

HZ BOOKS
华章教育

Mc
Graw
Hill

Education

双语教学

高等学校经济管理英文版教材

国际企业管理

文化、战略与行为

(英文版·原书第7版)

International Management: Culture, Strategy, and Behavior

(7th Edition)

弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans)

内布拉斯加大学

(美)

乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh)

维拉诺瓦大学

著

赵曙明 程德俊 译注



机械工业出版社
China Machine Press

高等学校经济管理英文版教材

国际企业管理

文化、战略与行为

(英文版·原书第7版)

International Management: Culture, Strategy, and Behavior

(7th Edition)

弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans)

内布拉斯加大学

(美)

著

乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh)

维拉诺瓦大学

赵曙明 程德俊 译注



机械工业出版社
China Machine Press

《国际企业管理》是一本通行美国高校的国际管理教材，主要围绕国际企业环境、跨文化、国际管理战略以及跨国组织行为和人力资源管理展开，对国际企业管理的各个组织层面进行了深入的分析。本书是第7版，在前6版的基础上，作者更新了大部分案例，完善了各章节内容的体系结构，使之紧随国际企业管理实践的发展趋势，也更贴近高校的教学需要。

本书适合高等院校企业管理、国际管理以及其他管理专业本科生、研究生及 MBA 学员，也可供企业管理人员自学之用。

Fred Luthans, Jonathan P. Doh. International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 7th Edition.

ISBN 0-07-128314-4

Copyright © 2009, 2006, 2003, 2000, 1997, 1994, 1991 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

This authorized English-Chinese bilingual edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co and China Machine Press.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, taping, or any information and retrieval system, without the written permission of the publisher. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

All Rights reserved.

本书英汉双语版由机械工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可，不得用任何方式复制或抄袭本书的任何内容。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。

本书封底贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号：图字：01-2008-3269

图书在版编目(CIP)数据

国际企业管理：文化、战略与行为(英文版·原书第7版)/(美)卢森斯(Luthans, F.), (美)多(Doh, J. P.)著；赵曙明，程德俊译注. —北京：机械工业出版社，2009.11

(高等学校经济管理英文版教材)

书名原文：International Management: Culture, Strategy, and Behavior

ISBN 978-7-111-28896-1

I. 国… II. ①卢… ②多… ③赵… ④程… III. 国际企业—企业管理—高等学校—教材—英文 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 196594 号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：白春玲 胡智辉

北京诚信伟业印刷有限公司印刷

2010 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

214mm × 275mm · 35.25 印张

标准书号：ISBN 978-7-111-28896-1

定 价：69.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

客服热线：(010) 88379210；88361066

购书热线：(010) 68326294；88379649；68995259

投稿热线：(010) 88379007

读者信箱：hzjg@hzbook.com

出版说明

教育部在2001年颁布了《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》，明确要求高校要积极开展双语教学。为适应经济全球化的挑战，培养符合现代社会需求的高级管理人才，推进高校“教育面向现代化、面向世界、面向未来”的发展，双语教学逐渐在我国大学教育中推广开来。

机械工业出版社华章分社为了满足国内广大师生了解、学习和借鉴国外先进经济管理理论、经验，开展双语教学的迫切需求，与国外著名出版公司合作影印出版了“高等学校经济管理英文版教材”系列。我社出版的该系列教材都是在国际上深受欢迎并被广泛采用的优秀教材，其中大部分教材是在国外多次再版并在该领域极具权威性的经典之作。为了让该系列教材更好的服务于读者，适应我国教育教学的客观需求，我社还专门邀请国内在该学术领域有一定研究的专家学者，结合国内教学的实际对这些图书中的重点内容精心加入中文注释，以方便读者快捷地把握学习重点，提高阅读研究的兴趣。

在此我们需要提请广大读者特别注意的是，由于我社所选择出版的该系列图书其原书作者均来自先进管理思想比较集中的欧美国家，他们所处国家的政治环境、经济发展状况、文化背景和历史发展过程等与我国社会发展状况之间存在着显著差异，同时作者个人人生观、价值观以及对各种问题的认识也仅仅只代表作者本人的观点和态度，并不意味着我们完全同意或者肯定其说法。敬请广大读者在阅读过程中，立足我国国情，以科学分析为依据，仔细斟酌，批判接受、客观学习和借鉴。

最后，这套中文注释版英文教材的出版，得到了清华大学、北京大学、南开大学、南京大学等高校很多专家学者的大力支持和帮助，对他们的辛勤劳动和精益求精的工作态度在此深表谢意！能为我国经济管理学科的理论教育与实践发展以及推动国家高校双语教学计划略尽绵薄之力是我们出版本套教材的初衷，也实为我们出版者之荣幸。

欢迎广大读者对我社出版的这套教材和各类经济管理类读物多提宝贵意见和建议，您可以通过与我们联系。

机械工业出版社华章分社经管出版中心

2006年我们曾经合作翻译了理查德·霍杰茨、弗雷德·卢森斯、乔纳森·多所著的《国际企业管理：文化、战略与行为》（第5版），并以《国际管理：文化、战略与行为》为名出版。今天，该书最新一版（第7版）又已经出版发行。机械工业出版社华章分社邀请我们对该书（第7版）进行翻译。当我们听到这一消息的时候大吃一惊，在过去短短的几年间，这本书已经从第5版更新到第7版。更新速度之快令人惊讶，足可见这本教材在国际管理课程教学中的流行程度。在对最新一版教材翻译的过程中，我们发现相较于之前的版本，第7版在很多方面进行了更新和调整。例如，对所有的开篇案例进行了更新，增加了外包、人力资源全球化等最新内容。尤其令人兴奋的是，为了适应全球经济热点向新兴市场转移的形势，本书强化了对中国、印度等新兴市场的讨论。在本书选择的案例中，也出现了“可口可乐在印度”、“惠普与康柏的合并及全球影响”等令人感兴趣的案例。国际管理作为一门新兴学科，无时无刻不在发生着变化。这些内容的调整无疑使得教材更具时效性，更能吸引学生的阅读兴趣。

本书之所以能够成为一本通行美国高校的教材，得益于本书作者的强大阵容。本书作者弗雷德·卢森斯教授曾是美国管理学会会长，并被学会授予“杰出教育者”称号。他所著的《组织行为学》也是一本非常流行的教材，并已经出版了第10版。另外，本书最早的作者之一，已逝世的理查德·霍杰茨教授也是国际管理领域一位德高望重的学者。他在AMJ这样顶级的学术期刊发表了100多篇论文，同时还担任美国管理学会管理史分会主席，获得美国管理学会颁发的杰出教育奖。

为适应国内高校双语教学的需要，在本书中文版的基础上，我们对英文版进行了注释，以方便读者快速把握学习重点，提高阅读研究的兴趣。

赵曙明 程德俊

前 言

全球管理环境的变化在加速进行着，国际管理所面临的挑战反映了全球经济和政治事件的不可预见性。“9·11”所带来的持续反应，伊拉克不间断的战争，伊朗、朝鲜的紧张局面，对非洲及其他地区冲突的关注，这些代表了部分政治及安全的焦点，这些焦点描述了全球性事件的特征。站在经济的前沿，贸易关系紧张，缔结重要的贸易合约的失败，以及外来思想和外包，对世界经理人和跨国公司提出了更多的挑战。随着全球化和经济一体化的进一步深化，关于经济发展利益分配的压力由国家和企业责任这一严肃问题上升到全球的高度。在拉丁美洲及其他地区，平民政府正在质疑新古典主义解决经济问题方法的有效性，并设法重演一些早年充满戏剧性的私有化和自由化。然而全球贸易、投资，尤其是科学和技术领域创新的增长，为全球公司提供了新的意想不到的机遇。

这些时刻进行着的难以预料的发展凸显并加强了理解世界范围内不同的文化、国家以及合作管理实践的重要性。在校学生和企业管理者现在认识到所有的商业都是全球性的，并且，现在的世界不仅在地域上相互连接，电子通信和心理的联系也日益增强。很难想象会有任何商业或非商业的组织不受全球化的直接影响。在今天，地缘政治及经济环境所面临的挑战是如何学习并进行有效的国际化管理；必须经常检验和挑战过去的假设，最好的实践是持续地改变环境和竞争条件。拥有国际管理观念和知识与技能的人，较之于没有这些知识和技能的人，将会在获得竞争优势上迈进一大步。他们将处在一个强有力的位置去获得广泛的理解，且能够为跨文化的有效管理采取具体步骤。

在《国际企业管理：文化、战略与行为》第7版中，我们小心地保留了从过去10年的研究和实践中获得的有效基础，同时，我们加入了许多重要的新出现的发展趋势。尤其重要的是，国际管理专业的学生要明白全球性企业面临的挑战有哪些。

尽管在这一版本中，我们加入了大量的新材料，但我们还是去掉了最后一章，将章节数目从15减到14，这样简化是为了更通俗易懂。特别地，第7版有以下的章节分配：环境（3章）、文化（4章）、战略（4章），以及组织的行为和人力资源管理（3章）。国际管理是一个变化很快的领域，第7版部分章节完全得以更新和改善。新的现实世界的案例和研究结果通过本书得以整合，强调管理经验的相关性。与前6版一样，我们强调研究和应用的平衡。

对于第7版，我们已经加入了如下领域的重要新内容：外包、人力资本的全球化、新兴市场的对策、全球企业家、世界政治和伦理的差异、谈判，以及国际管理领域的其他重要发展。我们继续增加对新兴市场的关注，以及全球领导者，诸如巴西、俄罗斯、印度以及中国——“金砖四国”经济的关注，同样也重点关注了诸如非洲、亚洲、东欧、拉丁美洲以及中东这些欠发达地区。我们也涵盖了以下两个方面的最前沿的见解：关于全球商业中生物技术的角色以及全球管理中公司的社会责任及其可持续性的重要性。

第7版的一个特色是每章开篇案例均摘自《商业周刊》，这些新颖、短小的故事很容易抓住读者的兴趣和注意力。一个过渡性段落将读者自然地引入章节主题。每章的最后，有一个题为开篇案例回顾的段落，提出了一些基于开篇案例的讨论题，要求读者用正文中的知识来回答。

每章结尾的另外一个特色就是互联网应用。每次练习的目的是鼓励学生利用互联网查找主要跨国公司的信息，以回答相关问题。本书结尾还有一个特色，即为国际经理人提供一套技能和经验的练习，这些课堂练习展现了教材（文化、战略与行为）的各个部分，并提供实践经验。

第7版以案例为特色，较之前几版案例质量也大有提升。本版更新了所有的案例，同时又增加了少量案例，这些短小精悍的案例能够在课堂上阅读和讨论。修改或新增的综合案例放在每部分的最后，是专为

本版而建的，为课外阅读和分析提供了机会。这些案例大部分是更新的，少部分是新加内容。汇丰银行、沃尔玛、惠普-康柏、可口可乐以及其他案例是本书独有，并为第7版量身定做的。

新的或更新了的“国际管理实践”将应用性案例放进每章节，每章结尾还有开篇案例回顾、小结、重点词汇、复习题、互联网应用以及案例。全书结尾部分的技能练习和模拟为国际管理的现实世界提供了相关的完整材料。

本书被看成是此类教材的第一主线。在此之前有战略专业资料汇编、组织行为领域的专业书籍、人力资源、国际商务、财务、市场以及经济学教材，但没有国际管理的教材，本书仍是市场领先者。由于投入了很多精力去修订，本书得以保持这种领先地位。我们希望读者能认同第7版继承了传统并且依然是国际管理研究的世界级教材。

全面更新的主题结构

1. 彻底修改和更新了章节，以凸显对于国际经理人而言更重要的事。
2. 更加关注如何以全球化的视野看待国际化管理。
3. 新的格式更显简洁（所有14章）。
4. 选取最新的《商业周刊》中的开放性案例组成“开篇案例”，这些案例描述了当前国际管理所面临的挑战。
5. 第1章给出了全面更新以及重新定义的全球化和国际联系。
6. 更新了有关外包以及人力资源全球化的讨论。
7. 对新兴市场的格外强调，包括中国和印度，此外还有巴西、俄罗斯、非洲、亚洲、东欧以及拉美、中东等地区的国家。

完全被修改的章节内容

1. 更新了有关政治、法律、科技环境的章节，新增了有关世界各地政治差异和全球生物科技革命的材料。
2. 更新了有关道德、社会责任的章节，加入了针对不同国家道德差异及国际管理主要趋势——稳定性的讨论。
3. 增加了比较GLOBE项目与霍夫斯泰德的民族文化维度典型描述这一内容。
4. 有关跨文化谈判的大篇幅探讨。
5. 有关国际企业家、“天生国际化”战略、以发展“金字塔底部”经济学为目标的国际战略所面临的挑战及机遇的大篇幅探讨。
6. 新增了对国际管理的积极组织行为的描述。

全面更新的案例、练习和补充

1. 新增或更新了每章末尾的案例。
2. 彻底更新了综合案例（其他地方不可获取）：登广告或言论自由；可口可乐在印度；沃尔玛的日本战略；塔塔的全球扩张；惠普-康柏的合并及全球影响；汇丰银行在中国。

我们要感谢那些帮助本书出版的人，特别要感谢分布在世界各地的我们的同行，他们为本书的写作提供了很多建议并激励我们站在国际化的角度思考问题。卢森斯要特别感谢两位国际管理学者，一位是亨利H. 阿尔波斯，布拉斯加州大学管理系前系主任、沙特阿拉伯石油矿物大学前院长；他为此书之前的版本做了重大贡献。另外一位是现任内布拉斯加大学管理学院院长、太平洋商业协会主席桑M. 何。乔纳森想要感

谢维拉诺瓦商学院及其领导，尤其要感谢吉姆·丹库和赫伯·拉马拉斯。同时，为了这一新的版本，我们还要感谢埃利亚伯斯·斯坦瓦特提供的案例研究和柯特尼·阿希尔在更新案例的准备过程中提供的研究支持。

此外，我们还要感谢世界各地的学者给我们的帮助。在第7版的准备过程中，他们的反馈意见指引着我们。他们的单位和姓名无法一一列出，在此表示诚挚的感谢。

感谢 McGraw-Hill Paul Ducham、Laura Spell、Sara Hunter、Christine Vaughan、Gina Hangos、Lynn Bluhm、Matthew Baldwin、Debra Sylvester、Cathy Tepper、Carig Atkins、Jeremy Cheshareck、Pam Verros。

最后，我们要衷心感谢我们家庭成员对我们的关心与支持，我们感谢 Sally、Steven Jennifer、Kay、Kristin Todd、Brett、Angie、Kyle、Dina、Paige、Kourtney、Taylor、Amma 和 Asheley。感谢他们的爱和支持。

弗雷德·卢森斯

乔纳森 P. 多

作者简介

弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans)

弗雷德·卢森斯是内布达布斯加-林肯大学管理系的乔治·霍尔莫斯讲座教授，同时也是盖洛普公司的高级研究学者。他在衣阿华大学获得学士、MBA 和博士学位，并且在那里获得杰出毕业生奖。他于 1965~1967 年在美国军队任职，并在美国西点军校讲授领导学。他还是众多大学的访问学者，曾在欧洲和太平洋沿岸的许多国家做过报告，并在夏威夷大学、英国亨利学院、挪威管理学院、澳大利亚莫纳什大学、中国澳门、德国开姆尼茨、阿尔巴尼亚地拉那当过客座教授，讲授国际管理学课程。他曾是美国管理学会会长，1997 年被学会授予“杰出教育者”称号。2000 年，他作为 5 位在一流管理期刊上经常发表论文的作者之一，被选为管理学会荣誉成员。现在，他是 *Journal of World Business* 的主编，*Organizational Dynamics* 的编辑，并且出版了许多著作。他的著作《组织行为》已经出版了第 10 版。他是管理学会、决策学机构、太平洋商业评论协会的成员。他也是 20 年前就开始担任太平洋商业评论协会的委员会成员之一，该委员会帮助太平洋沿岸国家组织年会。他一直从事动机和行为管理技巧的实地研究，分析俄罗斯的管理行为，这些论文都已经在 *Academy of Management Journal*, *Journal of International Business Studies*, *Journal of World Business* 和 *European Management Journal* 发表。自从东欧向市场经济转变开始，他就一直积极参与美国 Agency for International Development in Albania and Macedonia 的管理教育项目和美国信息处关于中亚国家（哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦）的研究项目。卢森斯教授最近的国际研究包括跨文化管理者和企业家的心理因素、态度与行为之间的研究。他正在积极进行有效全球管理的组织行为和真正的领导行为的实证研究。

乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh)

乔纳森 P. 多是国际商业 Herbert G. Ramrath 主席，全球领导力中心的创立指导主任以及维拉诺瓦商学院副教授。他既授课，也做研究，并兼任国际战略和企业责任领域的管理顾问。他同时是战略和国际研究中心的资深伙伴，以及杜克合作教育和沃顿商学院客座教授。此前，他曾任教于美国乔治敦大学，曾是美国政府高级官员，负责北美自由贸易协议。乔纳森曾在国际商业和管理顶级杂志发表 40 多篇相关文章、20 多篇学术性文字以及 60 多篇会议论文，他最近的文章出现在以下一些刊物上：*Academy of Management Review*, *California Management Review*, *Journal of International Business Studies*, *Organization Science*, *Sloan Management Review* 和 *Strategic Management Journal*，他是 *Globalization*、*NGOs* (Praeger, 2003)、*Handbook on Responsible Leadership* 以及 *Governance in Global Business* (Elgar, 2005) 的主编及作者，也是 *International Management: Culture, Strategy, and Behavior* (6th ed., McGraw-Hill/Irwin 2006) ——现在最畅销的国际管理教材之前版本的主编。他现在的研究主要集中在新兴市场战略、全球企业的社会责任和服务外包。他最近完成了两本书：*Multinationals and Development* (与 Alan Rugman 合著，耶鲁大学出版社) 和 *Corporations and NGOs: Conflict and Collaboration* (与 Michael Yaziji 合著，剑桥大学出版社)。乔纳森还创作了很多原始案例，发表在著作、期刊和案例数据库中，并被很多一流大学所使用。他是多家著名跨国公司高级管理顾问。他在乔治·华盛顿大学获得战略和国际管理博士学位。

教学建议

一、教学目的

本课程定位是企业管理和国际管理专业学生的专业必修课或其他管理类专业学生的选修课，讲述目的是让学生全方位了解和掌握国际企业管理的基础知识和相关技能。

二、授课建议

本课程以课堂理论教学为主，案例讨论为辅，建议总学时 54 学时。本课程要求 3~4 人组成一个案例小组，以小组为单位完成国际企业管理案例分析并陈述，由教师点评。

三、授课进度

教学内容	学习要点	课时安排
第1讲 国际企业管理概述 (第1章和第2章)	<ol style="list-style-type: none">1. 评估全球化对各个国家、产业、公司和团体的影响2. 分析全球和地区整合的趋势，反映这些体系的国家之间的主要经济体系和最近的发展3. 阐述跨国公司在世界范围内经营所面临的法律环境概况4. 分析当前及未来技术环境中主要的变化及其对跨国公司的影响	3
第2讲 跨文化管理 (第4章和第5章)	<ol style="list-style-type: none">1. 描述文化价值观的概念2. 识别与工作环境相关的主要文化维度，讨论在国际环境中文化对行为的影响3. 考察全球化和国家响应对国际战略管理的影响4. 讨论文化间的差异性和相似性，并注意在各个国家做生意时的一些重要的战略指导方针	3
第3讲 组织文化与多样性 (第6章)	<ol style="list-style-type: none">1. 准确定义组织文化的含义，讨论跨国公司文化多元性和多样性的本质及程度2. 讨论民族文化和跨国公司文化间的相互作用3. 明确研究发现的4种最常见的组织文化的类型，并讨论各个类型的特征4. 讨论用于团队和组织层次建设有效多元文化的指导方针和原则	3
第4讲 跨文化沟通与谈判 (第7章)	<ol style="list-style-type: none">1. 了解沟通、下行沟通和上行沟通的含义2. 掌握有效国际沟通的语言、知觉、文化和非语言障碍，并提出克服国际沟通问题的措施3. 开发应对不同文化情境的国际谈判方法4. 回顾可能会改善谈判和成果的不同谈判及讨价还价行为	3
案例讨论	上述各章章后案例及综合案例	3
第5讲 战略制定与实施 (第8章)	<ol style="list-style-type: none">1. 理解全球整合的压力与本国客户响应之间的矛盾关系以及实施全球性战略的4个基本选择2. 识别跨国公司战略计划的基本步骤，包括环境扫描、关于跨国公司自身优势的内部资源状况分析以及目标形成3. 了解在战略计划的实施中，营销、生产和财务三方面的重要功能4. 了解适用于新兴市场和新的国际投资机会的具体战略	6

教学内容	学习要点	课时安排
第6讲 进入战略和组织结构 (第9章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解跨国公司常用的进入战略和组织结构 2. 分析各种组织结构的优势和劣势, 及其各自的适用条件 3. 了解从兼并、合资公司衍生出的、非传统的新型组织结构设计, 以及其他比较新颖的设计形式, 如电子网络结构和产品开发结构 4. 理解组织特征如规范化、专业化和集权化是如何影响组织的构建和运行的 	6
第7讲 管理政治风险、政府关系和联盟 (第10章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析跨国公司如何评估政治风险 2. 阐述当前管理和降低政治风险的常用方法 3. 讨论降低风险和同政府发展有效关系的战略 	3
第8讲 决策与控制 (第11章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析影响向国外子公司授权程度的一些主要因素 2. 比较直接控制与间接控制的差别 3. 描述跨国公司控制海外子公司所用方式的主要差异 4. 讨论控制国际企业子公司的具体业绩措施 	6
案例讨论	上述各章章后案例及综合案例	3
第9讲 跨文化激励 (第12章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析激励理论对跨国人力资源管理的价值 2. 理解在跨国人力资源管理中雇员满意的重要性 3. 理解过程理论在激励跨国公司员工中的价值 4. 理解在国际环境中, 工作设计、工作重要性以及报酬所起的激励雇员的作用 	3
第10讲 跨文化领导 (第13章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解管理中领导问题的基本哲学观念和模式 2. 分析和比较日本、美国和欧洲不同的领导风格 3. 分析和比较中国、中东地区、发展中国家的领导方法 4. 掌握关于跨文化环境中领导共性问题的最新研究和发现 5. 分析有效的领导实践中的文化群关系和领导行为, 解释为什么会有越来越多的呼声倡导更有责任感的全球性领导行为 	3
第11讲 跨文化人力资源选择与开发 (第14章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解跨国公司在运营中挑选管理候选人的基本来源 2. 描述组织和管理者在制定驻外人员决策时的甄选标准和程序 3. 讨论驻外人员的召回过程 4. 解释文化同化是怎样工作的及其被高度重视的原因 	3
第12讲 商业伦理和社会责任 (第3章)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解国际管理中的伦理, 以及跨国公司所面临的主要伦理问题 2. 讨论公司所面临的压力和采取的行动 3. 理解主动性行为给公司管理带来的更大责任, 并且限制了世界范围内腐败的影响 	3
案例讨论	上述各章章后案例及综合案例	3

术 语 表

- achievement culture 成就文化** 在这种文化中,人们的地位身份取决于其职责履行得如何。
- achievement motivation theory 成就激励理论** 该理论认为,个人有争取获得成功和实现目标的需求。
- act of state doctrine 国家法令主义** 这是国际法的一种裁判原则,对于其他政府所有的法令,即使在美国的法律下,这些法令实际上是非法或不合宜的,美国法庭也承认这些法令的效力。
- adaptability screening 适应能力筛选** 一种评价过程,评估一个家庭承受海外生活压力的能力。
- adaptability screening 适应性组织** 指组织能够对必要变化做出及时反应,但无法预测这种变化,并且也不能保持或领导变化的最前沿。
- administrative coordination 行政协调** 跨国公司采用的战略性规划和实施,是依据具体情况做出战略决策,而不是采用预先设定的经济或政治驱动的战略。
- alliance 联盟** 存在于不同企业间的任何一种合作关系。
- ascriptio culture 归咎文化** 在这种文化中,一个人的地位身份取决于他是谁以及是干什么的。
- assessment center 评估中心** 一种评价工具,用于判别个人晋升的潜力。
- authoritarian leadership 独裁式领导** 为了确保任务完成的一种工作导向的领导方式。
- balance - sheet approach 平衡表法** 一种开发驻外人员薪酬结构的方法,确保驻外人员不会因为接受驻外委任而受到经济上的损失。
- base of the pyramid strategy 金字塔底部战略** 以发展中国家的低收入群体为目标顾客的战略。
- bicultural group 双文化群体** 是指在一个群体中,有两个或更多的成员各属于两种截然不同的文化,如4个墨西哥人和4个中国人为了调查一项风险投资的可能性,而组成了一个团队。
- biotechnology 生物技术** 将科学和技术进行整合,并通过工业和对实体组织的应用,而创造农业或者医疗产品。
- born - global firms 天生全球化企业** 这些企业在成立之后不久便参与了一些重大的国际行为。
- cafeteria approach 自助方法** 一种开发驻外人员薪酬结构的方法,为驻外人员提供一系列可选择的薪酬结构方案,让员工自己来决定用于支付薪酬的资金如何支配。
- centralization 集权化** 一种管理体系,重要的决策都由高层管理者做出。
- chaebols 财团** 指韩国非常大的家族控制的并具有相当大的政治和经济力量的集团企业。
- charismatic leaders 魅力型领导** 通过自身的魅力和能力对员工进行激励的领导。
- chromatics 色彩学** 利用颜色进行信息的传递。
- chronemics 时间学** 文化中利用时间的方式。
- civil or code law 民法或成文法** 来源于罗马法的法律,用于非伊斯兰国家和非社会主义国家。
- codetermination 共同决策** 一种法律体系,要求工人及其管理者对重要决策进行讨论。
- collectivism 集体主义** 一种视社会整体的需求和目标比个体需求更重要的政治哲学(第2章);指一种文化,人们倾向归属于团队或集体,并彼此照顾表示忠诚(第4章)。
- common law 普通法** 来源于英国法的法律,是美国、加拿大和其他英国体系国家的法律基础。
- communication 沟通** 是从发送信息者到接受者传播的过程。
- communitarianism 团体主义** 指人们将自己看做是团队的一部分。
- conglomerate investment 混合投资** 一种高风险投资,所投资的产品和服务不同于国内生产的产品和服务。
- content theories of motivation 激励内容理论** 解释有关鼓励,激发或发动员工行为的工作激励。
- context 情境** 沟通所在的信息环境,并能帮助信息的传递(第8章)。
- controlling 控制** 针对计划或目标对结果进行评价的过程,并决定是否采取行动以及采取什么行动。
- corporate governance 公司治理** 商业企业用来进行指导和控制的体系。
- corporate social responsibility, CSR 企业社会责任** 指企业所采取的并非出于法律要求和企业利益导向的有

利于社会利益的行为。

- cultural assimilator** 文化同化 一种循序渐进的学习技术,向一种文化的成员灌输另一种文化的基本理念、态度、角色认知、习俗和价值观。
- culture** 文化 人们用来解释经验,产生社会行为的后天获得的知识。知识形成价值,创造态度,影响行为。
- decentralization** 分权化 把决策放在更低层级,让较低层次的人参与。
- decision making** 决策 在一群可选方案中选择行动方案的过程。
- democracy** 民主 一种政治制度,在这种制度中,政府由公民直接控制或者通过选举产生。
- diffuse culture** 扩散文化 指公众空间和私人空间在大小上相似,因为进入公众空间也要支付进入私人空间的成本,所以个人谨慎地保护其私人空间。
- direct controls** 直接控制 为了监督运行的目的使用面对面或私人会议的方式。
- distributive negotiations** 分配式谈判 对某种价值具有相反目的的双方之间所发生的讨价还价行为。
- doctrine of comity** 礼让主义 指就其自己公民的权利而言,必须相互尊重他国法律、制度和政府的国际法的管辖权原则。
- downward communication** 下行沟通 从管理者到下级的方向传递信息。
- economic imperative** 经济规则导向 基于成本领先、差异化、分割的一种世界范围内的策略。
- Eiffel Tower culture** 埃菲尔铁塔型文化 一种以特别强调层级和任务导向为特点的文化。
- emotional culture** 情感文化 一种情感得以开放地和自然地表达的文化。
- empowerment** 授权 给个人和团队资源、信息及他们思考及有效实施所需要的权威的过程。
- environmental scanning** 环境扫描 提供精确预测关于在企业目前正有业务或正考虑开展业务的地区的外部环境改变信息的过程。
- equity theory** 公平理论 指人们的动机由其感觉到他们被如何公平对待来决定观点的一种理论。
- esteem needs** 尊重需要 对权力和地位的需要。
- ethics** 伦理 对道德和操行标准的研究。
- ethnocentric MNC** 本国中心主义跨国公司 强调民族主义和把关键国际管理职位控制在总部之下的跨国公司。
- ethnocentric predisposition** 母国中心倾向 一种母国的

价值观念和兴趣引导战略决策的国家主义哲学。

- ethnocentrism** 民族优越感 一种认为自己做事情的方式优于其他人的信念。
- European Union** 欧盟 由27个成员国所组成的一个政治和经济组织。
- expatriates** 驻外人员 远离母国生活和工作的人们。他们是多国公司母国的公民。
- expectancy theory** 期望理论 假设动机是由努力影响绩效,绩效导致特别的结果,结果由个人评价的个人理念的理论。
- expropriation** 财产征收 所在国用即使有也是很少的补偿给所有人。
- extrinsic** 外在激励 激励的一个因素,由于竞争和补偿或者奖励计划的存在,使得外部环境和行为的结果更为重要。
- family culture** 家族型文化 一种以特别强调层级和个人导向特点的文化。
- femininity** 柔弱性 社会主导价值关注他人和生活质量的情况。
- Foreign Corrupt Practices Act, FCPA** 《反海外腐败法》 1977年因为关注国际商业领域贿赂而制定的美国法律,该法案使得通过支付给个人或政治献金来影响外国官员成为非法行为。
- foreign direct investment, FDI** 外国直接投资 在其他国家所进行的对于财产、工厂或者设备的投资。
- formalization** 规范化 在决策、沟通和控制上使用定义好的结构和系统。
- franchise** 特许经营 一种一方(授予特许者)允许另一方(特许经营者)付费使用其商标、标识语、产品线、运营方法进行经营的商业安排。
- Free Trade Agreement of the Americas, FTAA** 《美洲自由贸易协定》 一个倡导在34个西方国家之间进行自由贸易的协定。
- geocentric MNC** 全球中心主义跨国公司 一种试图通过全球性方法决策来整合世界上的分散区域的跨国公司。
- geocentric predisposition** 全球中心倾向 一种试图整合一个全球体系方法来进行决策的管理哲学。
- global area division** 全球地区分部 一种按照地域而非产品组织全球运营的结构。
- global functional division** 全球职能分部 一种主要基于职能,其次基于产品进行组织全球运营的结构。
- global integration** 全球整合 在全球范围的基础上进行某一类型和质量的产品生产和销售。

- globalization** 全球化 在世界所有国家之间进行社会、政治、经济、文化和技术整合的过程。
- globalization imperative** 全球化规则 一种认为全球化经营是保证效率和效益的关键因素的理念。
- global product division** 全球产品分部 国内分部为全球范围的产品群负责的一种结构安排。
- global strategy** 全球战略 主要基于价格竞争的整合战略。
- Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness, GLOBE** 全球领导力和企业行为效力研究 对于来自62个国家中的951个组织的17000名经理人所进行的关于文化属性和领导行为的跨国研究和评估。
- goal-setting theory** 目标设定理论 一种关注人们如何设定目标和这一过程对其动机影响的原理。
- groupthink** 群体思维 团队中的成员服从和达成统一的社会意识。
- guanxi** 关系 中文含义是良好的联系。
- guided missile culture** 制导弹型文化 这种文化的特点是十分强调工作场所的平等和以任务为导向。
- haptics** 体态学 通过身体的接触进行交流。
- home-country nationals** 母国人员 指移居国外的管理人员，其国籍是跨国公司总部所在国。
- homogeneous group** 同类群体 这类群体的特征是所有成员有相似的背景，认识、解释和评价事物的方法相似。
- honne** 理想活动 日语词，意思是一个人真正想要做的事。
- horizontal investment** 水平投资 跨国公司在外国投资生产与母国相同的产品和服务。
- horizontal specialization** 水平专业化 通过工作的分配使个人完成特定的功能，并趋向于停留在限定的领域。
- host-country nationals** 东道国人员 跨国公司雇用的当地的管理人。
- hygiene factors** 保健因素 在双因素激励理论中的工作保健变量，包括薪水、人际关系、技术监督、工作环境、公司政策和公司行政。
- incubator culture** 孵化器型文化 这种文化的特点十分强调个人平等和以个人为导向。
- indigenization laws** 国有化法律 要求各国运作中维护一个主要的利益。
- indirect controls** 间接控制 使用报告和其他书面的沟通形式进行运作控制。
- individualism** 个人主义 一种认为人们应该不受限制地自由追求经济和政治努力的政治哲学（第2章）；人们倾向于只关注自我和自己家庭的一种文化（第4章）。
- inpatriates** 内召人员 被派往母国工作的，来自东道国或第三国的人员。
- integrative negotiation** 整合式谈判 一种谈判行为，目的是为了在两个团体之间在整合利益、创造价值和投资方面建立合作。
- integrative techniques** 整合性技术 帮助海外运作的技术成为东道国组织的一部分。
- international division structure** 国际业务事业部结构 为了操控国际分支机构的运作而创建的一种结构化安排。
- international entrepreneurship** 国际创业 对创新性、前摄性和跨国界风险追求行为的一种整合，目的是为组织创造价值。
- international management** 国际管理 在一个跨国跨文化的环境中运用管理概念和技术以及对不同的经济、政治和文化环境采取合适的管理措施的过程。
- international selection criteria** 国际招募标准 为国际任务选拔人员的标准。
- international strategy** 国际战略 结合地区整合需求和响应的混合战略。
- intimate distance** 亲密距离 非常亲密的交流中的人与人之间的距离。
- intrinsic** 内在激励因素 激励的一个要素，指的是个体通过实施某个行为帮助别人从而体会到成就感。
- Islamic law** 伊斯兰法 一种由圣经的解释和穆罕默德的训诫而形成的法。这种法常见于大多数伊斯兰教国家。
- job content factors** 工作内容因素 在工作激励中的一些内部控制因素，如责任感、成就感和工作本身。
- job context factors** 工作外部条件因素 在工作激励中的一些由组织控制的要素，如环境、工时、工资、安全感、利益和提升。
- job design** 工作设计 包括工作内容、工作方法以及在组织中工作涉及其他人的方式。
- joint venture, JV** 合资企业 两方或三方合作者拥有和控制海外业务的协议。
- kaizen** 持续改善 日语词，意思是不断的改进。
- karoshi** 过劳死 在日本指过多的劳动或工作引起的精力耗竭。

keiretsu 综合商社 在日本是一个新兴的组织安排。综合商社中，一个巨大的通常是纵向联合的公司团体相互合作、紧密工作，为最终用户提供产品和服务；核心成员可能是因为交叉所有权、长期商业交往、董事会间的联系和社会纽带的原因团结在一起。

Key success factor, KFS 关键成功要素 公司有效完成一个市场功能所必不可少的因素。

kinesics 人体动作学 研究通过身体动作和面部表情进行交流的学科。

leadership 领导 影响人们的过程，指导他们为完成某些特定的目标而努力。

learning 学习 获得技能、知识和能力，在行为上产生相对永久的变化。

license 许可证 一种允许一方使用另一方工业产权，并对对方进行一定补偿的协议。

localization 本土化 发展对移居国外人员进行补偿的一种方法，其中包括向移居国外人员支付与所在国工资水平相当的工资。

lump sum method 一次性方法 对移居国外人员进行补偿的一种方法，其中包括预先决定一定的金额补偿，由个人支配这些钱。

macro political risk analysis 宏观政治风险分析 回顾可能影响一个国家所有企业的主要政治决策的分析。

maquiladora 加工贸易产业 位于墨西哥边境的工厂，该工厂使用从外国免税输入的材料和设备来组装成品或者进行生产然后再销往国外。

masculinity 刚毅性 主导价值观是成功、金钱和事件。

merger/acquisition 合并/收购 包含两个或者更多公司的跨国的购买或者股权交易。

micro political risk analysis 微观政治风险分析 对经济中经过选择的部门或者一个国家的特定的外国业务进行的政府政策或行动分析。

Ministry of International Trade and Industry, MITI 国际贸易工业部 日本的一个政府机构，它确认和分级国家商业事务，引导国家资源的分配，以满足这些目标。

mixed organization structure 混合型组织结构 全球产品、区域或功能安排的混合结构。

MNC 跨国公司 一种拥有国际化规模、多国籍管理人员和所有者，并在多个国家进行运营的企业。

monochronic time schedule 单一日程表 以线性的方式做事情的一种日程表。

motivation 激励 一种心理过程，通过这种过程，未满足

的欲望和需求导致了瞄准于目标或刺激的努力。

motivators 激励因素 在双因素激励理论中，包括成就、认可、责任、擢升和工作本身的工作内容因素。

multicultural group 多元文化团体 在这个团体中，有来自3个或更多不同的伦理背景的个体，比如3个美国管理者、3个德国管理者、3个乌拉圭管理者和3个中国管理者，他们正在调查在南非的矿山运营设施。

multi-domestic strategy 多国战略 强调当地适应性的差异化战略。

national responsiveness 国家回应 了解细分地区市场的不同消费者的口味，对不同民族的标准和自治政府及机构的管制做出反应的需求。

nationality principle 国家原则 国际法的一个司法原则，该原则认为每个国家对公民都有审判权，不管他们在哪儿。

negotiation 谈判 与一方或多方讨价还价的过程，为了达成一个各方都能接受的解决办法。

neutral culture 中立文化 情感被控制的文化。

nongovernmental organizations, NGO 非政府组织 一种私有的、非营利性的、为社会利益服务的组织，其关注社会、政治和经济问题，例如贫穷、社会公平、教育、健康和环境。

nonverbal communication 非语言沟通 通过诸如身体语言和物理距离的使用，传递意义。

North American Free Trade Agreement, NAFTA 北美自由贸易协定 一个自由贸易协定，包括美国、加拿大和墨西哥，它有效地消除了这三个国家的贸易壁垒。

oculesics 眼神学 通过眼睛接触和注视的使用，处理传播信息沟通的领域。

offshoring 离岸 企业在海外而非原籍国开展活动的一个过程。

operational risks 经营风险 直接限制当地运营设施的管理和绩效的政府政策与程序。

organizational culture 组织文化 使得成员能够理解其角色和组织规则的共享的价值观和理念。

outsourcing 外包 将企业之间所从事的一些业务通过协议的方式交由其他组织来做。

ownership-control risks 所有权控制风险 阻止拥有当地运营设施的所有权或对其控制的政府政策或行动。

parochialism 乡土观念 用某人自己的眼光和视角观察世界的趋势。

- participative leadership** 员工参与式领导 以工作或任务为中心和以人为中心领导下属的方法的综合使用。
- particularism** 特殊性 环境会指示如何应用观念和实践以及一些事情不能在任何地方都同样地进行的信念。
- paternalistic leadership** 家长作风式领导 以工作为中心的行为的使用,并伴随着呵护的雇员为中心的考虑。
- perception** 知觉 一个人对于现实的观点。
- personal distance** 个人距离 在沟通中,与家庭成员和亲密的朋友谈话所保持的身体的距离。
- physiological needs** 生理需要 食物、衣服、庇护处和其他基本的物质需要。
- political imperative** 政治规则导向 使用国家响应的以及用来保护当地市场利基的战略的形成和执行。
- political risk** 政治风险 东道国政府的政策限制外国投资业务的可能性。
- polycentric MNC** 多中心主义跨国公司 指这样一类跨国公司,即把地区放在关键位置并允许这些管理人员任命和开发他们自己的人。
- polycentric predisposition** 多元中心倾向 凭借战略决策,定制战略决策以适应跨国公司运作所在国家的文化。
- polychronic time schedule** 综合日程表 在这种日程表中,人们趋向于同时进行几件事情,并把更高的价值置于人员参与,而不是准时完成事情。
- positive organizational behavior, POB** 积极组织行为 研究和应用正面导向的人力资源优势和可以被测量、发展及有效增进当前工作场所绩效的心理能力。
- positive organizational scholarship, POS** 积极组织学识 关注正面结果、过程、组织和其成员特性的一种方法。
- power distance** 权力距离 机构和组织中的没有权力的成员可接受的权力不平等分布的程度。
- principle of sovereignty** 主权豁免原则 一种认为政府有权照其自身理解的那样去管理自身的国际法规。
- proactive political strategies** 前摄性政治战略 通过游说、金融运作、倡导以及其他政治干预,塑造或改变政治决策对企业的影响。
- process theories of motivation** 过程理论 通过阐述怎样激发、引导和阻止员工行为来解释工作激励的理论。
- profit** 利润 扣除所有费用后的全部收入剩余。
- protective and defensive techniques** 保护防御技术 阻止东道国政府干涉运营的技术。
- protective principle** 保护性原则 认为每个国家都有权对那些影响其国家安全,即使是出现在国外的行为进行处理的一种国际法规性的权限原则。
- proxemics** 空间关系学 对人们使用物理空间来传递信息的方法的研究。
- public distance** 公众距离 沟通时在房间大声呼喊或者对群体进行讲演所需要的空间。
- quality control circle, QCC** 质量圈 一群定期讨论改善工作质量的工人。
- quality imperative** 质量规则导向 运用全面质量管理来满足或超出顾客期望和持续改善产品或服务的战略框架及其实施。
- regiocentric MNC** 地区中心主义跨国公司 一个依靠特定地理区域的当地管理者在这一区域内或在这一区域附近进行运营的跨国公司。
- regiocentric predisposition** 地区中心倾向 企业试图将其自身兴趣和子公司的自身兴趣在地区基础上混合起来的一种管理哲学。
- regional system** 地区制度 一种开发驻外人员薪酬的一揽子计划方案,这种一揽子计划设计为所有被委派到特定地区的驻外人员建立薪酬体系,并根据这个体系来为每个人付酬。
- repatriation** 召回 让海外委任管理者回到母国。
- repatriation agreements** 召回协议 企业告知个人将被派驻海外多长时间以及作为回报允诺给予个人一个双方均可接受的职位。
- return on investment, ROI** 投资回报 通过将利润从资产中剥离出来的回报衡量。
- ringisei** 共识决策 源自日语,通过共同协商达成一致进行决策的方法。
- safety needs** 安全需要 在马斯洛需要层次理论中,对安全、稳定和避免疼痛的需求。
- self-actualization needs** 自我实现需要 在马斯洛需要层次理论中,使每个人变成自己可以变成的那样来发挥自身潜力的需求。
- simplification** 简单化 对不同文化群体展示相同导向的过程。
- social distance** 社交距离 在交流中用来处理绝大部分业务交易的距离。
- socialism** 社会主义 集体主义的一种调和形式,在这种体制中,机构由政府所有,利润不是最终的目标。
- socialist law** 社会主义法 来源于马克思社会主义体制的法律以及在中国继续发挥影响的法规。
- social needs** 社交需要 和他人交流和沟通的需要以及被

- 他人感知的需要。
- sociotechnical designs 社会技术设计** 混合人事和技术的工作设计。
- specialization 专业化** 一种分配个人从事特定的被良好设计的工作的组织特征。
- specific culture 明确文化** 一种个人准备和别人一起分享较大公众空间以及与好友以及亲密同事引导和分享狭小私人空间的文化。
- strategic management 战略管理** 一个决定组织基本使命和长期目标，然后为达成这些目标而实施行动计划的过程。
- strategy implementation 战略实施** 提供与行动计划相对应的产品和服务的过程。
- sustainability 可持续性** 既能满足人类需求，同时不损害后代利益的发展。
- tatemaie 规范行为** 一种日本词语，意思是根据规则做正确的事。
- territoriality principle 属地原则** 一种认为每个国家对其法定区域享有管辖权的国际法规。
- terrorism 恐怖主义** 使用武力或者暴力向反对者推行政治和社会观点。
- Theory X manager X 理论管理者** 一种相信人们本性懒惰，并且为了让他们工作，惩罚性强制和威胁是必需的管理者。
- Theory Y manager Y 理论管理者** 一种相信在恰当的情形下，人们不仅将努力工作而且将寻求更大的责任和挑战的管理者。
- Theory Z manager Z 理论管理者** 这种管理者认为员工会寻求机会参与管理以及受到团队工作和责任共享的激励。
- third-country nationals, TCN 第三国管理者** 那些国籍不在跨国公司总部所在国、也不在被委派去工作的当地国家的管理者。
- token group 标志群体** 除了一个其他群体之外所有成员皆具有相同背景的群体，比如，一群日本销售商和一群英国律师。
- totalitarianism 极权主义** 一种政治体系，在这种体系中一个政党控制政治和国民生活的所有方面。
- total quality management, TQM 全面质量管理** 一种旨在提供顾客高质量产品或服务的组织战略和相关技术。
- training 培训** 用增加目标达成可能性的方法来变更员工行为和态度的过程。
- transactional leaders 交易型领导** 将报酬与努力和绩效相交换并且在“一一交换”基础之上进行工作的个人。
- transfer risks 转移风险** 限制资本、支付、生产、人员和技术在国家内外进行转移的政府政策。
- transformational leaders 变革型领导** 那些具有使命感的远景代理人和有能力和激励其追随者接受新目标和做事的新方法的领导者。
- transition strategies 过渡策略** 被用来帮助缓和从海外任务到国内任命调整的战略。
- transnational network structure 跨国网络型结构** 一种在依靠网络配置来连接世界范围内的子公司的同时，混合了功能要素、产品要素和地理设计的多国结构安排。
- transnational strategy 跨国战略** 强调全球整合和当地反应的整合战略。
- two-factor theory of motivation 激励的双因素** 两种影响工作满意度的因素：保健因素和激励因素。
- uncertainty avoidance 不确定性规避** 人们感到被模糊形势所威胁并且创造信仰和教育来试图避免这些。
- universalism 普遍性** 相信想法和时间可以无需修改地被应用于全世界的观念。
- upward communication 上行沟通** 意思从下往上的传递。
- validity 效度** 有效的程度，产生期望结果的程度。一种有效的检测或甄选技术可以衡量其意欲衡量的东西。
- values 价值观** 人们考虑是非、对错和轻重的基本信仰。
- variety amplification 可能性放大** 创造性提出新的不确定性和分析许多关于未来行为的变更的做法。
- variety reduction 可能性缩小** 限制不确定性和以有效数目的变化来看待行为的做法。
- vertical investment 垂直投资** 将被加工成最终产品的原材料或中间产品的生产。
- vertical specialization 垂直专业化** 将工作分配给那些对集体绩效负责的个人的群体或部门。
- wholly owned subsidiary 独资子公司** 一种由跨国公司完全拥有和控制的海外经营形式。
- work centrality 工作重要性** 在一个人的生活中，工作相对其他领域的兴趣的重要性。
- World Trade Organization, WTO 世界贸易组织** 建立于1995年以替代关贸总协定(GATT)的组织，该组织有权强制执行贸易争论中的判决和监控贸易政策。