料。另一个因素是你的老师。他是一位投身教育事业的专家,想要帮助你在智力上和学术上不断成长和发展。

第三个因素?你。学习是一个积极主动的过程,要求你成为主要的参与者。仅凭记背书中出现的关键术语和概念可以帮助你取得一个可以接受的课程成绩。但是,真正的学习要求你在课程进行过程中,多做阅读、研究、讨论、质疑、复习、体验和评价。尽管测试和作业可能是“必须应对的恶魔”,但是,我们相信,如果你完成本课程的学习,获得了更多的商务知识,对商务世界产生了更多的热情,那么,我们就履行了自己的职责。我们知道,你的

老师会竭尽全力帮助你圆满完成学业。那么，其余的就要靠你自己的努力了。祝你取得成功！

致 谢

尽管本书封面出现的是我们的名字，但是，如果没有许多优秀人物的帮助，我们是不可能完成第8版的撰写工作的。首先，我们要感谢从自己繁忙的日程中抽出时间审阅《商学精要》一书相关材料的所有专业人士：

Andrea Bailey, 摩瑞谷社区学院 (Moraine Valley Community College)

Carlton Raines, 利哈伊碳社区学院 (Lehigh Carbon Community College)

Leatha Ware, 瓦邦斯社区学院 (Waubonsee Community College)

Janet Seggern, 利哈伊碳社区学院 (Lehigh Carbon Community College)

Wendi Achey, 北安普敦社区学院 (Northampton Community College)

Joy Clark, 奥本蒙哥马利大学 (Auburn Montgomery)

我们还要感谢以前各版的审稿人。

还有许多其他专业人士也为本教材的编写作出了巨大的贡献。我们特别感激其中的两个人。我们的执行编辑 Jodi McPherson, 恪尽职守，不断提高本书的质量，帮助我们保持并提高了在高度竞争市场中的领导地位。Judy Leale, 我们的高级总编辑，力保所有的活动协调统一，使本书得以及时面世。此外，Melissa Arlio 在团队合作过程中充当了我们的项目经理。她对我们许多参编者的活动做出了妥善安排，始终如一地鼓励我们共同努力，保证质量和进度。我们还想感谢 Heidi Allgair 和 GGS 高等教育资源公司 (Higher Education Resources), 它是先导媒体全球公司 (Division of PreMedia Global, Inc.) 的一个下属公司，这家合伙公司为第8版的设计和 content 增添了许多创新资源。

当然，新版是建立在过去的成功基础之上的。因此，我们要向前几版的编辑 Kristen Kaiser, Shannon LeMay-Finn 和 Ron Librach 等致以衷心的感谢。Barbara Van Syckle 教授的独到构思和所作的贡献从以前版本中传承下来，继续影响《商学精要》的特色。我们还想感谢前几版的审阅人，他们的贡献为第8版增添了实力。

我们在密苏里-哥伦比亚大学 (University of Missouri-Columbia) 和得克萨斯州农工大学 (Texas A&M University) 的同行们也值得赞誉。我们每个人的运气都非常好，能够成为向我们的思想发起挑战并使我们生活充实的学者社区的一分子。最后，我们要感激构成我们生活之基础的人们。我们为我们的妻子 Mary 和 Glenda 的造诣感到骄傲，知道她们一直在那里支持着我们，令我们力量倍增。还有我们的孩子，Matt, Kristen 和 Brayer, 以及 Ashley, Dustin 和 Matt, 他们给我们带来了快乐。谢谢所有成就我们的人。

罗纳德·J·埃伯特 (Ronald J. Ebert)

里基·W·格里芬 (Ricky W. Griffin)

中国人民大学出版社工商管理类翻译版教材

序号	书名	版次	作者	定价	出版年份	ISBN
----	----	----	----	----	------	------

(一) 工商管理经典译丛

1	管理学	11	斯蒂芬·P·罗宾斯	69	2012	9787300157955
2	罗宾斯《管理学》(第9版)学习指导	9	史蒂文·考克斯	29.8	2009	9787300103372
3	管理经济学(第4版修订版)	4	H·克雷格·彼得森	69	2009	9787300113678
4	管理经济学	11	马克·赫斯切	69	2008	9787300092874
5	组织行为学	14	斯蒂芬·P·罗宾斯	72	2012	9787300166636
6	组织行为学	9	杰拉尔德·格林伯格	75	2011	9787300136035
7	战略管理:概念与案例	10	迈克尔·A·希特	59	2012	9787300166216
8	战略管理:概念与案例(第13版·全球版)	13	弗雷德·R·戴维	68	2012	9787300158556
9	战略过程:概念、情境、案例	4	亨利·明茨伯格	69	2012	9787300163314
10	人力资源管理	12	加里·德斯勒	79	2012	9787300157238
11	会计学	8	查尔斯·T·亨格瑞	79	2010	9787300125435
12	公司理财	5	理查德·A·布雷利	78	2008	9787300092911
13	项目管理:管理新视角	7	杰克·R·梅雷迪思	78	2011	9787300129778
14	MBA运营管理	3	杰克·R·梅雷迪思	49.8	2007	9787300086507
15	运作管理	10	杰伊·海泽	89	2012	9787300148908
16	供应链管理	5	苏尼尔·乔普拉	65	2013	9787300169743
17	市场营销原理	13	菲利普·科特勒	65	2010	9787300118543
18	营销管理(第14版·全球版)	14	菲利普·科特勒	79	2012	9787300153100
19	营销管理(第13版·中国版)	13	菲利浦·科特勒	75	2009	9787300104591
20	管理信息系统(精要版·第9版)	9	肯尼思·C·劳东	59	2012	9787300162546
21	质量管理与质量控制	7	詹姆斯·R·埃文斯	65	2010	9787300120270
22	数据、模型与决策	4	詹姆斯·R·埃文斯	59	2011	9787300136059
23	电子商务导论	2	埃弗瑞姆·特伯恩	59	2011	9787300137476
24	商务统计学	5	戴维·M·莱文	65	2010	9787300124926
25	管理沟通——以案例分析为视角	4	詹姆斯·S·奥罗克	49	2011	9787300129204
26	管理思想史	6	丹尼尔·A·雷恩	62	2012	9787300148212
27	企业伦理学——伦理决策与案例	8	O.C.费雷尔	49	2012	9787300160160
28	商业伦理:概念与案例	7	曼纽尔·G·贝拉斯克斯	52	2013	9787300173764
29	职业生涯发展与规划	3	罗伯特·C·里尔登	39	2010	9787300118437
30	商业法律环境	4	南希·K·库巴塞克	69	2007	9787300081878
31	企业管理研究方法	10	唐纳德·库珀	79	2013	9787300176451
32	商学精要(第8版)	8	罗纳德·J·埃伯特	55	2013	9787300175812

(二) 工商管理经典译丛·国际化管理系列

1	全球商务	1	彭维刚	65	2011	9787300128191
2	全球商务谈判:实务操作指南	1	克劳德·塞利奇	29	2008	9787300092836
3	国际商务	7	查尔斯·W·L·希尔	72	2009	9787300106601
4	全球营销学	4	沃伦·L·基坎	69	2009	9787300106625

(三) 工商管理经典译丛·市场营销系列

1	市场营销学	9	加里·阿姆斯特朗	65	2010	9787300125244
2	市场营销学基础	18	小威廉·D·佩罗	65	2012	9787300156446
3	营销管理(第5版·全球版)	5	菲利普·科特勒	39	2012	9787300153674
4	营销管理(亚洲版·第5版)	5	菲利普·科特勒	75	2010	9787300113692
5	营销管理:知识与技能	10	J·保罗·彼得	65	2012	9787300157511
6	战略营销:教程与案例	11	罗杰·A·凯琳	65	2011	9787300138688
7	战略品牌管理	3	凯文·莱恩·凯勒	72	2009	9787300106557
8	现代品牌管理	1	西尔维·拉福雷	55	2012	9787300160153
9	服务营销	6	克里斯托弗·洛夫洛克	68	2010	9787300121550
10	消费者行为学(第8版·中国版)	8	迈克尔·R·所罗门	69	2009	9787300106540
11	消费者行为学	10	利昂·G·希夫曼	65	2011	9787300136080
12	营销调研	6	阿尔文·C·伯恩斯	55	2011	9787300133362
13	营销渠道	7	安妮·T·科兰	59	2008	9787300095257
14	网络营销	5	朱迪·斯特劳斯	55	2010	9787300124254
15	网络营销实务:工具与方法	1	贾森·米列茨基	45	2011	9787300126876
16	广告学:原理与实务	7	威廉·维尔斯	65	2009	9787300087818
17	广告与促销:整合营销传播视角	8	乔治·E·贝尔奇	78	2009	9787300106618
18	组织间营销管理	10	迈克尔·D·赫特	59	2011	9787300130279
19	零售管理	11	巴里·伯曼	79	2011	9787300130934
20	专业化销售:基于信任的方法	4	托马斯·N·英格拉姆	48	2009	9787300112190
21	销售管理	9	威廉·L·科恩	48	2010	9787300118499
22	销售管理——塑造未来的销售领导者	1	小约翰·F·坦纳	48	2010	9787300117676
23	营销战略与竞争定位	3	格雷厄姆·胡利	49	2007	9787300078984

(四) 工商管理经典译丛·会计与财务系列

1	会计学：管理会计分册	23	詹姆斯·M·里夫	36	2011	9787300135526
2	会计学：财务会计分册	23	詹姆斯·M·里夫	65	2011	9787300137834
3	会计学原理	19	约翰·J·怀尔德	65	2012	9787300148205
4	成本与管理会计	13	查尔斯·T·亨格瑞	79	2010	9787300125947
5	中级会计学（上、下册）	12	唐纳德·E·基索	168	2008	9787300094571
6	高级会计学	10	弗洛伊德·A·比姆斯	69.8	2011	9787300146362
7	审计学：一种整合方法	14	阿尔文·A·阿伦斯	72	2013	9787300168289
8	公司理财	1	乔纳森·伯克	89	2009	9787300112206
9	中级财务管理	8	尤金·F·布里格姆	69	2009	9787300104270
10	财务报表分析	10	K.R. 苏布拉马尼亚姆	59	2009	9787300108261
11	跨国公司财务管理基础	6	艾伦·C·夏皮罗	59	2010	9787300117799

(五) 人力资源管理译丛

1	人力资源管理：赢得竞争优势	5	雷蒙德·A·诺伊	75	2005	9787300068626
2	人力资源管理基础	3	雷蒙德·A·诺伊	65	2011	9787300138237
3	薪酬管理	9	乔治·T·米尔科维奇	68	2008	9787300095615
4	战略薪酬管理	5	约瑟夫·J·马尔托奇奥	49	2010	9787300112138
5	绩效管理	1	赫尔曼·阿吉斯	39.8	2008	9787300089119
6	雇员培训与开发	3	雷蒙德·A·诺伊	45	2007	9787300081861
7	国际人力资源管理	5	赵曙明 彼得·J·道林	45	2012	9787300147345
8	组织行为学	6	罗伯特·克赖特纳	78	2007	9787300085739
9	组织中的人际沟通技巧	3	苏珊娜·杰纳兹	49	2011	9787300138244
10	谈判与冲突管理	1	芭芭拉·A·布贾克	39.8	2009	9787300103884

(六) 工商管理经典译丛·运营管理系列

1	运营管理：创造供应链价值	6	罗伯塔·S·拉塞尔	59	2010	9787300116136
2	供应链设计与管理	3	大卫·辛奇-利维	55	2010	9787300116143
3	当代物流学	9	小保罗·R·墨菲	49	2009	9787300109756
4	物流管理与战略——通过供应链竞争	3	艾伦·哈里森等	39	2010	9787300116129
5	项目管理：流程、方法与经济学	2	亚伯拉罕·施塔布	69	2007	9787300086774
6	IT 项目管理	3	杰克·T·马尔海夫卡	49	2011	9787300134819
7	质量管理：整合供应链	4	S·托马斯·福斯特	59	2013	9787300171425
8	供应管理	8	戴维·伯特	68	2012	9787300157948

(七) 管理科学与工程经典译丛

1	数据、模型与决策	10	伯纳德·W·泰勒	78	2011	9787300140056
2	管理科学	2	约翰·A·劳伦斯	75	2009	9787300103181
3	管理信息技术	5	埃夫拉伊姆·图尔班	69	2009	9787300109763
4	制造计划与控制	5	托马斯·E·沃尔曼	69	2009	9787300099521
5	创新管理	4	乔·蒂德	59	2012	9787300156576

(八) 工商管理经典译丛·简明系列

1	创业学（亚洲版）	1	霍华德·H·弗雷德里克	55	2011	9787300135069
2	战略管理	1	G·佩奇·韦斯特三世	45	2011	9787300136073
3	战略管理精要	5	J·戴维·亨格	45	2012	9787300151618
4	管理学	8	约翰·R·舍默霍恩	50	2011	9787300142203
5	管理学原理（第6版）	6	斯蒂芬·P·罗宾斯	62	2009	9787300099897
6	创业学（第2版）	2	杰克·M·卡普兰	48	2009	9787300099576
7	商务沟通——数字世界的沟通技能	12	凯瑟琳·伦茨	49	2012	9787300153315

(九) 其他教材

1	组织行为学经典文献	8	乔伊斯·S·奥斯拉	65	2010	9787300129198
2	战略管理：解决战略矛盾，创造竞争优势	1	鲍勃·德威特	39	2008	9787300092997
3	中小企业创业管理	3	杰尔姆·A·卡茨	75	2012	9787300142715
4	旅游学	10	查尔斯·R·格德纳	65	2008	9787300091563
5	休闲与旅游研究方法	3	A.J. 维尔	48	2008	9787300090191
6	案例学习指南：阅读、分析、讨论案例和撰写案例报告	1	威廉·埃利特	39	2009	9787300102023

Authorized translation from the English language edition, entitled Business Essentials, 8th edition, 9780137053490 by Ronald J. Ebert, Ricky W. Griffin, published by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, Copyright © 2011, 2009, 2007, 2005, 2003 by Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS Copyright © 2013.

本书中文简体字版由培生教育出版公司授权中国人民大学出版社合作出版，未经出版者书面许可，不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

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

尊敬的老师：

您好！

为了确保您及时有效地申请培生整体教学资源，请您务必完整填写如下表格，加盖学院的公章后传真给我们，我们将会在2~3个工作日内为您处理。

请填写所需教辅的开课信息：

采用教材			☐ 中文版 ☐ 英文版 ☐ 双语版
作 者		出版社	
版 次		ISBN	
课程时间	始于 年 月 日	学生人数	
	止于 年 月 日	学生年级	☐ 专科 ☐ 本科 1/2 年级 ☐ 研究生 ☐ 本科 3/4 年级

请填写您的个人信息：

学 校			
院系/专业			
姓 名		职 称	☐ 助教 ☐ 讲师 ☐ 副教授 ☐ 教授
通信地址/邮编			
手 机		电 话	
传 真			
official email (必填) (eg: ×××@ruc.edu.cn)		email (eg: ×××@163.com)	
是否愿意接受我们定期的新书讯息通知： ☐ 是 ☐ 否			

系/院主任：_____（签字）

（系 / 院办公室章）

_____年____月____日

资源说明：

—常规教辅资源（PPT、教师手册、题库等）：请访问 www.pearsonhighered.com/educator（免费）

—MyLabs/Mastering 系列在线平台：适合老师和学生共同使用，访问需要 Access Code（付费）

100013 北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 D 座 1208 室

电话：(8610) 57355169

传真：(8610) 58257961

Please send this form to: Service.CN@pearson.com

Website: www.pearsonhighered.com/educator

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（www.rdjg.com.cn）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，82501704

传真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcbsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机				电子邮箱	
通讯地址				邮 编	
任教学校				所在院系	
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

目 录

第 I 篇 当代商务世界	(1)
第 1 章 美国的商务环境	(3)
1.1 企业的概念和利润的概念	(4)
1.2 企业的外部环境	(5)
1.3 经济制度	(7)
1.4 市场体制经济学	(10)
1.5 经济指标	(15)
第 2 章 企业道德和社会责任	(24)
2.1 工作场所中的道德问题	(25)
2.2 社会责任	(31)
2.3 社会责任的领域	(33)
2.4 实施社会责任项目	(39)
2.5 社会责任和小企业	(41)
第 3 章 企业家精神、新企业和企业所有权	(43)
3.1 什么是小企业?	(44)
3.2 企业家精神	(47)
3.3 创办和经营新企业	(49)
3.4 小企业创立的趋势以及新创小企业的成败	(52)
3.5 非公司制企业所有权	(55)
3.6 公司制企业	(57)
第 4 章 全球商务环境	(63)
4.1 当代全球经济	(64)
4.2 国际企业管理	(74)
4.3 国际贸易壁垒	(79)
第 II 篇 企业的管理	(83)
第 5 章 企业管理	(85)
5.1 谁是管理者?	(86)
5.2 管理过程	(87)

5.3	管理者的类型	(89)
5.4	基本的管理技能	(91)
5.5	战略管理: 设定目标和制定战略	(93)
5.6	应变计划和危机管理	(98)
5.7	管理与企业文化	(100)
第6章	企业的组织	(102)
6.1	什么是组织结构?	(103)
6.2	组织结构的构成要素	(104)
6.3	构建决策层次模型	(108)
6.4	组织结构的基本形式	(112)
6.5	非正式组织	(118)
第7章	运营管理和质量	(120)
7.1	如今运营有何含义?	(121)
7.2	通过运营创造价值	(122)
7.3	作为运营引擎的企业战略	(124)
7.4	运营规划	(126)
7.5	运营进度表的编制	(131)
7.6	运营控制	(133)
7.7	质量改进和全面质量管理	(134)
7.8	通过供应链实现增值	(137)
第Ⅲ篇	组织中的人	(141)
第8章	员工行为与激励	(143)
8.1	员工行为模式	(144)
8.2	员工中的个体差异	(146)
8.3	员工与工作的适配	(148)
8.4	激励的基本概念和理论	(150)
8.5	增强员工激励的策略和技巧	(155)
第9章	领导与决策	(161)
9.1	领导的本质	(163)
9.2	关于领导力的早期研究	(164)
9.3	情境领导理论	(165)
9.4	追随者眼中的领导力	(166)
9.5	领导工作中的特殊问题	(167)
9.6	领导本质的变化	(169)
9.7	新出现的领导问题	(170)
9.8	领导、管理与决策	(172)

第 10 章 人力资源管理与劳资关系	(178)
10.1 人力资源管理的基本原理	(179)
10.2 组织的人员配置	(181)
10.3 对员工队伍的培养	(184)
10.4 薪酬与福利	(185)
10.5 人力资源管理的法律环境	(188)
10.6 变化中的工作场所面临的新挑战	(191)
10.7 应对有组织的劳动力	(193)
10.8 集体谈判	(194)
第Ⅳ篇 市场营销原理	(199)
第 11 章 营销过程与消费者行为	(201)
11.1 什么是营销?	(202)
11.2 目标营销与市场细分	(208)
11.3 理解消费者行为	(209)
11.4 组织营销与购买行为	(211)
11.5 什么是产品?	(212)
11.6 开发新产品	(214)
11.7 产品的识别	(216)
11.8 国际营销组合	(219)
11.9 小企业及其营销组合	(220)
第 12 章 定价、分销和产品促销	(223)
12.1 确定价格	(224)
12.2 定价战略与战术	(227)
12.3 分销组合	(228)
12.4 批发	(230)
12.5 零售	(230)
12.6 物流	(234)
12.7 促销的重要性	(236)
第Ⅴ篇 信息管理	(243)
第 13 章 商务信息技术	(245)
13.1 信息技术的影响	(246)
13.2 信息技术基础构件: 企业资源	(250)
13.3 信息系统: 驾驭信息技术的竞争力	(254)
13.4 信息技术风险与威胁	(258)
13.5 信息技术保护措施	(260)