

PEARSON

Prentice
Hall

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7版)

Essentials of Organizational Behavior

(Seventh Edition)

[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著
潘晓莉 注

 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

组织行为学精要 (第7版)

Essentials of Organizational Behavior

(Seventh Edition)

[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著
潘晓莉 注

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学精要: 第7版/ (美) 罗宾斯著; 潘晓莉注.
北京: 中国人民大学出版社, 2004
(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
ISBN 7-300-05669-5

- I. 组…
- II. ①罗…②潘…
- III. 组织行为学-双语教学-教材
- IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 058193 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7版)
[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 著
潘晓莉 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)	010-62511398 (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	2004 年 8 月第 1 版
印 张	18.5 插页 1	印 次	2007 年 10 月第 4 次印刷
字 数	441 000	定 价	28.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

◆ 作者简介 ◆

斯蒂芬·P·罗宾斯 罗宾斯教授在亚利桑那大学获得博士学位。他曾就职于壳牌石油公司和雷诺金属公司。他先后在布拉斯加大学、协和大学、巴尔的摩大学、南伊利诺伊大学、圣迭戈大学任教。他的研究兴趣集中在组织中的冲突、权威、政治以及有效的人际关系技能开发方面。他的有关论文发表在《商界视野》、《国际管理》、《管理评论》以及《管理教育》等杂志上。

近年来，罗宾斯博士把大量的时间用在撰写经典管理教科书上。他的著作包括：《管理学》（第7版）、《管理学基础》（第5版）、《组织行为学》（第10版）、《人际技能培训》（第2版）等。这些书被美国许多大学和商学院用作管理教科书，还被中国、加拿大、澳大利亚、新西兰、新加坡、荷兰和斯堪的纳维亚等国家和地区的上千所大学采用为教材。

人大经管图书在线 <http://www.rdjg.com.cn>
了解图书出版信息 下载教学辅助资料

策划编辑 熊鲜菊
责任编辑 熊鲜菊
封面设计 徐德斌
版式设计 王坤杰

◆ 内容特色 ◆

本书是美国管理学和组织行为学权威斯蒂芬·P·罗宾斯教授撰写的一本组织行为学简明教材。它保持了罗宾斯教授的经典教材《组织行为学》的一贯特色，同时还具有以下新的特点：

◆ 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；

◆ 尽管篇幅小，但仍然全面地涵盖了组织行为学中的所有重点概念，内容充实而有趣味，学习者易于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。

本教材特别适合开展本科双语教学的高等院校使用，也可用于研究生、MBA、EMBA相关课程的教学，还可作为业界人士的参考读物。

网址链接

www.prenhall.com/robbins

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

本书可作为学习组织行为学的教材，以取代六七百页篇幅的关于组织行为学的内容全面的教科书。本书全面地涵盖了组织行为学的重要原理，其内容充实且饶有趣味。很高兴本书已被广泛用于短期课程和培训计划，而在传统课程中，也大量地与其他实践知识、技能开发、案例、阅读教材等配合使用。目前美国、加拿大、拉美、欧洲、澳大利亚以及亚洲有400所大学或学院在使用本书。此外，本书还被译为印度尼西亚语、汉语、荷兰语、日语、波兰语以及西班牙语。

本版对以前版本的保留

读者具体喜欢本书的哪些方面呢？通过调查我们发现本书的以下特征得到读者的普遍赞扬。毫无疑问，这些特点在本版中被保留了下来。

- **篇幅** 从1984年本书的初版开始以及以后的版本中，作者一直努力保持其篇幅在大约300页左右。据读者反映，这样的篇幅使得他们能够很灵活地选择辅导资料和学习方案。
- **均衡的主题内容** 虽然篇幅较少，本书仍然全面地涵盖了组织行为学中所有的重点概念。这些不仅包括传统的主题例如人格、激励以及领导能力；同时也包括一些边缘问题，例如情感、信任、平衡工作—生活、工作场所精神、知识管理以及电子组织等。
- **写作风格** 由于本书流畅的写作风格以及范例的广泛使用，因而经常被选做经典读物。经常有读者反映本书“娓娓而谈”、“很有趣”、“方便读者”、“非常清晰且易于理解”。
- **实用性** 本书并非仅仅介绍理论，而是使用理论来更好地解释和预测组织内部人们的行为。在本书的各个版本中，作者都注重确保读者能够理解组织行为学理论、研究以及实践启示之间的联系。
- **没有教学辅助材料** 本书篇幅能够保持如此短小的部分原因在于：本书不包括问题复习、案例、练习以及类似的教学辅助材料，而仅仅提供关于组织行为学的核心内容，以便教师在设计和安排课程时有极大的灵活性。
- **综合论述全球化、多元化和道德问题** 对于全球化和跨文化差异、多元化以及道德的讨论贯穿全书。而且这些论述并不是在各个章节中孤立地出现，而是融合到所有与之相关问题的上下文里。读者认为这种一体化的方法使得这些主题成为组织行为学更为完整的部分，同时也强调了其重要性。

第7版的新特点

第7版在调查研究、范例、涵盖主题等方面更新了以前的版本。例如，本版提供了如下的新内容和素材：

- 组织的成员行为（第1章和第2章）
- 平衡工作—生活（第1章）
- 埃默比尔的创造性决策模型（第6章）
- 群体人口统计学（第7章）
- 团队效力模型（第8章）
- 低背景和高背景文化（第9章）

- 领导者—成员交换理论(第10章)
- 组织行为学和电子组织(第14章)
- 大规模定制(第14章)
- 弹性上班制和远程办公(第14章)
- 员工遴选与培训(第15章)
- 工作场所精神(第16章)
- 知识管理(第17章)

补充材料

针对学生

- 配套网站——配套网站 www.prenhall.com/robbins 符合配套网站的工作标准。由教授为教师和学生设计, 该网站提供用户定制课程的功能, 包括新的远程通讯工具的使用, 通过点击鼠标实现章节内容导航, 并获取其他有价值的资源。

针对教师

- 配套网站——网站向教师提供两月一次的新闻文章以及相关问题的讨论和组题作为正文的补充, 在线发送 PowerPoint 幻灯片和教学素材, 以及发布在公共聊天室里的样本教学纲要和教学提议。

斯蒂芬·P·罗宾斯

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. I'm pleased to say that this text has achieved a wide following in short courses and executive programs and in traditional courses as a companion volume with experiential, skill development, case, and readings books. It is currently used at more than 400 colleges and universities in the United States, Canada, Latin America, Europe, Australia, and Asia. It's also been translated into Bahasa Indonesian, Chinese, Dutch, Japanese, Polish, and Spanish.

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, I've tried diligently to keep this book to approximately 300 pages. Users tell me 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, trust, work-life balance, workplace spirituality, knowledge management, and e-organizations.
- *Writing style.* This book is frequently singled out for the fluid writing style and extensive use of examples. Users regularly tell me 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, I 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 I'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. This book continues to provide only the basic core of OB knowledge, allowing instructors the maximum flexibility in designing and shaping their course.
- *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 presented in stand-alone chapters, these topics have been woven into the context of relevant issues. Users tell me they find this integrative approach makes these topics more fully part of OB and reinforces their importance.

NEW TO THE SEVENTH EDITION

This seventh edition has been updated in terms of research, examples, and topic coverage. For instance, you'll find new material in this edition on:

- Organizational citizenship behavior (Chapters 1 and 2)
- Work-life balance (Chapter 1)
- Amabile's model of creativity in decision making (Chapter 6)
- Group demography (Chapter 7)
- Team-effectiveness model (Chapter 8)
- Low-and high-context cultures (Chapter 9)
- Leader-member exchange theory (Chapter 10)
- OB and the e-organization (Chapter 14)
- Mass customization (Chapter 14)
- Flextime and telecommuting (Chapter 14)
- Employee selection and training (Chapter 15)
- Workplace spirituality (Chapter 16)
- Knowledge management (Chapter 17)

SUPPLEMENTS PACKAGE

For the Student

- Companion Web site—The Companion Web site *www.prenhall.com/robbins* is the industry standard for companion Web sites. Designed by professors for professors and their students, it provides a customized course Web site, including new communication tools, one-click navigation of chapter content, and other valuable resources.

For the Professor

- Companion Web site—The Companion Web site provides professors with bimonthly news articles integrated into the text with accompanying discussion questions and group exercises, online delivery of PowerPoint slides and instructor's material, and sample syllabi and teaching suggestions posted on a community chat room.

STEPHEN P. ROBBINS

尊敬的读者：

感谢您购买和使用中国人民大学出版社的图书，我们希望通过这张小小的反馈卡来获得您更多的建议和意见，以改进我们的工作，加强我们双方的沟通和联系。我们期待着能为更多的读者提供更多的好书。

请您填妥下表后，寄回或传真回复我们，对我们的支持我们不胜感激！

1. 您是从何种途径得知本书的：

书店 网上 报纸杂志 朋友推荐

2. 您为什么决定购买本书：

工作需要 学习参考 对本书主题感兴趣

随便翻翻

3. 您对本书内容的评价是：

很好 好 一般 差 很差

4. 您在阅读本书的过程中有没有发现明显的专业及编校错误，如果有，它们是：_____

5. 您对哪些专业的图书信息比较感兴趣：_____

6. 如果方便，请提供您的个人信息，以便于我们和您联系（您的个人资料我们将严格保密）：

您供职的单位：_____

您教授的课程（教师填写）：_____

您的通信地址：_____

您的电子邮箱：_____

请联系我们：

电话：82501868 转 551 或 541 62514162

传真：62514775

E-mail: rdcsjg@crup.com.cn http://www.rdjg.com.cn

通讯地址：北京市中关村大街59号文化大厦1501室 100872

中国人民大学出版社工商管理出版事业部

教学支持说明

Pearson Education 旗下的国际知名教育图书出版公司 Prentice Hall 的高品质的经济类出版物是全美及全球高校采用率最高的教材, 享誉全球教育界、工商界和技术界。

为秉承 Prentice Hall 出版公司对于其教材类产品的一贯教学支持, Pearson Education 将向采纳本书作为教材的老师免费提供【网上教学支持课件】。任何一位注册的老师都可直接下载所有在线的【教学辅助资料】, 包括教师指导手册、PowerPoint 教学讲义、习题解答、习题库等。

为确保此资源仅为老师教学所使用, 烦请填写如下情况调查表。所示如下:

证明

兹证明_____大学_____系/院_____学年(学期)开设的_____课程, 采用_____出版社出版的_____ (作者/书名) 作为主要教材。任课教师为_____, 学生_____个班共_____人。学生为: _____ (请在下面选择: 专科, 本科 1/2 年级, 本科 3/4 年级, 研究生, MBA, EMBA, 在职培训)

电话: _____

传真: _____

E-mail: _____

联系地址: _____

邮编: _____

系/院主任: _____ (签字)

(系/院办公室章)

_____年_____月_____日

同时本书还配有其他教学辅导资料, 相关事宜敬请访问 Prentice Hall / Addison Wesley Longman 的相关网站: www.prenhall.com/myphlip / www.prenhall.com / www.aw.com



中国人民大学出版社

工商管理出版事业部

北京市中关村大街 59 号文化大厦 1501 室 100872

Tel: 8610-82501868 转 551, 541

8610-62514162

Fax: 8610-62514775

E-mail: rdcbjsj@crup.com.cn



Pearson Education Beijing Office

培生教育出版集团北京办事处

北京市西三环北路 19 号外研社大厦 2202 室 100089

Tel: 8008100855

Fax: 8610-88819170

E-mail: service@pearsoned.com.cn

目 录

第1部分 绪论

第1章 组织行为学简介	(1)
1.1 组织行为学的研究领域	(1)
1.2 组织行为学的研究目的	(5)
1.3 组织行为学的挑战和机遇:管理的角度	(5)
1.4 本书计划	(12)

第2部分 组织中的个体

第2章 个体行为基础	(14)
2.1 价值观	(14)
2.2 态度	(19)
2.3 知觉	(23)
2.4 学习	(26)
对管理者的启示	(27)

第3章 人格与情绪	(30)
3.1 人格	(30)
3.2 情绪	(36)
对管理者的启示	(42)

第4章 基本激励概念	(43)
4.1 什么是激励	(43)
4.2 早期激励理论	(44)
4.3 当代激励理论	(48)
4.4 别忘了:激励理论具有文化背景	(54)
对管理者的启示	(55)

第5章 激励:从概念到应用	(56)
5.1 目标管理	(56)
5.2 行为纠正	(58)
5.3 员工表扬方案	(61)
5.4 员工参与方案	(62)
5.5 浮动工资方案	(64)
5.6 技能工资方案	(67)
对管理者的启示	(69)

第6章 个体决策	(70)
6.1 应当如何做决策	(71)

6.2 组织中人们实际如何决策	(74)
6.3 决策中的道德标准	(83)
对管理者的启示	(84)

第3部分 组织中的群体

第7章 群体行为基础	(86)
7.1 定义并划分群体	(86)
7.2 基本群体概念	(88)
7.3 群体决策	(96)
对管理者的启示	(100)

第8章 理解工作团队	(103)
8.1 团队为何如此普及	(103)
8.2 团队与群体:差别何在	(104)
8.3 团队类型	(105)
8.4 创建有效团队	(108)
8.5 将个体转变为团队成员	(113)
对管理者的启示	(115)

第9章 沟通	(117)
9.1 沟通的功能	(118)
9.2 沟通过程	(118)
9.3 沟通的方向	(119)
9.4 人际沟通	(120)
9.5 组织内的沟通	(123)
9.6 有效沟通的障碍	(127)
9.7 跨文化沟通	(129)
9.8 沟通中的道德:撒谎有错吗	(130)
对管理者的启示	(131)

第10章 领导能力与创造信任	(135)
10.1 领导能力是什么	(135)
10.2 特性理论	(136)
10.3 行为理论	(136)
10.4 领导权变理论	(139)
10.5 最新的特性理论:魅力型领导	(146)
10.6 远见型领导	(147)
10.7 团队领导	(148)
10.8 领导总是很重要吗	(149)

Contents

Preface

1 PART ONE

PROLOGUE

1. Introduction to Organizational Behavior

- (1)
- The Field of Organizational Behavior
..... (1)
- Goals of Organizational Behavior (5)
- Challenges and Opportunities for
OB: A Managerial Perspective (5)
- The Plan of This Book (12)

2 PART TWO

THE INDIVIDUAL IN THE ORGANIZATION

2. Foundations of Individual Behavior

- (14)
- Values (14)
- Attitudes (19)
- Perception (23)
- Learning (26)
- Implications for Managers (27)
- 3. **Personality and Emotions** (30)
- Personality (30)
- Emotions (36)
- Implications for Managers (42)
- 4. **Basic Motivation Concepts** (43)
- What Is Motivation? (43)
- Early Theories of Motivation (44)
- Contemporary Theories of Motivation
..... (48)
- Don't Forget, Motivation Theories
Are Culture-Bound! (54)

- Implications for Managers (55)
- 5. **Motivation: From Concepts to Applications**
..... (56)
- Management by Objectives (56)
- Behavior Modification (58)
- Employee Recognition Programs (61)
- Employee Involvement Programs (62)
- Variable-Pay Programs (64)
- Skill-Based Pay Plans (67)
- Implications for Managers (69)
- 6. **Individual Decision Making** (70)
- How Should Decisions Be Made? (71)
- How Decisions Are Actually Made in
Organizations (74)
- Ethics in Decision Making (83)
- Implications for Managers (84)

3 PART THREE

GROUPS IN THE ORGANIZATION

- 7. **Foundations of Group Behavior** (86)
- Defining and Classifying Groups (86)
- Basic Group Concepts (88)
- Group Decision Making (96)
- Implications for Managers (100)
- 8. **Understanding Work Teams** (103)
- Why Have Teams Become So Popular?
..... (103)
- Teams Versus Groups: What's the
Difference? (104)
- Types of Teams (105)
- Creating Effective Teams (108)
- Turning Individuals into Team
Players (113)
- Implications for Managers (115)
- 9. **Communication** (117)

Functions of Communication	(118)
The Communication Process	(118)
Direction of Communication	(119)
Interpersonal Communication	(120)
Organizational Communication	(123)
Barriers to Effective Communication	(127)
Cross-Cultural Communication	(129)
Ethics in Communication; Is It Wrong to Tell a Lie?	(130)
Implications for Managers	(131)
10. Leadership and Creating Trust	(135)
What Is Leadership?	(135)
Trait Theories	(136)
Behavioral Theories	(136)
Contingency Theories	(139)
Trait Theories Updated; Charismatic Leadership	(146)
Visionary Leadership	(147)
Team Leadership	(148)
Is Leadership Always Relevant?	(149)
Trust and Leadership	(149)
Implications for Managers	(154)
11. Power and Politics	(155)
A Definition of Power	(155)
Contrasting Leadership and Power	(156)
Bases of Power	(156)
Dependency; The Key to Power	(159)
Power in Groups; Coalitions	(160)
Power and Sexual Harassment	(161)
Politics; Power in Action	(163)
Implications for Managers	(168)
12. Conflict and Negotiation	(169)
A Definition of Conflict	(169)
Transitions in Conflict Thought	(170)
Differentiating Functional from Dysfunctional Conflicts	(171)
The Conflict Process	(171)
Negotiation	(177)
Implications for Managers	(182)

4 PART FOUR

THE ORGANIZATION SYSTEM

13. Foundations of Organization Structure	(184)
What Is Organization Structure?	(184)
Common Organizational Designs	(191)
New Options	(194)
Why Do Structures Differ?	(196)
Organization Structure and Employee Behavior	(199)
Implications for Managers	(201)
14. Technology and Work Design	(202)
Technology in the Workplace	(202)
Organizational Behavior in an E-World	(206)
Work Design	(212)
Implications for Managers	(220)
15. Human Resource Policies and Practices	(221)
Employee Selection	(221)
Training Programs	(224)
Performance Appraisal	(227)
Implications for Managers	(235)
16. Organizational Culture	(236)
Defining Organizational Culture	(236)
What Does Culture Do?	(239)
Creating and Sustaining Culture	(240)
How Employees Learn Culture	(245)
Managing Cultural Change	(248)
Creating an Ethical Organizational Culture	(249)
Spirituality and Organizational Culture	(250)
Organizational Culture versus National Culture	(253)
Organizational Culture and the Paradox of Diversity	(253)
Implications for Managers	(254)