



 Pearson

教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材

工商管理经典教材·核心课系列

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

# 组织行为学精要

第11版·英文注释版

斯蒂芬·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著  
蒂莫西·贾奇 (Timothy A. Judge)  
刘昕注

ESSENTIALS OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

Eleventh Edition



 中国人民大学出版社



教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材

工商管理经典教材·核心课系列

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

# 组织行为学精要

第11版·英文注释版

斯蒂芬·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著  
蒂莫西·贾奇 (Timothy A. Judge)  
刘昕注

ESSENTIALS OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

..... Eleventh Edition .....

中国人民大学出版社  
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学精要: 第11版: 英文注释版 / 斯蒂芬·罗宾斯等著. —北京: 中国人民大学出版社, 2018.1

工商管理经典教材·核心课系列

ISBN 978-7-300-25365-7

I. ①组… II. ①斯… III. ①组织行为学-高等学校-教材-英文 IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第001671号

教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材

工商管理经典教材·核心课系列

组织行为学精要(第11版·英文注释版)

斯蒂芬·罗宾斯 著

蒂莫西·贾奇

刘昕注

---

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)

010-62511770(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 215 mm×275 mm 16开本

版 次 2018年1月第1版

印 张 19.5 插页2

印 次 2018年1月第1次印刷

字 数 560 000

定 价 49.00元

---

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

## 内 容 特 色

本书是一本英文影印版教材，为方便读者学习，在页边对部分重点语句提供了中文注释。本书原著是美国管理学和组织行为学权威斯蒂芬·罗宾斯教授撰写的一本组织行为学简明教材。它保持了经典教材《组织行为学》的一贯特色，还具有以下特点：

- 篇幅短小，仅提供关于组织行为学的核心内容，便于教师更好地设计和安排课程，也便于学习者灵活选择辅导资料和学习方案。
- 全面涵盖了组织行为学中的所有重点概念，内容充实而有趣味，学习者可以在较短的时间内掌握组织行为学的核心内容。
- 语言规范，行文流畅，广泛使用范例，堪称一本经典读物。

本书配有丰富的教学资源，特别适合开展双语教学的高校使用，还可作为业界人士的参考读物。



## 作 者 简 介

斯蒂芬·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 美国圣迭戈州立大学管理学荣誉退休教授，管理学与组织行为学领域世界最畅销教材的作者。他的书在美国1000多所院校使用，被译为20种文字在世界范围广泛使用。他的研究兴趣集中于组织中的冲突、权力和政治，行为决策，人际技能开发等方面。

蒂莫西·贾奇 (Timothy A. Judge) 美国圣母大学门多萨商学院Franklin D. Schurz讲座教授，曾执教于美国佛罗里达大学、艾奥瓦大学和康奈尔大学。主要研究兴趣在人格、情绪与情感、工作态度、领导力与影响行为、职业生涯等领域。美国心理学会和工业与组织心理学会会士，曾荣获Ernest J. McCormick杰出青年研究贡献奖。

# 总 序

随着我国加入 WTO,越来越多的国内企业参与到国际竞争中来,用国际上通用的语言思考、工作、交流的能力也越来越受到重视。这样一种能力也成为我国各类人才参与竞争的一种有效工具。国家教育机构、各类院校以及一些主要的教材出版单位一直在思考,如何顺应这一发展潮流,推动各层次人员通过学习来获取这种能力。双语教学就是这种背景下的一种尝试。

双语教学在我国主要指汉语和国际通用的英语教学。事实上,双语教学在我国教育界已经不是一个陌生的词汇了,以双语教学为主的科研课题也已列入国家“十五”规划的重点课题。但从另一方面来看,双语教学从其诞生的那天起就被包围在人们的赞成与反对声中。如今,依然是有人赞成有人反对,但不论是赞成居多还是反对占上,双语教学的规模和影响都在原有的基础上不断扩大,且呈大发展之势。一些率先进行双语教学的院校在实践中积累了经验,不断加以改进;一些待进入者也在模仿中学习,并静待时机成熟时加入这一行列。由于我国长期缺乏讲第二语言(包括英语)的环境,开展双语教学面临特殊的困难,因此,选用合适的教材就成为双语教学成功与否的一个重要问题。我们认为,双语教学从一开始就应该使用原版的各类学科的教材,而不是由本土教师自编的教材,从而可以避免中国式英语问题,保证语言的原汁原味。各院校除应执行国家颁布的教学大纲和课程标准外,还应根据双语教学的特点和需要,适当调整教学课时的设置,合理选择优秀的、合适的双语教材。

顺应这样一种大的教育发展趋势,中国人民大学出版社同众多国际知名的大出版公司,如麦格劳-希尔出版公司、培生教育出版公司等合作,面向大学本科生层次,遴选了一批国外最优秀的管理类原版教材,涉及专业基础课,人力资源管理、市场营销及国际化管理等专业方向课,并广泛听取有着丰富的双语一线教学经验的教师的建议和意见,对原版教材进行了适当的改编,删减了一些不适合我国国情和不适合教学的内容;另一方面,根据教育部对双语教学教材篇幅合理、定价低的要求,我们更是努力区别于目前市场上形形色色的各类英文版、英文影印版的大部头,将目标受众锁定在大学本科生层次。本套教材尤其突出了以下一些特点:

- 保持英文原版教材的特色。本套双语教材根据国内教学实际需要,对原书进行了一定的改编,主要是删减了一些不适合教学以及不符合我国国情的内容,但在体系结构和内容特色方面都保持了原版教材的风貌。专家们的认真改编和审定,使本套教材既保持了学术上的完整性,又贴近中国实际;既方便教师教学,又方便学生理解和掌握。

● 突出管理类专业教材的实用性。本套教材既强调学术的基础性，又兼顾应用的广泛性；既侧重让学生掌握基本的理论知识、专业术语和专业表达方式，又考虑到教材和管理实践的紧密结合，有助于学生形成专业的思维能力，培养实际的管理技能。

● 体系经过精心组织。本套教材在体系架构上充分考虑到当前我国在本科教育阶段推广双语教学的进度安排，首先针对那些课程内容国际化程度较高的学科进行双语教材开发，在其专业模块内精心选择各专业教材。这种安排既有利于我国教师摸索双语教学的经验，使得双语教学贴近现实教学的需要；也有利于我们收集关于双语教学教材的建议，更好地推出后续的双语教材及教辅材料。

● 篇幅合理，价格相对较低。为适应国内双语教学内容和课时上的实际需要，本套教材进行了一定的删减和改编，使总体篇幅更为合理；而采取低定价，则充分考虑到了学生实际的购买能力，从而使本套教材得以真正走近广大读者。

● 提供强大的教学支持。依托国际大出版公司的力量，本套教材为教师提供了配套的教辅材料，如教师手册、PowerPoint 讲义、试题库等，并配有内容极为丰富的网络资源，从而使教学更为便利。

本套教材是在双语教学教材出版方面的一种尝试。我们在选书、改编及出版的过程中得到了国内许多高校的专家、教师的支持和指导，在此深表谢意。同时，为使我们后续推出的教材更适于教学，我们也真诚地期待广大读者提出宝贵的意见和建议。需要说明的是，尽管我们在改编的过程中已加以注意，但由于各教材的作者所处的政治、经济和文化背景不同，书中内容仍可能有不妥之处，望读者在阅读时注意比较和甄别。

徐二明

中国人民大学商学院

# 前 言

本书是参照长达六七百页的组织行为学教材编写的精要版本。本书力图涵盖组织行为学这一学科中的全部关键内容，同时在写作风格上让读者感到内容丰富且有趣。我们很高兴地告诉大家，本书无论是在短期课程、高管培训项目，还是在传统的课程当中都得到了广泛的应用，为读者提供了大量的实践练习、技能开发、案例以及阅读书目等资料。目前，本书已经被美国、加拿大、拉丁美洲、欧洲、澳大利亚以及亚洲的500多所高等院校采用，同时，还被翻译成西班牙语、葡萄牙语、日语、汉语、荷兰语、波兰语、土耳其语、丹麦语以及印度尼西亚语等多种语言。

第11版的主要调整之处包括：

- 扩充和更新了国际企业管理方面议题的范畴，增加了跨文化背景下的凝聚力以及归因的跨文化差异等问题。
- 新增了如何尽可能减少邮件和管理信息被入侵的问题。
- 更新了关于工作丰富化、奖金、有效反馈以及非常规性工作安排方面的知识。
- 扩充了关于工作中的社会关系方面的内容，其中包括社会关系对于工作满意和激励的重要性等方面的知识。
- 增加了关于功能冲突、功能失调以及冲突管理等方面的文献。
- 新增了关于工作中的安全和情绪、风险规避、自我决定理论、信息管理以及裁员等方面的内容。

本版继承了上一版的很多优点：

- 长度适中。自本书于1984年面世以来，我们一直努力将篇幅保持在325~350页左右。读者告诉我们，这种长度使他们在安排教辅材料和相关项目时有足够的灵活性。
- 内容平衡。尽管本书在篇幅上有所压缩，但仍然涵盖了组织行为学各领域的所有关键原理。不仅包括一些传统的主题，比如人格、动机以及领导力等，而且包含一些新的主题，其中包括情绪、多元化、谈判以及团



队工作等前沿性主题。

- 写作风格流畅。本书经常被视为写作风格流畅以及得到广泛使用的教材典范。读者告诉我们，他们觉得这本书“像是在与作者进行对话”，“非常有趣”，“方便学生使用”，“非常清晰易懂”。
- 实用性强。本书从来都不是只讲授理论，而是非常重视如何运用理论来更好地解释和预测组织中人的行为。在本书的每一个版本中，我们都重视确保读者能够得到组织行为学领域中的这些理论和研究对于实践领域有哪些方面的启示。
- 去掉不必要的教学辅助内容。本书之所以能够保持较精干的篇幅，部分原因在于它不包含复习题、案例、练习或者类似的用于辅助教学或学习的内容。全书立足于持续提供最基本和核心的组织行为学知识，从而使教师在设计他们的课程时有最大的灵活性。
- 整合全球化、多元化和伦理道德等内容。我们从头到尾一直都在讨论全球化和跨文化差异、劳动力队伍多元化以及伦理道德等方面的内容。我们并未将这些主题放在单独的一章中，而是将它们分散到各个相关的主题中。读者告诉我们，他们感觉这种整合式的写作方法使得这些主题成为组织行为学的一部分，强化了这些主题的重要性。
- 完整的教辅材料。尽管本书在篇幅上较短，但在教辅材料方面却一点也不少。本书通过高科技手段为教师和学生配备了完整的教辅材料。其中包括教师手册和测试题包、专门的网站（[www.personglobeleditions.com/robbins](http://www.personglobeleditions.com/robbins)）和教师资源光盘，光盘中包括测试题包、教师手册、PPT，还有一个自评题库，学生们可以利用这个题库来考察自己的技能、能力和兴趣。关于这些教辅材料的具体内容，后面我们将详细说明。



## PREFACE

This book was created as an alternative to the 600- or 700-page comprehensive textbook in organizational behavior (OB). It attempts to provide balanced coverage of all the key elements comprising the discipline of OB in a style that readers will find both informative and interesting. We're pleased to say that this text has achieved a wide following in short courses and executive programs as well as in traditional courses as a companion volume with experiential, skill development, case, and readings books. It is currently used at more than 500 colleges and universities in the United States, Canada, Latin America, Europe, Australia, and Asia. It's also been translated into Spanish, Portuguese, Japanese, Chinese, Dutch, Polish, Turkish, Danish, and Bahasa Indonesian.

### KEY CHANGES TO THE ELEVENTH EDITION

- Expanded and updated coverage of international issues in management covering such topics as cohesiveness in cross-cultural settings and cross-cultural differences in attributions
- New section on how to minimize intrusion of e-mails and the management of information
- New and updated information dealing with job enrichment, bonuses, effective feedback, and alternative work arrangements
- Expanded coverage of social relationships at work, including the importance of social relationships for job satisfaction and motivation
- Coverage of emerging literature on functional conflict, dysfunctional conflict, and conflict management
- New sections on safety and emotions at work, risk aversion, self-determination theory, managing information, and downsizing

### RETAINED FROM THE PREVIOUS EDITION

What do people like about this book? Surveys of users have found general agreement about the following features. Needless to say, they've all been retained in this edition.

- **Length.** Since its inception in 1984, we've tried diligently to keep this book in the range of 325 to 350 pages. Users tell us this length allows them considerable flexibility in assigning supporting materials and projects.
- **Balanced topic coverage.** Although short in length, this book continues to provide balanced coverage of all the key concepts in OB. This includes not only traditional topics, such as personality, motivation, and leadership, but also cutting-edge issues such as emotions, diversity, negotiation, and teamwork.
- **Writing style.** This book is frequently singled out for its fluid writing style and extensive use of examples. Users regularly tell us that they find this book "conversational," "interesting," "student friendly," and "very clear and understandable."
- **Practicality.** This book has never been solely about theory. It's about *using* theory to better explain and predict the behavior of people in organizations. In each edition of this book, we have focused on making sure that readers see the link between OB theories, research, and implications for practice.

- **Absence of pedagogy.** Part of the reason we've been able to keep this book short in length is that it doesn't include review questions, cases, exercises, or similar teaching/learning aids. It continues to provide only the basic core of OB knowledge, allowing instructors the maximum flexibility in designing and shaping their courses.
- **Integration of globalization, diversity, and ethics.** As shown in Exhibit A, the topics of globalization and cross-cultural differences, diversity, and ethics are discussed throughout this book. Rather than being presented in stand-alone chapters, these topics have been woven into the context of relevant issues. Users tell us they find that this integrative approach makes these topics more fully part of OB and reinforces their importance.
- **Comprehensive supplements.** Although this book may be short in length, it's not short on supplements. It comes with a complete, high-tech support package for both faculty and students. This includes a comprehensive Instructor's Manual and Test Item File; a dedicated Web site ([www.prenhall.com/robbins](http://www.prenhall.com/robbins)); an Instructor's Resource CD-ROM, including the computerized Test Item File, Instructor's Manual, and PowerPoint slides; and the Self-Assessment Library, which provides students with insights into their skills, abilities, and interests. These supplements are described in detail later in this Preface.

## CHAPTER-BY-CHAPTER CHANGES

### Chapter 1 (Introduction to Organizational Behavior)

- Updated material on evidence-based management
- New section, "Responding to Economic Pressures," to lead off *Challenges and Opportunities for OB* section
- Revised and updated material on *Challenges to OB: Responding to Globalization*
- Revised and updated material on *Challenges to OB: Improving Customer Service*
- Revised and updated material on *Challenges to OB: Improving Ethical Behavior*

### Chapter 2 (Job Attitudes)

- Describes how the social relationships one has at work contribute to job satisfaction
- Updated material on the relationship between satisfaction and performance
- Includes new research on satisfaction and citizenship

### Chapter 3 (Moods, Emotions, and Organizational Behavior)

- Updated information on emotional labor
- Updated coverage on emotional intelligence
- Description of new research on creativity and performance
- Review of the latest research on emotions and leadership, negotiation, and deviance
- New section on safety and emotions at work

### Chapter 4 (Personality Traits and Work Values)

- Updated information on faking in personality tests
- New research on how personality changes with age
- Includes new research on satisfaction and citizenship

- Includes new research on personality and leadership
- Includes new information on cross-cultural research designs

### **Chapter 5 (Individual Perception and Decision-Making)**

- New section: “Risk Aversion” (and its implications for organizations)
- New coverage of the role of mental ability in decision-making errors
- Updated example on anchoring bias
- Updated example on availability bias
- Updated material and examples on hindsight bias
- Expanded discussion of the limits of the rational decision-making model
- Updated discussion of the relationships among moods and creativity
- Updated discussion of cross-cultural differences in attributions
- Updated material on intuition

### **Chapter 6 (Motivation I: Basic Concepts)**

- New section: “Self-Determination Theory”
- Review of new research on culture and motivation

### **Chapter 7 (Motivation II: Applied Concepts)**

- New, updated job enrichment example (University of New Mexico)
- Updated material on bonuses
- New section about social context as an important job characteristic
- Updates on how to provide effective feedback at work
- Outlines new findings on how the meaningfulness of work can be enhanced
- New information about flextime and alternative work arrangements

### **Chapter 8 (Groups)**

- Updated research on role conflict
- Update on a major replication of Zimbardo’s famous prison experiment
- Updated research on workplace deviance in groups
- Updated material on groupshift or group polarization
- Expanded discussion on cohesiveness in cross-cultural settings

### **Chapter 9 (Teams)**

- Update to research on demographic diversity and team performance
- Expanded description of how to effectively manage teams with diverse knowledge
- Increased attention to the importance of assigning members to roles in teams
- Discussion of the latest research on team processes

### **Chapter 10 (Communication Process)**

- Extensive updating of e-mail communication and video conferencing
- New section on how to minimize intrusion of e-mails
- New section: “Managing Information”
- Updated information on potentially divisive issues in cross-cultural communication
- New sections on noncommunication and silence in organizations
- Discussion of emotion in electronic communications

### **Chapter 11 (Leadership)**

- Updated discussion of the functions and processes underlying transformational and charismatic leadership
- Major revision of the discussion of trust and leadership

### **Chapter 12 (Power and Politics)**

- Updated research on legitimate power
- Several updates to material on influence tactics
- Revised introduction to “The Reality of Politics”
- Extensive updates to “Impression Management” section
- Revision of Exhibit 12-4 (Impression Management [IM] Techniques)

### **Chapter 13 (Conflict and Negotiations)**

- Extensive updates to “Functional View of Conflict” section
- Updates to personality and negotiation and moods/emotions and negotiation sections
- Extensive updates to “Dysfunctional View of Conflict” section
- Updates to “Transitions in Conflict Thought” section
- New material on managing functional conflict
- Extensive updates to “Global Implications” section
- Revision to definition of negotiation and accompanying material
- New material in “Negotiation: Preparation and Planning” section
- New section, “Resolution Focused View of Conflict,” which focuses on latest research on this emerging topic

### **Chapter 14 (Structure and Organizational Behavior)**

- Major new section: “The Leaner Organization: Downsizing”

### **Chapter 15 (Organizational Culture)**

- New example of effect of top management on culture formation (Wegman’s)
- New example on dark side of socialization (Siemens)

### **Chapter 16 (Organizational Change)**

- Updated material in “Forces for Change” section

## **SUPPLEMENTS PACKAGE**

*Essentials of Organizational Behavior* continues to be supported with an extensive supplement package for both students and faculty.

## **FACULTY RESOURCES**

### **Instructor’s Resource Center**

[www.pearsoninternationaleditions.com/robbins](http://www.pearsoninternationaleditions.com/robbins) is where instructors can access a variety of print, media, and presentation resources available with this text in downloadable, digital format.

Once you register, you will not have additional forms to fill out, or multiple usernames and passwords to remember to access new titles and/or editions. As a registered faculty member, you can log in directly to download resource files, and receive immediate access and instructions for installing Course Management content to your campus server.

Our dedicated Technical Support team is ready to assist instructors with questions about the media supplements that accompany this text. Visit <http://247pearsoned.custhelp.com> for answers to frequently asked questions and toll-free user support phone numbers.

**To download the supplements available with this text, please visit [www.pearsoninternational.com/robbins](http://www.pearsoninternational.com/robbins)**

Instructor's Manual

Test Item File

TestGen test generating software

PowerPoints

## STUDENT RESOURCES

### Prentice Hall's Self-Assessment Library (SAL)

The Self-Assessment Library is available with this text in print, CD-ROM, and online. It contains more than 60 self-scoring exercises that provide insights into your skills, abilities, and interests.

### mymanagementlab.com

mymanagementlab ([www.pearsoninternationaleditions.com/mymanagementlab](http://www.pearsoninternationaleditions.com/mymanagementlab)) is an easy-to-use online tool that personalizes course content and provides robust assessment and reporting to measure individual and class performance. All of the resources students need for course success are in one place—flexible and easily adapted for your students course experience. Some of the resources include a Pearson eText version of all chapters, quizzes, video clips, simulations, assessments, interactive lectures, and PowerPoint presentations that engage your students while helping them study independently.

## ACKNOWLEDGMENTS

We owe a debt of gratitude to all those at Prentice Hall who have supported this text over the past 25 years and who have worked so hard on the development of this latest edition. On the editorial side, we want to thank Editor-in-Chief Eric Svendsen, Director of Editorial Services Ashley Santora, Editorial Project Manager Meg O'Rourke, Editorial Assistant Carter Anderson, and Editorial Director Sally Yagan. On the production side, Project Manager Becca Richter did an outstanding job. Last but not least, we would like to thank Marketing Manager Nikki Ayana Jones and Director of Marketing Patrice Lumumba Jones and their sales staff who have been selling this book over its many editions. Thank you for the attention you've given this book.

## 中国人民大学出版社 管理类英文版教材

序号	书名	作者	定价 (元)	ISBN 978-7-300-
----	----	----	-----------	--------------------

### (一) 工商管理经典教材·核心课系列(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)

1	经济学原理(英文版·第10版)	凯斯(Karl E. Case)	69	21109-1
2	宏观经济学原理(英文版·第6版)	巴德(Robin Bade)	55	22543-2
3	微观经济学原理(英文版·第6版)	巴德(Robin Bade)	58	22754-2
4	管理学原理(英文版·第9版)	罗宾斯(Stephen P. Robbins)	55	23301-7
5	管理学(英文版·第3版)	希特(Michael A. Hitt)	55	17105-0
6	管理学——国际化与领导力的视角(英文版·精要版第9版)	孔茨(Harold Koontz)	55	19122-5
7	组织行为学精要(英文版·第11版)	罗宾斯(Stephen P. Robbins)	45	22558-6
8	组织行为学精要(第11版·英文注释版)	罗宾斯(Stephen P. Robbins)	49	25365-7
9	组织行为学(第4版·注释版)	基尼奇(Angelo Kinicki)	49	13349-2
10	战略过程——概念、情境、案例(英文版·第4版)	明茨伯格(Henry Mintzberg)	58	05227-4
11	战略管理:概念与案例(英文版·第12版)	希特(Michael A. Hitt)	59	24685-7
12	战略管理精要(英文版·第5版)	亨格(J. David Hunger)	39	15198-4
13	战略管理(英文版)	罗特尔梅尔(Frank Rothaermel)	65	21003-2
14	管理经济学(英文版·第8版)	贝叶(Michael R. Baye)	55	23028-3
15	管理经济学:市场与企业(英文版·第2版)	博伊斯(William Boyes)	45	17831-8
16	管理经济学——决策者的经济学工具(英文版·第7版)	基特(Paul G. Keat)	65	24191-3
17	人力资源管理:赢得竞争优势(英文版·第9版)	诺伊(Raymond A. Noe)	58	20725-4
18	人力资源管理(英文版·第14版)	德斯勒(Gary Dessler)	79	23846-3
19	领导学——领导的艺术与科学(英文版·第7版)	纳哈雯蒂(Afsaneh Nahavandi)	49	24193-7
20	管理沟通(英文版·第4版)	奥罗克(James S. O'Rourke)	48	12028-7
21	商务沟通(英文版·第12版)	伦茨(Kathryn Rentz)	55	15054-3
22	商务统计学(英文版·第6版)	莱文(David M. Levine)	65	24722-9
23	商务统计学(英文版)	夏普(Norean R. Sharpe)	69	16978-1
24	商务与经济统计学(英文版·第12版)	麦克拉夫(James T. McClave)	66	24260-6
25	商务与经济统计学(英文版·精编版第5版)	威廉斯(Thomas A. Williams)	65	19504-9
26	数据、模型与决策(英文版·第4版)	埃文斯(James R. Evans)	59	15647-7
27	管理信息系统(英文版·精要版第11版)	劳东(Kenneth C. Laudon)	58	24128-7
28	商学精要(英文版·第10版)	埃伯特(Ronald J. Ebert)	55	24023-7
29	企业管理研究方法(英文版·第11版)	库珀(Donald R. Cooper)	59	18107-3
30	供应链管理(英文版·第6版)	乔普拉(Sunil Chopra)	62	24294-1
31	运作管理(英文版·第10版)	海泽(Jay Heizer)	62	24022-0
32	运作管理——供应链管理的视角(英文版·精要版第3版)	蔡斯(Richard B. Chase)	55	18198-1
33	电子商务导论(英文版·第2版)	特伯恩(Efraim Turban)	49	12166-6
34	电子商务(英文版·第7版)	劳东(Kenneth C. Laudon)	69	19713-5
35	基础统计学(英文版·第4版)	拉森(Ron Larson)	49	12525-1
36	商业伦理:概念与案例(英文版·第7版)	贝拉斯克斯(Manuel G. Velasquez)	52	16115-0
37	商务谈判(英文版·第5版)	汤普森(Leigh L. Thompson)	45	16332-1
38	商法——商科学用(英文版·第7版)	亚当斯(Alix Adams)	49	18750-1

### (二) 工商管理经典教材·市场营销系列(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)

1	营销管理(英文版·第14版)	科特勒(Philip Kotler)	79	23286-7
2	营销管理(英文版·亚洲版·第5版)	科特勒(Philip Kotler)	79	14153-4
3	营销管理精要(英文版·第6版)	科特勒(Philip Kotler)	49	25348-0
4	市场营销学(英文版·第12版)	阿姆斯特朗(Gary Armstrong)	79	24360-3
5	市场营销学(英文版·第3版)	格雷瓦尔(Dhruv Grewal)	62	21670-6
6	消费者行为学(英文版·第10版)	所罗门(Michael R. Solomon)	59	23747-3
7	战略品牌管理(英文版·第4版)	凯勒(Kevin Lane Keller)	65	23200-3
8	现代品牌管理(英文版)	拉福雷(Sylvie Laforet)	49	14775-8
9	营销调研(英文版·第7版)	伯恩斯(Alvin C. Burns)	59	24361-0
10	营销调研:应用导向(英文版·第6版)	马尔霍特拉(Naresh K. Malhotra)	75	19916-0
11	营销调研精要(英文版)	马尔霍特拉(Naresh K. Malhotra)	55	23274-4
12	商务谈判(英文版·第5版)	汤普森(Leigh L. Thompson)	45	16332-1
13	网络营销(英文版·第5版)	斯特劳斯(Judy Strauss)	49	12153-6
14	广告学:原理与实务(英文版·第9版)	维尔斯(William Wells)	69	17180-7
15	广告学(英文版)	阿伦斯(William F. Arens)	65	17832-5
16	公共关系(英文版·第10版)	布鲁姆(Glen M. Broom)	58	16869-2
17	现代销售学(英文版·第12版)	曼宁(Gerald L. Manning)	55	16161-7
18	客户关系管理(英文版)	毛卡尔(Urvashi Makkar)	36	19469-1
19	全球营销(英文版)	阿隆(Ilan Alon)	69	22323-0



**(三) 工商管理经典教材·会计与财务系列(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)**

1	会计学原理(第21版)	怀尔德(John J. Wild)	48	18314-5
2	会计学(英文版·第25版):财务会计分册	沃伦(Carl S. Warren)	69	24894-3
3	会计学:管理会计分册(英文版·第23版)	里夫(James M. Reeve)	38	14626-3
4	中级会计学(第12版)	基索(Donald E. Kieso)	49	07949-3
5	管理会计	亨格瑞(Charles T. Horngren)	52	14275-3
6	成本与管理会计(第13版)	亨格瑞(Charles T. Horngren)	79	13398-0
7	高级会计学(第10版)	比姆斯(Floyd A. Beams)	86	15053-6
8	公司理财(英文版·第3版)	罗斯(Stephen A. Ross)	68	16697-1
9	公司理财	伯克(Jonathan Berk)	52	11041-7
10	财务管理基础(英文版·第8版)	布雷利(Richard A. Brealey)	72	21877-9
11	财务管理基础(英文版·第16版)	布洛克(Block)	69	24807-3
12	财务报表分析(英文版·第11版)	布苏拉马尼亚姆(K. R. Subramanyam)	69	19634-3
13	财务报表分析与运用(第3版)	怀特(Gerald I. White)	38	07948-6
14	审计学原理(英文版·第19版)	惠廷顿(O. Ray Whittington)	78	22007-9
15	审计学:一种整合方法(第15版)	阿伦斯(Alvin A. Arens)	79	24326-9
16	政府与非营利组织会计(英文版·第15版)	威尔逊(Earl R. Wilson)	52	14785-7
17	会计信息系统(英文版·第12版)	罗姆尼(Marshall B. Romney)	62	23462-5
18	国际会计学(第6版)	乔伊(Frederick D. S. Choi)	45	09485-4
19	商业伦理与会计职业道德(英文版·第5版)	布鲁克斯(Leonard J. Brooks)	49	11914-4
20	财务会计理论(英文版·第7版)	斯科特(William R. Scott)	79	24460-0
21	中级财务会计(英文版·第9版)	斯派斯兰德(J. David Spiceland)	99	25341-1

**(四) 工商管理经典教材·运营管理系列(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)**

1	物流学(英文版·第11版)	墨菲(Paul R. Murphy, Jr.)	48	22545-6
2	供应链设计与管理:概念、战略与案例研究(第3版)	辛奇-利维(David Simchi-Levi)	45	11099-8
3	服务运营管理(英文版·第3版)	约翰斯顿(Robert Johnston)	49	11915-1
4	项目管理(英文版·第5版)	克莱兰(David I. Cleland)	55	13338-6
5	运营管理——供需匹配的视角(英文版·第2版)	卡桑(Gerard Cachon)	49	14924-0
6	物流管理(英文版)	格兰特(David B. Grant)	45	20227-3

**(五) 工商管理经典教材·人力资源管理系列(教育部高校工商管理类教学指导委员会双语教学推荐教材)**

1	人力资源管理基础(英文版·第2版)	德斯勒(Gary Dessler)	59	18406-7
2	绩效管理(英文版·第3版)	阿吉斯(Herman Aguinis)	39	16072-6
3	国际人力资源管理(英文版·第5版)	道林(Peter J. Dowling)	45	11222-0
4	心理学与人力资源管理(英文版·第7版)	卡西欧(Wayne E. Cascio)	59	14824-3
5	组织行为学(英文版·第10版)	克赖特纳(Robert Kreitner)	65	20403-1
6	组织人员配置——招募、选拔和雇用(英文版·第7版)	赫尼曼(Herbert G. Heneman III)	69	20404-8
7	劳动经济学(英文版·第10版)	麦康奈尔(Campbell R. McConnell)	59	20482-6
8	雇员培训与开发(英文版·第6版)	诺伊(Raymond A. Noe)	49	20483-3
9	薪酬管理(英文版·第11版)	米尔科维奇(George T. Milkovich)	69	20228-0

**(六) 国际商务经典教材(高等学校经济管理类双语教学课程教材)**

1	国际经济学(英文版·第15版)	普格尔(Thomas A. Pugel)	69	20940-1
2	国际经济学(英文版·第9版)	赫斯特德(Steven Husted)	55	23847-0
3	国际贸易(英文版·第16版)	普格尔(Thomas Pugel)	52	25347-3
4	国际金融(英文版·第16版)	普格尔(Thomas Pugel)	45	25349-7
5	国际金融(英文版·第4版)	皮尔比姆(Keith Pilbeam)	65	24422-8
6	国际企业管理(英文版·第6版)	卡伦(John B. Cullen)	55	23936-1
7	国际管理——跨国与跨文化管理(英文版·第8版)	德雷斯凯(Helen Deresky)	58	23848-7
8	国际管理——教程与案例(英文版·第5版)	包铭心(Paul W. Beamish)	48	21110-7
9	国际营销(英文版·第16版)	凯特奥拉(Philip R. Cateora)	49	17582-9
10	全球营销(英文版·第6版)	基根(Warren J. Keegan)	49	16368-0
11	国际商务(英文版·第9版)	希尔(Charles W. L. Hill)	59	17578-2
12	国际商务(英文版)	格林格(J. Michael Geringer)	58	25346-6
13	全球商务	彭维刚(Mike W. Peng)	39.8	11221-3
14	跨文化商务沟通(英文版·第6版)	钱尼(Lillian H. Chaney)	39	17766-3
15	国际商务谈判(英文版)	塞利奇(Claude Cellich)	39	17377-1
16	国际商务谈判:原理与实务(英文版)	莫德(Barry Maude)	42	24194-4

**(七) 管理科学与工程经典教材**

1	运筹学导论(英文版·第9版·基础篇)	塔哈(Hamdy A. Taha)	55	19874-3
2	运筹学导论(英文版·第9版·提高篇)	塔哈(Hamdy A. Taha)	58	19868-2
3	管理信息系统(英文版·第2版)	克伦克(David M. Kortenke)	56	19632-9
4	管理信息系统(英文版·第15版)	奥布赖恩(James A. O'Brien)	66	17647-5
5	数据、模型与决策(英文版·第10版)	泰勒(Bernard W. Taylor III)	69	13751-3
6	现代数据库管理(英文版·第10版)	霍弗(Jeffrey A. Hoffer)	75	15981-2
7	现代系统分析与设计(英文版·第6版)	霍弗(Jeffrey A. Hoffer)	65	15843-3
8	工程经济学(英文版·第5版)	帕克(Chan S. Park)	72	16013-9
9	管理科学(英文版)	史蒂文森(William J. Stevenson)	65	17899-8



Authorized adaptation from the English language edition, entitled *Essentials of Organizational Behavior*, 11th Edition, 9780132545303 by Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, published by arrangement with Pearson Education, Inc., Copyright © 2012 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.

China Adapted edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD. and CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS, Copyright © 2018.

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

本书中国改编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。

仅限于中华人民共和国境内（不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾地区）销售发行。



尊敬的老师：

您好！

为了确保您及时有效地获得培生整体教学资源，请您务必完整填写如下表格，加盖学院的公章后以电子扫描件等形式发我们，我们将会在2~3个工作日内为您处理。

请填写所需教辅的信息：

采用教材		<input type="checkbox"/> 中文版 <input type="checkbox"/> 英文版 <input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> 专科 <input type="checkbox"/> 本科 1/2 年级 <input type="checkbox"/> 研究生 <input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> 助教 <input type="checkbox"/> 讲师 <input type="checkbox"/> 副教授 <input type="checkbox"/> 教授
通信地址/邮编			
手 机		电 话	
传 真			
official email (必填) (eg: xxx@ruc.edu.cn)		email (eg: xxx@163.com)	
是否愿意接受我们定期的新书讯息通知： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否			

系/院主任：\_\_\_\_\_ (签字)

(系 / 院办公室章)

\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

资源介绍：

—教材、常规教辅 (PPT、教师手册、题库等资源)：请访问 [www.pearson.com/us/higher-education](http://www.pearson.com/us/higher-education)。 (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)

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

Please send this form to: [copub.hed@pearson.com](mailto:copub.hed@pearson.com)

Website: [www.pearson.com](http://www.pearson.com)