

# Business

B  
u  
s  
i  
n  
e  
s  
s  
E  
n  
g  
l  
i  
s  
h

# 工商管理英语

# Business

主编 (中) 雷涯邻  
(美) John A. Parnell

B  
u  
s  
i  
n  
e  
s  
s  
E  
n  
g  
l  
i  
s  
h

# English



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

# 工商管理英语

Business English

主编 (中) 雷涯邻  
(美) John A. Parnell



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

图字:01 - 2003 - 6885 号

**图书在版编目(CIP)数据**

工商管理英语/(中)雷涯邻,(美)帕内尔(Parnell, J. A.)主编.  
—北京:高等教育出版社,2003.10(2005重印)

ISBN 7 - 04 - 013431 - 4

I. 工... II. ①雷... ②帕... III. 企业管理 - 英语 -  
高等学校 - 教材 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 070927 号

---

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010 - 58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	免费咨询	800 - 810 - 0598
邮政编码	100011	网 址	<a href="http://www.hep.edu.cn">http://www.hep.edu.cn</a>
总 机	010 - 58581000		<a href="http://www.hep.com.cn">http://www.hep.com.cn</a>
		网上订购	<a href="http://www.landaco.com">http://www.landaco.com</a>
			<a href="http://www.landaco.com.cn">http://www.landaco.com.cn</a>
经 销	北京蓝色畅想图书发行有限公司		
印 刷	北京民族印刷厂		
开 本	787 × 1092 1/16	版 次	2003 年 10 月第 1 版
印 张	21.75	印 次	2005 年 1 月第 2 次印刷
字 数	430 000	定 价	29.40 元

---

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 13431 - 00

## 内容简介

本书由中美工商管理教育专家联袂打造，全书围绕工商管理类专业的核心课程来组织内容，包括工商管理概论、宏观经济学、企业法律制度、战略管理、人力资源管理、组织行为学、市场营销、消费者行为学、电子商务、财务管理、管理信息系统、生产管理、企业家精神、企业创新、全球经济发展趋势等单元，并配有练习题、拓展阅读指南和专业词汇表等内容。

本书不仅可以作为工商管理类专业学生、英语专业管理类方向学生的专业英语教材，还可以辅修工商管理类专业的其它专业学生的选修教材，企业界人士、涉外单位工作人员获取工商管理知识，提高专业英语技能的参考读物。

## 作者简介



### 雷涯邻

中国地质大学(北京)人文经管学院副院长,副教授,博士。从事英语教育、工商管理教育工作多年,对工商管理类专业英语教学有深入的研究。主持和参与部级、企事业单位委托和校内科研项目18项,在国内外学术刊物上发表学术论文30多篇,主编和参编著作4部,研究领域主要集中在企业管理和资源经济方面。2002年在美国做访问学者期间,为美国高校高年级本科生和研究生主讲中美管理比较课程,受到师生的普遍欢迎。



### John A. Parnell

曾先后在 East Carolina大学、Campbell大学和Memphis大学获得市场营销学士学位、工商管理和文学硕士学位、教育学博士学位和战略管理博士学位,具有15年大学教学经验。现为North Carolina 大学(Pembroke)教授,享有“William Henry Belk杰出管理学教授”的称号,曾任Texas A&M 大学(Commerce)营销与管理系主任和教授。发表过100多篇基础性和应用性研究论文、学术会议论文和案例。1995年,在埃及获得富布莱特法案基金研究奖。曾在多个国家讲学,在中国地质大学(北京)讲授的课程为管理学动态和战略管理。目前的研究领域包括企业战略与绩效的关系、危机管理和企业经营理念。



### Kenneth Washer

于路易斯安纳技术大学获得工商管理硕士学位和博士学位,是注册会计师和注册财务计划师(理财师)。目前就职于美国德克萨斯州 A&M 大学(Commerce)。他曾在《商务训练研究》杂志、《金融与保险中西部评论》、《石油天然气与能源》季刊等学术刊物上发表文章。目前的研究主要集中在财务计划与投资。

未提供照片

### Lanying Huang

拥有经济学学士学位、工商管理硕士与博士学位,现任职于彰化师范大学(台湾),已发表多篇学术论文,出版多部著作。研究领域集中在跨国企业管理、关系网、对外直接投资等。



### Lewis Hershey

于路易斯安纳州立大学获得博士学位,于北卡罗莱纳大学(Chapel Hill)获得文学硕士。目前就职于北卡罗莱纳大学(Pembroke),曾在《中西部市场营销》杂志、《服务营销》季刊、《营销教育进展》杂志等学术刊物上发表文章。目前的研究领域主要集中在服务广告、营销教育学以及广告的人力信息处理等方面。



### Shawn Carraher

于Oklahoma大学获得博士学位。现任美国德克萨斯州 A & M 大学(Commerce)全球企业家精神与管理教授,及该大学国际家族企业中心主任。其研究领域包括国际商务管理、战略管理、人力资源与组织行为学、企业家精神,专注于研究企业组织中跨文化的薪酬、人员录用和配置。



### Steven Shwiff

1977年于美国德克萨斯州 A&M 大学获得经济学博士学位,目前任美国德克萨斯 A&M 大学(Commerce)经济学教授。目前主要研究“开发理解城市结构的一种新方法”。曾于《经济咨询》、《应用经济学》杂志、《国际经济与金融评论》、《大西洋经济》杂志、《北美金融》杂志、《国际经济研究进展》等学术刊物上发表多篇论文。



### Zafar U. Ahmed

获美国尤他州立大学博士学位,美国德克萨斯州 A&M 国际大学工商管理硕士学位,美国纽约州立大学 Regents 学院工商管理学士学位。现任美国德克萨斯州 A&M 大学(Commerce)营销和国际商务终生教授。具有 10 年在非洲实业工作的经验,15 年的大学工作经验,是多家政府机构的顾问。现担任全球企业进步学术学会总裁,《全球企业研究》杂志总编,并被列入“哈佛国际商务与管理教师与研究人员名单”。

# 前 言

加入 WTO 意味着我国的经济将进一步步入国际化轨道,市场对人才的需求也将更加国际化。语言的畅通无阻是人才国际化的重要前提。在国家教育部的要求下,虽然个别专业课开始尝试英语或“双语”教学,但是,从教学效果来看,不少学生接受英语或“双语”教学还有比较大的困难,因此,专业英语还是高等教育课程体系中的重要课程。而现行的专业英语教材中,大多数是编者从英文原版书或英语杂志、报刊等公开出版物上选取下来、经过编者加工整理的。由于材料来源的限制和缺乏针对性,这种专业英语教材或多或少地在内容上满足不了教与学的要求。正是出于这些原因,我和韩丽红同志作为长期从事专业英语教学的教师,萌发了组织以英语为母语的学科专家直接为中国学生编写工商管理专业英语教材的念头。2002 年,我在美国做访问学者期间,结识了一批美国工商管理领域的教授,并通过自己的诚恳学习与热情工作赢得了美国教授的信任,特别是得到了本书主编之一 John A. Parnell 教授的大力支持。在 Parnell 教授的帮助之下,我们说服了本书中的所有作者,按照我们的思路和要求(后又经他们完善),共同编写了本教材。由于本书的作者除我和韩丽红在中国大陆、Lanying Huang 在中国台湾之外,其他作者都是在美国长期从事工商管理类学科研究和教学的专家,专业的吻合、语言的本土性,使得本教材无论在专业内容还是语言文字上,都有其难得的独特优势。具体表现在以下方面:

1. 学科专业面广,体系完整。工商管理分支学科众多,本教材共分 15 个单元,基本上涵盖了工商管理学科领域各学科,主要内容包括工商管理概论,宏观经济学,企业法律制度,战略管理,人力资源管理,组织行为学,市场营销,消费者行为学,电子商务,财务管理,管理信息系统,生产管理,企业家精神,企业创新,经济发展趋势等。

2. 内容专业、前沿。美国在工商管理学科是世界上的领头羊,本书各单元的美国作者都是本领域各学科专业的专家,他们熟悉各学科专业的内涵与发展前沿。全书每个单元分 A、B 两部分,A 部分是课堂上的必修内容,基本上都是对工商管理学科每个学科专业的综述,涵盖了该学科专业的所有重要内容,让学生通过学习英文学到专业知识,其内容的专业性使学生能够学以致用,B 部分是扩展阅读文章,这部分主要是在 A 部分的基础上,对本学科专业理论前沿的介绍,也有对应的案例,还有研究方法的探讨,可使学生既学语言,也学专业知识与方法。在练习后,多数美国专家还为学生列出了进一步学习的参考文献。

3. 重视理解与实用。专业英语教学的目的就是使学生通过专业英语的学习,达到在专业领域用英语表达的目的。因此,在每个单元的 A 部分,我们都针对文章的内容编撰了理解性、强化应用性的习题。习题中的回答问题与解释句子,考察学生对文章的理解,我们希望通过这些习题,促使学生对文章的意义与语言有充分的理解;习题中的翻译题则为了培养学生准确表达中英文含义的能力;讨论题是为了激发学生的学习兴趣;写作题则是别具匠心,我们将文章中重要的专业表达法全摘出来,要求学生至少使用其中的 15 个表达法来构思一篇短文,使学生逐步做到用专业词汇表达专业知识。

4. 语言丰富、地道、时髦。美国本土专家撰写教材原稿,使本教材在语言上有其独特的魅力,具有很好的语言学习与训练价值。

5. 为方便学生学习,在教材的最后,本书的中国作者编写了英汉对照工商管理专业常用词汇。

本教材的编写过程及分工如下:编写目的与编写内容、写作要求等,由我和 John A. Parnell 博士共同策划,正文各单元则由来自五所大学和科研机构的 14 位作者撰写,他们是 Bob Folden, Dale Funderburk, Charles Turner, John Parnell, Shawn Carraher, Lanying Huang, Lewis Hershey, Alma Mintu-Wimsatt, Zafar Ahmed, Kenneth Washer, David Wierschem, Joseph Stauffer, Donald Lester 和 Steve Shwiff,书中的专业词汇由中国地质大学(北京)人文经管学院长期从事专业英语教学工作的韩丽红老师编写。为了保证教材的质量与要求,在完成本书的内容体系设计之后, Parnell 博士亲自撰写了一篇范文,与我进一步协商写作的内容体系、语言构造等是否适合中国大学专业英语教学。几经讨论之后, Parnell 博士将范文发给各位作者,供各位作者在构思各单元内容及行文时参考。当各位作者完成写作之后,由 Parnell 博士作第一次编辑与修改,我作第二次编辑与修改,并在充分把握各单元内容的基础之上,紧密结合各单元的专业知识及语言点,编写了各单元的练习题。本书所有内容编写完成以后,由我第一次审稿, Parnell 博士第二次审稿,我定稿,最后交稿于高等教育出版社。

本书是中国地质大学(北京)教学改革项目和教材立项资助成果。我在美国的访问学习得到了中国地质大学(北京)“211 工程”人才培养计划及该校人文经管学院、国际合作处等部门的大力支持,这为本书的形成提供了必要的条件。

本书初稿完成以后,曾在中国地质大学(北京)人文经管学院的研究生及本科生中试用。试用期间,广大师生对本书的修改提出了很多宝贵的意见与建议,特别是陈文勤老师和我的几位研究生,如潘锡辉、周立、李丽萍、霍立、孙鹏、刘刚、胡剑等,为该书的校对整理做了大量的辅助工作,同时,本书的组织编写也得到了中国地质大学(北京)人文经管学院领导、老师和我家人的支持。在编辑出版过程中,更多地得到了高等教育出版社的有关编辑的大力支持,他们提出了许多中肯的修改意见,使本书进一步完善和规范。在此,一并致谢!

我作为主编之一,大学学习英语专业,毕业后从事过 5 年的大学英语教学工作,在硕士研究生和博士研究生期间则主攻工商管理专业,并于 2002 年在美国做访问学者半年,给美国 Texas A&M University-Commerce 的学生主讲了“中美管理比较”课程,课程内容及讲授深受学生欢迎。另一主编 John A. Parnell 教授先后在美国多所大学从事工商管理教学与研究,并被聘为中国地质大学(北京)的兼职教授,曾多次来中国地质大学(北京)讲学,对中国学生有充分的了解。因此,本教材主编与作者的背景,为教材写出特色奠定了很好的基础。本教材特别适合大学工商管理类本科生、研究生的专业英语教学及“双语”教学,也非常适合非工商管理类专业的本科生、研究生,以及从事工商管理业务的管理技术人员阅读,是一本难得的专业英语教材与参考书。尽管本教材经过多次修改和一段时间的试用,但是,书中可能还会有很多缺点,敬请同行、专家不吝指正。

雷涯邻

2003 年 7 月于中国地质大学(北京)



# 目 录

<b>单元 1 工商管理概论</b> .....	1
部分 A 工商管理概论 .....	2
练习 .....	8
部分 B 为什么说工商管理是重要的 .....	11
<b>单元 2 宏观经济学</b> .....	19
部分 A 宏观经济学：概论 .....	20
练习 .....	28
部分 B 全球竞争经济学 .....	31
<b>单元 3 企业法律制度</b> .....	41
部分 A 企业法律制度 .....	42
练习 .....	48
部分 B 有法律约束力的仲裁：解决商务争端的新途径 .....	50
<b>单元 4 战略管理</b> .....	57
部分 A 战略管理：概论 .....	58
练习 .....	66
部分 B 战略管理：一个竞争性的战略框架 .....	69
<b>单元 5 人力资源管理</b> .....	75
部分 A 人力资源管理 .....	76
练习 .....	85
部分 B 国际人力资源管理 .....	87
<b>单元 6 市场营销</b> .....	97
部分 A 市场营销：概论 .....	98
练习 .....	106
部分 B 市场营销研究：概论 .....	109
<b>单元 7 消费者行为学</b> .....	117
部分 A 消费者行为学：概论 .....	118
练习 .....	124
部分 B 消费者行为学：出现的趋势 .....	126

<b>单元 8 电子商务</b> .....	133
部分 A 电子商务与网络营销 .....	134
练习 .....	151
部分 B 电子商务中的问题 .....	158
<b>单元 9 财务管理</b> .....	173
部分 A 财务管理: 概论 .....	174
练习 .....	180
部分 B 金融市场与证券 .....	183
<b>单元 10 管理信息系统</b> .....	189
部分 A 管理信息系统 .....	190
练习 .....	197
部分 B 管理信息系统发展趋势 .....	200
<b>单元 11 组织行为学</b> .....	207
部分 A 组织行为学: 概论 .....	208
练习 .....	214
部分 B 组织行为学: 利用目标层次论 .....	218
<b>单元 12 生产管理</b> .....	225
部分 A 生产管理 .....	226
练习 .....	232
部分 B 战略控制与基准设定 .....	236
<b>单元 13 企业家精神</b> .....	243
部分 A 企业家精神: 一种全球观点 .....	244
练习 .....	252
部分 B 国际企业家精神 .....	257
<b>单元 14 企业创新</b> .....	269
部分 A 企业创新 .....	270
练习 .....	275
部分 B 组织变化 .....	279
<b>单元 15 经济发展趋势</b> .....	287
部分 A 理解经济增长 .....	288
练习 .....	298
部分 B 影响分析 .....	301
<b>附录 专业词汇表</b> .....	307

# Content

<b>Unit 1 Introduction to Business</b> .....	1
Part A Introduction to Business .....	2
Exercises .....	8
Part B Why Business is Important .....	11
<b>Unit 2 Macroeconomics</b> .....	19
Part A Macroeconomics: Overview .....	20
Exercises .....	28
Part B The Economics of Global Competition .....	31
<b>Unit 3 Legal Environment of Business</b> .....	41
Part A The Legal Environment of Business .....	42
Exercises .....	48
Part B Binding Arbitration: The New Path For Resolving Business Disputes .....	50
<b>Unit 4 Strategic Management</b> .....	57
Part A Strategic Management: Overview .....	58
Exercises .....	66
Part B Strategic Management: A Competitive Strategy Framework .....	69
<b>Unit 5 Human Resource Management</b> .....	75
Part A Human Resource Management .....	76
Exercises .....	85
Part B International Human Resource Management .....	87
<b>Unit 6 Marketing</b> .....	97
Part A Marketing: Overview .....	98
Exercises .....	106
Part B Marketing Research: An Overview .....	109
<b>Unit 7 Consumer Behavior</b> .....	117
Part A Consumer Behavior: Overview .....	118

Exercises .....	124
Part B Consumer Behavior: Emerging Trends .....	126
<b>Unit 8 E-commerce</b> .....	133
Part A E-commerce and Internet Marketing .....	134
Exercises .....	151
Part B Issues in E-commerce .....	158
<b>Unit 9 Financial Management</b> .....	173
Part A Financial Management: Overview .....	174
Exercises .....	180
Part B Financial Markets and Securities .....	183
<b>Unit 10 Management Information Systems</b> .....	189
Part A Management Information Systems .....	190
Exercises .....	197
Part B Trends in Management Information Systems .....	200
<b>Unit 11 Organizational Behavior</b> .....	207
Part A Organizational Behavior: Overview .....	208
Exercises .....	214
Part B Organizational Behavior: Harnessing the Goal Hierarchy .....	218
<b>Unit 12 Production Management</b> .....	225
Part A Production Management .....	226
Exercises .....	232
Part B Strategic Control and Benchmarking .....	236
<b>Unit 13 Entrepreneurship</b> .....	243
Part A Entrepreneurship: A Global View .....	244
Exercises .....	252
Part B International Entrepreneurship .....	257
<b>Unit 14 Innovation</b> .....	269
Part A Innovation .....	270
Exercises .....	275
Part B Innovation: Organizational Change .....	279

<b>Unit 15 Economic Development</b> .....	287
Part A Understanding Economic Growth .....	288
Exercises .....	298
Part B Impact Analysis .....	301
<b>Appendix Glossary</b> .....	307

**Unit 1**

**Introduction to Business**

**Bob Folden, Ed. D.**

**Texas A&M University-Commerce**

**Part A***Introduction to Business**The Nature of Business*

There are a number of definitions of the English word business. Each of them carries a related but different meaning. There are primarily two that bear upon our discussion. The first is any activity engaged in as a means of livelihood. The second sees business as the principal activity of one's life. For America, business is both a means of livelihood and a focus of one's life, at one and the same time. Individuals and groups pursue business for both monetary gain and for personal identification and recognition. This double focus of business carries an understanding that business provides for the sustenance of an individual or group of individuals while at the same time providing each with a sense of identity. The two concepts are so intertwined as to be nearly impossible to separate from one another. However, for our purposes, we shall focus on business as a means of livelihood by viewing it as the process of taking the assets of one or more individuals and making them available to others in the form of goods and services to produce a profit. We will attempt to identify and define the components of this definition.

***Business is a process.*** As such, it is a series of actions, changes, or functions bringing about a result. Many seek to divide the process into many processes in order to better understand and manage the processes (really sub-processes) so that they can impact and control the outcome. For now, we only need to understand that it is a process of processes and that they can be understood both individually and as a whole.

In our consideration, business is a process that returns a profit to those involved in it in order to sustain their livelihood. Business is primarily the production of goods and services to produce a profit<sup>1</sup>. The nature of the profit will vary by the character of the business undertaken. While each business will define profits somewhat differently, they all must produce a profit to stay in business. That is the very nature of business for that is the only way to sustain a livelihood. From this vantage point, business must sustain a profit to provide for the livelihood of the business as well as the individuals who are dependent

---

1 The gain or return; benefit received on a business undertaking after all operating expenses have been met.

upon the business for their livelihood.

Every good process also has controls, both internally and externally. For businesses, internal controls are provided by management, while external controls are generally provided by various regulatory agencies. For the process to work effectively, it will also need to be feedback from the sub-processes to the control structure. The more efficient the feedback, the better the control will provide for successful operation of the business.

**Businesses are also systems<sup>2</sup>.** Every system has inputs, processes, outputs, and outcomes. Well-run systems also contain feedback and control mechanisms. All systems are part of larger systems. They also impact other systems. This concept helps to explain that businesses are not isolated entities, but impact and are impacted by other businesses. As a system, they are circular in nature as opposed to the linear type of relationship that is assumed in the process concept. Each of the sub-systems (sub-processes) can impact each other and the overall system at one and the same time. This interrelationship of all of the components causes difficulty in separating a business into sub-components and understanding the nature of the business by analyzing the sub-components of the business. While it is beneficial to analyze the components, it must be understood that full knowledge only comes when the whole of a business is analyzed. In this book, you will look at various components of a business. While this analysis is necessary, you need to remember that a business is more than just those components put together. You can have all of the right components and not have an effective business.

**Businesses are organizations<sup>3</sup>** which are similar to systems but have a different focus. While it is theoretically possible for a business to function with only one person, it is not the norm. Practically, all businesses involve some sort of organization to perform their functions. If we include customers in the organization of the business, it would be nearly impossible for a business to have only one member of the organization. We hedge on this issue because an individual could possess the raw materials, production capabilities, and provide the end product for personal use and therefore exist as a business of one. For our purposes, we shall assume that it is not possible.

The relationships between the members of an organization are established into formal organizations<sup>4</sup>. Each relationship is established by one or more processes: division of

---

2 A system is a collection of parts (or subsystems) integrated to accomplish an overall goal.

3 An organization is a group of people intentionally organized to accomplish an overall common goal or a set of goals.

4 Formal organization is the order and design of relationships within the business.



labor<sup>5</sup>, departmentalization<sup>6</sup>, and delegation<sup>7</sup>. Well-constructed organizations will have clearly defined lines of authority, channels for information flow, and means of control. All of the resources — human, material, financial, and information — are connected to form a unified structure. Along with those employees and other formal members that exist in the business, there are a number of others that have an interest in the business. All of these are referred to as stakeholders.

### Stakeholders

All businesses have a variety of individuals and groups who are stakeholders<sup>8</sup> in the business. Each stakeholder has a slightly different interest in the business. They also provide slightly different content to ensure the success of the business. Every business needs to understand the stakeholders' interest in the business. This knowledge will enable them to attempt to meet those interests so that the business will be sustainable.

**Owners** have the responsibility to organize, manage, and assume the risk of starting and running a business. In this role they provide the inducement of success for the company. Because the majority of American businesses are small businesses that are run by a single individual, the owner plays a major role in the ultimate success of the company. In these cases, the owner not only takes the risks, but provides for the daily management of the business. Not all companies have every one of these stakeholders at any given time. Most companies have them all at some time in the company life cycle. Only the major stakeholders will be introduced but not covered in detail.

**Creditors** primarily provide the operating capital<sup>9</sup>. Quite generally this is in the form of cash or a loan to start and run the business. There are a number of mechanisms used by businesses to acquire operating capital from creditors or investors.

**Employees** have a vested interest in the business in part because they were hired to conduct the business operations. They also expect to receive some sort of remuneration<sup>10</sup> for their efforts. In return the business has an interest in the well being of the employee.

**Suppliers** provide the materials needed for production. In most cases, suppliers are businesses in their own right. They, therefore, are seeking to earn a profit on their labor efforts.

---

5 Division of labor is the determining of work activities and dividing up tasks.

6 Departmentalization is the grouping job and employees.

7 Delegation is the assigning authority and responsibilities.

8 One who has a vested interest in the outcome of an activity.

9 The basic resources necessary to maintain a business operation.

10 Payment for labor or services to a worker.