

Mc
Graw
Hill

世界权威教材精要译丛

Organizational Behavior: Core Concepts

组织行为学精要



(美) 安杰洛·金尼奇 著
王慧敏 王慧英 译



电子工业出版社

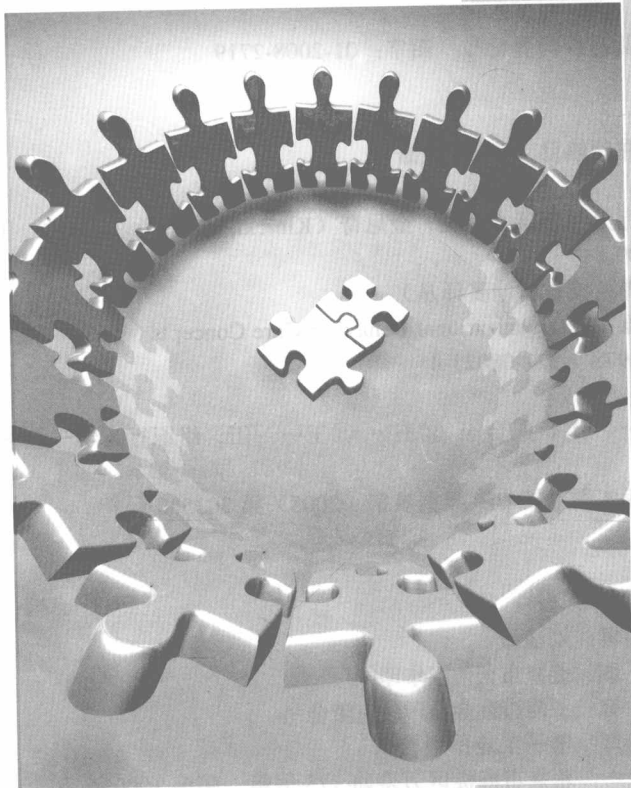
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

世界权威教材精要译丛

Organizational Behavior: Core Concepts

组织行为学精要



(美) 安杰洛·金尼奇 著
王慧敏 王慧英 译

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京·BEIJING

Angelo Kinicki: Organizational Behavior: Core Concepts

EISBN: 978-0-07-353029-1

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

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Publishing House of Electronics Industry. Copyright ©2009

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司授予电子工业出版社。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封底贴有 McGraw-Hill 公司激光防伪标签,无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2008-2719

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学精要 / (美)金尼奇(Kinicki, A.)著;王慧敏,王慧英译. —北京:电子工业出版社, 2009.1

(世界权威教材精要译丛)

书名原文: Organizational Behavior: Core Concepts

ISBN 978-7-121-08023-4

I. 组… II. ①金… ②王… ③王… III. 组织行为学—教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 203580 号

责任编辑:刘淑敏

印刷:北京市天竺颖华印刷厂

装订:三河市鑫金马印装有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本: 787×980 1/16 印张: 16.5 字数: 281 千字

印次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

定价: 28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

译者序

21世纪是引人注目的时代，经济日益全球化，科学技术飞速发展，知识经济日见端倪，竞争空前激烈，组织环境复杂多变。新的形势对组织及其行为管理提出了全新的挑战。因此，对组织行为的研究成为热点，各个大学的管理专业纷纷开设了组织行为学课程，各种组织行为学教材也应时之需陆续面市，这其中既有引进的外版教材，也有国内学者编著的教材。而本书与以往的教材确是有很大的不同。它只介绍核心概念，而没有任何案例、练习和补充资料。作者这样做的目的是让这本教材成为组织行为学理论知识精华的浓缩，让教师有更多的机会根据学生、教学的实际情况灵活地增添、扩充内容。

本书最突出的特点就是内容精简但系统全面。作者在写作本书时确定的目标就是：“以能够引起读者兴趣而且他们也能够接受的方式精简地介绍组织行为学中最新的、实用的知识”。为了达到这一目标，作者遵循组织行为学基本架构以简洁、高效的方式介绍了与个人、群体和组织行为相关的一系列概念与理论，对大量的研究观点和研究成果进行了融合提炼。同时，作者注重教材内容的时代性，介绍了当前最新的理论、研究成果和实践案例，涵盖的前沿问题包括电子商务对组织行为的影响、人力资本和社会资本、积极的组织行为、多样性的管理、积极的个性、情绪、情商、组织公正、虚拟团队、知识管理、信息技术对组织行为的影响、跨文化冲突、工作场所的不文明行为、印象管理、领导力的全景模型、5级领导、共享领导权以及学习型组织等。这样的内容设计体现了作者厚重扎实的理论功底和丰富的教学实践经验。

本书的另一个特色就是将各个章节中涉及的相互关联的大量知识点以图表这种简单直观的方式呈现出来，这使作者能够以更短的篇幅介绍更多的知识，同时也教给学生一种梳理思路、总结知识的方法。

总之，这本书是一本很好的、很实用的组织行为学教材，可以用做管理学科的本科生和研究生的教材或参考书，也可做培训教材。

前言

多年来，我在很多国家为本科生和研究生讲授“组织行为与管理”这门课，但我从来没听学生说“我需要一本章节更多、内容更长、价格更高的教科书”。我深知这一点，在当今这个工作负荷过重、时间紧张的快节奏社会，人们希望教科书更短、更便宜。在组织行为学领域，“精要”版教科书的出版就是试图满足人们的这种需要。但是，内容简短往往意味着缺少对最新研究动态的介绍和缺乏鲜活事例，以及篇章结构过于简化。我认为，追求内容“简洁”并不一定导致内容陈旧、乏味。

根据经验挑选核心概念

我在写作本书时，追求的目标就是：“以能够引起读者兴趣而且他们也能够接受的方式精简地介绍组织行为学中最新的、实用的知识。”为了实现这个目标，我精心选择教材中需要介绍的组织行为学中的概念。而之所以能够进行这样的内容决策是因为我多年讲授组织行为学课程和撰写组织行为学内容的文章。例如，我获得过多项教学奖，编写或与人合作编写了 17 本教材。我选择介绍的内容都是我认为学生理解个人、群体和组织行为所必需的知识。此外，本书所采用的简洁、高效的讲解方式也是 AACSB 和 ACBSP 等认证组织所推荐的。

注重灵活性和深度，而不是教法

因为我将本书的内容设计为 14 章，所以我需要进行一个权衡，是更全面地介绍核心概念，还是提供更多的提高教法的内容，如为解释或应用一些概念而设计案例或练习？我决定还是更多地侧重内容，而让教师能够更灵活地将自己的案例和补充资料融入课程当中。除了每一章开篇设定了一些学习目标外，章节主体内容中没有任何案例或练习。这样我就可以使这 14 个章节涉及的内容最大化。

大量鲜活、相关的资料是本书内容的基石

在购买面包、牛奶这类日常消费品时，聪明的消费者都会看看保质期以确定商品的新鲜程度。同样道理，我们也要检查组织行为学教科书内容的新鲜程度以确保读者阅读的是当前最新的理论、研究成果和实践案例，时间没有被浪费。本书中所讨论的前沿问题包括电子商务对组织行为的影响、人力资本和社会资本、积极的组织行为、多样性的管理、积极的个性、情绪、情商、组织公正、虚拟团队、知识管理、信息技术对组织行为的影响、跨文化冲突、工作场所的不文明行为、印象管理、领导力的全景模型、5级领导、共享领导权及学习型组织等。

通过分析总结研究成果

因为我的目标是写一本简短的书，所以我不可能在书中介绍有关组织行为学概念的所有相关研究。于是，我尽可能地进行大量分析以总结出一个特定的组织行为学概念最新的发展动态。大量分析就是通过对很多研究成果的分析总结出某个问题的一般性的结论。这样的分析方法通常要由很多人对很多的研究成果进行分析。因为大量分析所关注的不是支离破碎的资料或孤立的研究，而是研究结果的总体形势，因此能够提供很多思路。采用这种方法也使我得以在简短的篇幅中总结众多研究成果并介绍更多的组织行为学内容。

目 录

第 1 章 组织行为：人对于组织为什么是重要的？	1
1.1 管理者与他人合作并利用他人完成工作	2
1.2 组织行为学成为一门学科的起源	8
1.3 组织行为学的新动向	13

第 1 部分 在组织中管理个体

第 2 章 认知与多样性：为什么有不同的观点？	22
2.1 认知的社会信息处理模型	23
2.2 归因	29
2.3 多样性的定义和管理	32
2.4 有效管理多样性的组织实践	37
第 3 章 个体差异：是什么让员工显得独特？	40
3.1 从自我认识到自我管理	41
3.2 个性	50
3.3 组织行为学开始研究情绪问题	54
第 4 章 激励理论：是什么促使员工努力工作？	58
4.1 激励的内容理论	59
4.2 激励的过程理论	63
4.3 通过工作设计激励员工	70
4.4 激励理论的应用	74
第 5 章 激励理论的应用：如何让人发挥出最大潜能？	76
5.1 目标设定	78
5.2 反馈	81

5.3 组织的报酬体系	84
5.4 正强化	89

第 2 部分 在组织中管理团队和制定决策

第 6 章 群体和团队协作：群体如何完成工作及如何领导群体？	96
6.1 群体行为基本知识	97
6.2 团队、信任与合作	103
6.3 群体和团队有效性面临的威胁	109
第 7 章 决策：如何运用个体决策与群体决策？	112
7.1 决策模型	113
7.2 决策的机制	116
7.3 群体决策	122
第 8 章 冲突和谈判：为什么会出现冲突及如何处理冲突？	131
8.1 当前对冲突的认识	132
8.2 冲突的主要类型	135
8.3 管理冲突	141
8.4 谈判	146

第 3 部分 在组织中管理程序

第 9 章 沟通：如何传递信息？	150
9.1 有关沟通过程的基本知识	151
9.2 人际沟通	154
9.3 计算机化信息时代的沟通	161
9.4 有效沟通的障碍	166
第 10 章 权力和政治：人们之间是如何相互影响的？	170
10.1 影响他人	171

10.2	社会权力和授权	174
10.3	组织政治和印象管理	177
第 11 章	领导：如何成为有效的领导者？	184
11.1	领导的内容	185
11.2	领导的特质和行为理论	186
11.3	情境理论	189
11.4	全系列领导模型：从交易型领导到变革型领导	193
11.5	关于领导的其他观点	196

第 4 部分 组织变革

第 12 章	组织文化：组织是如何创造和传播文化的？	204
12.1	组织文化的定义与背景	205
12.2	组织文化的动态性	206
12.3	组织的社会化过程	214
12.4	通过指导让组织文化扎根	218
第 13 章	组织设计：组织结构如何让员工与任务匹配？	221
13.1	组织的定义和维度	222
13.2	对组织的比喻	224
13.3	努力提高组织的有效性	228
13.4	组织设计的权变方法	230
第 14 章	变革与学习型组织：如何在变化无常的世界中繁荣发展？	236
14.1	变革的动力	237
14.2	有计划的变革模型	239
14.3	变革的阻力	246
14.4	创建学习型组织	249

第 1 章

组织行为

人对于组织为什么是重要的？

学习目标

通过本章的学习，你应该能够：

- 解释人力资源管理方面的能力对管理成功的重要意义。
- 总结符合伦理的决策的基本原则。
- 解释全球商务和职场变化对管理者角色的影响。
- 定义组织行为学，说出组织行为学吸收了哪些学科的知识。
- 讨论全面质量管理、权变管理、人力资本和社会资本及积极心理学对组织行为学的影响。
- 定义电子商务，说出在工作中，因特网以哪些方式影响人员管理。

人对组织的成功有多重要？看看那些最成功的组织，你就会明白了。如果西南航空公司的员工，包括飞行员、乘务人员和地面服务人员，不能随时出现在需要他们的地方以满足顾客需求和有效运营的要求，那么西南航空公司会是什么样？在一个亏损严重的行业，西南航空公司却一直保持赢利。苹果公司的再次绚丽登场，推出了 iPod 和视频播放器，你对此有什么看法？在乔布斯的领导下，创意人员推出了创新的设计，使 iPod

成为市场领先产品，而且让苹果公司利润大幅度增加。

这些及其他的成功都证明，对于今天的组织，人的确是重要因素。斯坦福大学的杰夫瑞·皮佛对在美国和德国进行的研究进行了综合分析，得出的结论是以人为本的做法（如招聘时认真筛选，给员工决策权）可以带来高利润和低员工流动率。但是，有很多公司虽然宣称人是公司最重要的资本，但实际工作中却背道而驰，为了短期的利润而减少工作岗位、不考虑员工个人发展。这样的组织把人看做是成本，而不是资本。按照皮佛的说法，只有12%的组织为了成为真正的以人为本的组织而设计了系统的方法并做出长期的努力，这些组织也因此具有了竞争优势。

88%的企业没能很好地做到以人为本，这不仅是社会的损失，也是全球经济的损失。《财富》杂志每年评选的“100个最佳雇主”告诉我们以人为本的组织正在做什么。2005年成为最佳雇主的基因技术公司是位于旧金山的一家生物技术公司。该公司每年只有5%的员工辞职，95%的员工持有公司的股票。最近的研究还发现，100个最佳雇主在竞争中都居于领先地位。我们写作本书就是为了让世界上出现更多的以人为本的管理者和组织。本章将讨论管理者的工作内容、定义组织行为并研究组织行为学的发展历程及探讨组织行为学未来新的发展方向。

1.1 管理者与他人合作并利用他人完成工作

管理者在很多方面都影响着我们的生活。学校、医院、政府机构及大大小小的企业都要求系统的管理。管理就是与他人合作并通过他人的努力以有效的、道德的方式实现组织目标。管理者的作用是不断变化的。今天成功的管理者绝对不是过去那种“一切皆在我的掌控之中”的发号施令的人。相反，他们能够想出并积极推出一些大胆的新措施，而且这些措施既符合伦理规范又灵活务实。有效的管理者是团队的成员，虽然团队内存在利益冲突，但大家都愿意而且积极地支持管理者。管理学学者亨利·明茨伯格评论说：“管理者决定了我们的社会机构能否为我们提供良好的服务或者是否会浪费我们的才智和资源。”

■ 1.1.1 管理者需要具备的全部技能

明茨伯格和其他一些人所做的观察性研究发现，典型的管理者的一天是被分成了若干支离破碎的、短暂的片段。他们的工作经常被中断，他们很少有大块的时间去做计划和进行反思。对4名最高管理者进行的研究发现，他们63%的时间花在各种持续时间不到9分钟的事情上，只有5%的时间是用在耗时1小时以上的事情上。

人们多次尝试为管理者忙碌的工作日做个现实的记录。克拉克·威尔逊和其他一些研究者在过去的25年里做了很多研究，为我们提供了对管理者技能的现实的描述。威尔逊的管理者技能描述重点介绍了11种可以观察到的管理行为：

- 向所有相关的人阐明目标和志向。
- 鼓励参与，也就是鼓励员工向上沟通和提出建议。
- 计划和组织有序的工作流程。
- 有回答关于组织问题的技术和管理专长。
- 通过团队建设、培训、训练和支持等推进工作。
- 实事求是地提供有建设性的反馈意见。
- 通过进度计划、最后期限规定和有用的提示物帮助维持工作开展。
- 控制细节，但不专横。
- 为了实现目标施加合理的压力。
- 将一些重要的职责授权给其他人，但要保持目标的明确性和大家对目标的忠诚。
- 通过奖励和正强化认可良好的绩效。

要注意到管理工作主要似乎有效地与人打交道。这11个技能构成了一个设定目标、为目标而努力、反馈、奖励和实现目标这样一个循环过程，每个环节都涉及人与人之间的相互影响。

■ 1.1.2 伦理行为的重要性

管理者和员工不仅要有工作技能，而且行为要符合伦理规范。伦理研究的是道德问题和道德选择。它主要是有关对错、好坏标准及众多的灰色地带问题。几乎每个决策，

不管是工作中的还是工作以外的，都存在道德意义。因为管理者确定了工作场所的伦理基准，所以他们常常面临的挑战就是要有勇气和想象力去做正确的事。

1. 伦理行为模型

图 1-1 所示的各种复杂的影响因素塑造了人们的道德行为和不道德行为。这个模型的中心是个体决策者，他有自己独特的个性特征、价值观、经历和道德原则。这个个体对角色也有自己的预期，这种预期是在组织内外的影响下形成的。最后，组织中高层管理者的特征因素对个体的行为还存在强化或弱化影响。

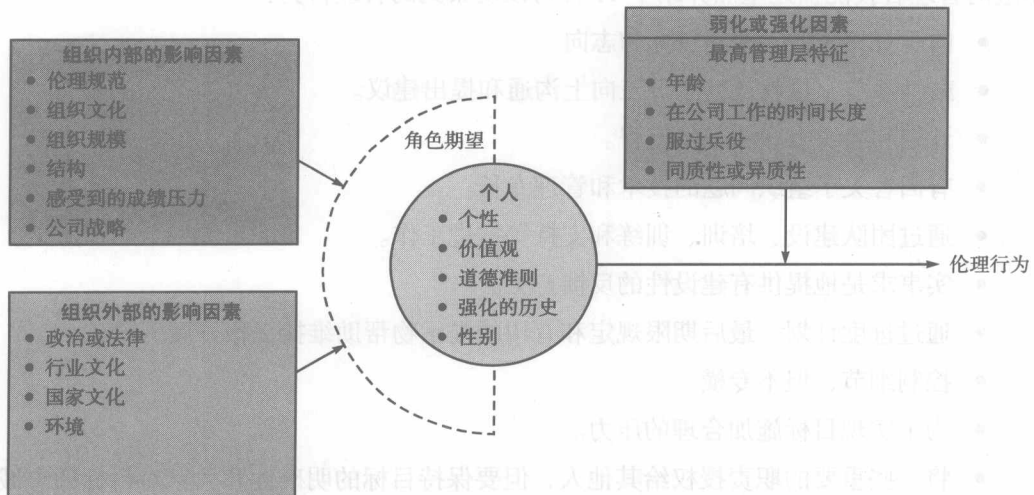


图 1-1 工作中的伦理行为模型

不管一个人进行伦理决策的能力如何，组织内在的影响因素都会对道德行为产生一些影响。这些内在影响因素包括组织的行为规范和组织文化。在书面行为规范中表现了伦理价值观的组织内更有可能出现伦理行为，组织文化奖励的行为也更有可能出现伦理行为。有一家公关公司设立了伦理委员会，由公司的 CEO 主持这个委员会的会议，会议上公开讨论员工遇到的现实的伦理问题。另外，组织的规模也会对伦理产生影响。有些研究得出结论，在大公司中更容易出现不道德的行为。在分权的组织中，管理者更容易做出不符合伦理的行为，这可能是由于管理者想向高层管理者“表功”。还有许多研

究发现，如果中层和底层管理者有工作成绩压力往往就会做出更多的不道德行为。因此，奖励制度对伦理行为的选择是有影响的。

影响伦理的外部因素是政治或法律制度、产业结构、社会文化及组织的运营环境。尽管近来有很多美国公司的高层管理者出现了违背伦理的行为，但美国的政治或法律制度长期以来一直都有严格要求以保证企业的行为符合伦理要求。研究也发现某些行业的企业违法的情况要比企业平均水平严重得多，这可能是因为这些行业共享的规范、价值观和信念使得管理者更容易做出不符合伦理的行为。社会文化通过影响组织中人的价值观来影响伦理行为。曾经对来自 10 个国家的管理者做过一项研究，让这些管理者评判一些行为（例如，掩盖自己的错误、泄露个人信息及因为给他人提供优惠待遇而接受对方的礼物）是否符合伦理。这些管理者所做的评判与他们的国籍背景有很大关系。其他影响伦理行为的外部因素还包括行业的赢利水平和对“送礼”行为的价值判断。

最后，研究者在寻找伦理行为的原因时，发现还有一些因素能够强化或弱化外部影响因素、内部影响因素和伦理行为之间的关系。所有这些因素都与组织的最高管理层（CEO 和他的直接下属）的特征有关。如果组织中的最高管理者年龄越大、在组织中工作的时间越长，伦理影响因素对伦理行为的影响就越弱，也就是说经验越丰富的领导者越不可能让不道德的行为发生。此外，如果最高管理层中有更多的人服过兵役或者如果最高管理层具有异质性（不同的性别、年龄、种族、信仰等），那么影响因素越不可能导致非道德行为。

2. 做出符合伦理的决策

做出符合伦理的决策需要进行权衡。例如，对股东有利的事情不一定符合员工的最大利益。做出符合伦理的决策的一种方法就是先看看所提议的行为是否合法，任何不合法的事情都要放弃。接下来，要考虑所做出的选择对股东价值的影响。如果这个选择使股东价值最大化，那就再考虑它对利益相关者（顾客、员工、社区、环境和供应商）的影响，并证明它带给相关者的损害不超过带给股东的利益。如果所做的选择不能使股东利益最大化，那么就考虑如果不采取这个行为是否符合伦理要求，这时要考虑对所有利益相关者的影响。如果所做的选择不能使股东利益最大化，但为了按照伦理要求对待他

人却必须这样做，那么就应该这样做并且向股东说明情况。

另一种做出符合伦理的决策的方法就是使用一般性的道德准则。有7个准则是任何时候都适用的：人的生命尊严、自主、诚实、忠诚、公平、仁慈和共同利益。没有绝对的伦理标准，我们要参照道德准则以保证决策符合规则要求、合适而且是可辩护的。

■ 1.1.3 全球背景：文化差异

今天的组织是在经济全球化的背景下运营的，所以，管理组织不仅涉及思考和行为模式，而且涉及贸易协定、货物和服务及货币兑换。世界不同地区的人从小开始学习的社会文化就是不同的，社会文化是社会广泛接受的对于应该如何思考、如何行事、如何感知及如何感受等的基本信念，人是通过社会学习社会文化的。文化可能很难理解，因为它有很多层次，从外部的产品，如工艺品，到家庭习惯，直到人们内心所秉持的但未曾明确表达出来的价值观。

不管是在文化多样的美国公司还是在跨国公司，管理者都需要考虑管理理论是否适合特定的员工。荷兰研究者格特·霍夫斯特德对IBM在50多个国家的员工进行了比较并发现影响工作价值观和行为的显著的文化差异。但是，一定要注意，文化模式只是一种总体趋势，并不代表文化中的每个人的特点。

另外一个为区分社会文化并确定文化对组织行为影响所做的尝试就是GLOBE（全球领导和组织行为有效性）项目，它是罗伯特·豪斯的研究成果。通过GLOBE项目的前两个阶段工作，来自各国的研究者列出了文化的9个基本维度：

- 权力距离。在组织和社会中，应存在多大程度的权力不平等分配？
- 不确定性规避。人们应该在多大程度上依靠社会规范和规则以避免不确定性和限制突发性？
- 社会集体主义。在多大程度上奖励忠诚于社会组织而不追求个人利益的行为？
- 群体内集体主义。对家庭或组织应该有多少自豪感和忠诚度？
- 性别平等。为了尽可能减少性别歧视和角色不平等做了多少努力？
- 自信。在社会关系中应该保持多少强势和控制力？
- 未来导向。能在多大程度上为了将来而进行计划和节约，延迟满足现在的需求？

- 绩效导向。对于绩效的改善和达到卓越的水平应该给予多少奖励？
- 人文导向。对于人的友善、公正、仁慈和慷慨，社会应该给予多少鼓励和奖励？

例如，在美国，管理者在自信和绩效导向两个方面得分很高，瑞士的管理者在不确定性规避和未来导向两个方面得分高，新加坡的管理者在社会集体主义、未来导向和绩效导向三个方面得分高。后面的章节中我们将利用这些文化差异分析组织中人的行为。

■ 1.1.4 21 世纪的管理者

今天的职场正经历着巨大、持久的变革。组织都进行了“再造”以实现更快的速度、更高的效率和更大的灵活性。团队取代了个人成为组织的基础构成单位。指挥—控制制的管理已经让位与参与式管理和授权，以自我为中心的领导者被以客户为中心的领导者取代，员工逐渐被看做是内部顾客。所有这一切都要求 21 世纪的新型管理者出现。表 1-1 将过去的管理者和未来的管理者进行了对比，其中所展现出来的变化不仅仅是一个好的想法，而且是在新的职场中必须要实现的。

表 1-1 21 世纪的管理者的发展

	过去的管理者	未来的管理者
主要角色	发号施令者，享有特权的精英	推动者、团队成员、老师
学习和知识	间断地学习，是某个狭小领域的专家	终身学习，通才但又是几个领域的专家
报酬标准	基于时间、付出的努力和职位	基于技能和结果
文化定位	单一文化，单一语言	多文化、多语言
影响力的主要来源	正式的权威	知识（技术知识和人际关系知识）
看待人的方式	是潜在的问题	是重要的资源
主要沟通模式	垂直	多方向
决策风格	个人决策、他人的参与有限	大家共同参与，共同决策
伦理考虑	事后考虑	事前考虑
人际关系的性质	竞争（零和）	合作（双赢）
对权力和重要信息的处理	存积，限制别人使用	分享，让更多的人使用
对变革的态度	抵制	推动

1.2 组织行为学成为一门学科的起源

组织行为学是致力于更好地了解和管理工作者的一个跨学科领域。根据定义，组织行为学是兼顾研究和实践应用的学科。它研究的三个层次是：个体、群体和组织。

组织行为是一个学术名词。组织行为学不像会计、营销和财务那样是一个日常工作的类型，除非是做组织行为学的教学和研究工作。组织行为学专业的学生不可能找到做组织行为的工作，但组织行为学的知识可以用在组织的各个职能部门。所以，组织行为学是一个横向的学科，实际上涉及了每一种工作类型、企业职能和专业特长。只要打算在组织内谋生的人，不管这个组织是大是小、是公有的还是私营的，以及你是否是管理者，都需要学习组织行为学。

1.2.1 组织行为学跨越的学科

组织行为学吸收了各种学科的知识。其中对组织行为学贡献最大的是心理学，心理学的研究内容是个人行为和影响个人行为的因素，包括人类的认知、自我概念、个性和情绪（第2章和第3章），以及奖励影响行为形成的方式（第5章）。其他对组织行为学影响较大的学科是社会学和社会心理学，这两门学科研究的是群体如何影响个人及个人如何承担群体中的角色，这些领域为激励（第4章和第5章）、群体发展过程（第6章）、冲突（第8章）、沟通（第9章）和人类对变革的反应（第14章）等主题提供了很多理论基础。社会学对于组织结构（第13章）的研究特别重要。人类学研究的是不同社会的特征，为研究员工的文化差异（第2章）及组织文化（第12章）提供了很多思路。

组织行为学中的很多问题都借鉴了多个学科领域的知识。例如，人们达成决策的方式（第7章）就是行为科学的一个研究方向。伦理学家和经济学家也在决策问题的研究中提出了很多深刻见解。决策理论这个领域就是运用这些理论和统计方法来解释和预测决策行为。同样，信息技术方面的创新如果得到正确运用也可以提高决策质量。另外，权力和影响（第10章）及领导（第11章）等主题也吸收了行为科学、管理学及政治科