

Mc
Graw
Hill

Education

HZ BOOKS
华章教育

管理教材
译丛

国际企业管理

文化、战略与行为

*International Management
Culture, Strategy and Behavior*

(原书第7版)
(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



机械工业出版社
China Machine Press

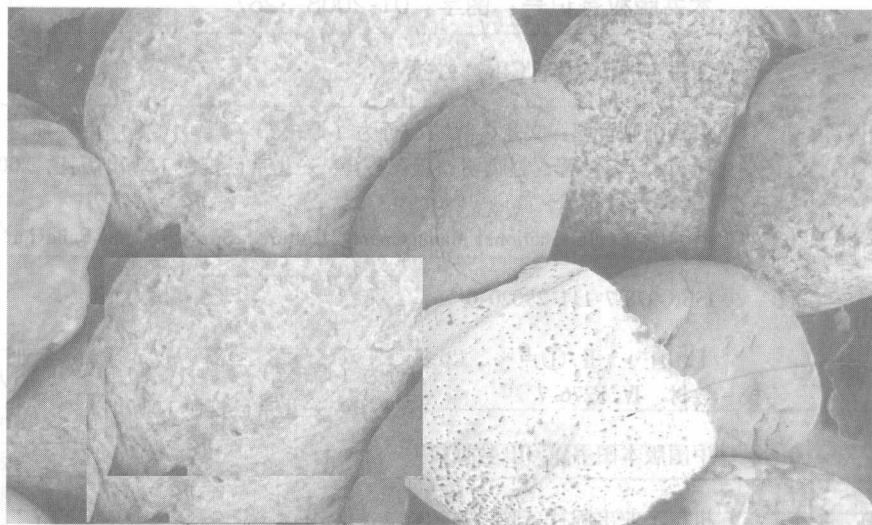
管理教材
译丛

国际企业管理

文化、战略与行为

International Management
Culture, Strategy and Behavior

(原书第7版)
(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



机械工业出版社
China Machine Press

本书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*.
ISBN 0-07-128314-4

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

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. 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 jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Machine Press.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译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：01-2008-3267

图书在版编目 (CIP) 数据

国际企业管理：文化、战略与行为 (原书第7版) / (美) 卢森斯 (Luthans, F.), (美) 多 (Doh, J. P.) 著; 赵曙明, 程德俊译. —北京: 机械工业出版社, 2009. 9

(管理教材译丛)

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

ISBN 978-7-111-28020-0

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 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 143171 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: 胡智辉 版式设计: 刘永青

北京市荣盛彩色印刷有限公司印刷

2009 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

184mm × 260mm · 28.5 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-28020-0

定价: 62.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

本社购书热线: (010) 68326294

投稿热线: (010) 88379007

译者序

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。

一本优秀的教材对于一门课程的教和学具有非常重要的意义。在我们2006年翻译该书第5版以后，很多老师告诉我们该书对他们帮助很大。现在，我们又翻译了第7版，希望能够进一步对我国“国际管理”这门学科的教学起到更大的促进作用。最后，我们要感谢参与该书初稿翻译的南京大学商学院的研究生：赵勇、谷帅、许勤、赵炜、张浩、雷定欣和许虎等。在此基础上，我们对全书进行了审核和修改。

赵曙明 程德俊

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劣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

(续)

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	上述各章后案例及综合案例	3

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、战略和行为）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、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. Rammrath 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 Micheal 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。

目 录

译者序	
教学建议	
前 言	
作者简介	

第一部分 基础环境

第1章 全球化和国际化	2
学习目标	2
开篇案例 腾起的巨人	2
1.1 导言	6
1.2 全球化和国际化	8
国际管理实践 1-1 追溯现代全球化的根源	8
国际管理实践 1-2 外包和境外转移	10
1.3 世界和区域联合的经济体系	18
国际管理实践 1-3 巴西电信的私有化	21
国际管理实践 1-4 承认文化差异	22
开篇案例回顾	26
小 结	27
复习题	27
课堂练习答案	27
互联网应用 麦当劳的特许经营机会	28
案例 1-1 印度	28
案例 1-2 日益激烈的竞争	29
第2章 政治、法律和技术环境	30
学习目标	30
开篇案例 雅虎中国如何错过了内地	30
2.1 政治环境	31
2.2 法律环境	34
国际管理实践 2-1 美国会争辩到底	37
2.3 技术环境和生产的全球转移	38
开篇案例回顾	43

小 结	44
复习题	44
互联网应用 走向世界的日立公司	44
案例 2-1 越南	44
案例 2-2 将公司开到中国去	45

第3章 商业伦理和社会责任	47
学习目标	47
开篇案例 可持续发展	47
3.1 道德和社会责任	49
国际管理实践 3-1 强生的商业伦理	50
3.2 企业社会责任和可持续性	53
国际管理实践 3-2 更强硬或其他	54
开篇案例回顾	58
小 结	58
复习题	59
互联网应用 强生与惠普的社会责任	59
案例 3-1 沙特阿拉伯	59
案例 3-2 听起来有点可疑	60
综合案例 1-1 高露洁令人讨厌的牙膏	60
综合案例 1-2 登广告或言论自由	63

第二部分 文化的作用

第4章 文化的内涵与维度	66
学习目标	66
开篇案例 技术虽新,旧习难改	66
4.1 文化的本质	68
国际管理实践 4-1 南非的商业习俗	71
国际管理实践 4-2 共同的个人价值观	73
4.2 霍夫斯泰德的文化维度	75
4.3 汤皮诺的文化维度	81
4.4 整合文化和管理:全球领导力和企业行为效力研究项目	88
开篇案例回顾	90

小结	91	开篇案例 Skype 进军手机行业	140
复习题	91	7.1 沟通的一般过程	142
互联网应用 戴姆勒-克莱斯勒		7.2 沟通信息流	145
推动了世界	92	7.3 沟通障碍	147
案例 4-1 中国台湾地区	92	国际管理实践 7-1 从一开始就把	
案例 4-2 起点	92	事情做好	151
第 5 章 跨文化管理	94	7.4 实现有效沟通	155
学习目标	94	国际管理实践 7-2 如何在欧洲进行	
开篇案例 阿拉伯世界想要		沟通	156
自己的 MTV	94	7.5 管理跨文化谈判	157
5.1 跨文化管理战略	96	国际管理实践 7-3 和日本人谈判	161
国际管理实践 5-1 跨国公司成功的		开篇案例回顾	166
十个关键因素	99	小结	167
5.2 跨文化的差异性和相似性	100	复习题	167
5.3 特定国家和地区的文化差异	105	互联网应用 有效地在丰田工作	168
国际管理实践 5-2 在中国香港		案例 7-1 中国	168
进行管理	105	案例 7-2 外国还是本土	169
开篇案例回顾	113	综合案例 2-1 可口可乐在印度	169
小结	113	综合案例 2-2 沃尔玛的日本战略	174
复习题	113		
互联网应用 索尼方式	114		
案例 5-1 墨西哥	114		
案例 5-2 北京, 我们来了	115		
第 6 章 组织文化与多样性	116		
学习目标	116		
开篇案例 宝马的梦工厂	116		
6.1 组织文化的本质	120		
国际管理实践 6-1 沃尔玛方式	124		
6.2 跨国公司的组织文化	125		
国际管理实践 6-2 松下的国际化			
进程	129		
6.3 管理文化多元性和多样性	130		
开篇案例回顾	137		
小结	137		
复习题	137		
互联网应用 惠普公司的国际焦点	138		
案例 6-1 日本	138		
案例 6-2 需要真心实意的努力	139		
第 7 章 跨文化沟通与谈判	140		
学习目标	140		
		第三部分 国际战略管理	
		第 8 章 战略制定与实施	184
		学习目标	184
		开篇案例 诺基亚何以令摩托罗拉	
		望尘莫及	184
		8.1 战略管理	186
		国际管理实践 8-1 两种观点的	
		对比	189
		8.2 战略形成的基本步骤	194
		8.3 战略实施	197
		8.4 特定战略	201
		国际管理实践 8-2 南非电信如何在	
		“金字塔底部”变革经济	203
		开篇案例回顾	205
		小结	205
		复习题	206
		互联网应用 富士通成功因素探索	206
		案例 8-1 波兰	206
		案例 8-2 年轻人, 到东方去	207
		第 9 章 进入战略和组织结构	208
		学习目标	208

开篇案例 俄罗斯天然气公司放松了 控制	208	11.4 控制技巧	269
9.1 进入战略和所有权结构	210	国际管理实践 11-2 日本人如何与众不 同地做事	270
国际管理实践 9-1 俄罗斯的合资 企业	212	开篇案例回顾	274
9.2 组织面临的挑战	214	小 结	274
9.3 基本的组织结构	215	复习题	275
9.4 非传统的组织设计方式	223	互联网应用 走进世界顶尖企业	275
9.5 跨国公司的组织特点	228	案例 11-1 西班牙	275
国际管理实践 9-2 德国的组织 管理	230	案例 11-2 扩张计划	276
开篇案例回顾	231	综合案例 3-1 塔塔的全球扩张	276
小 结	232	综合案例 3-2 惠普与康柏的合并及其 全球影响	280
复习题	232		
互联网应用 组织效率	232		
案例 9-1 澳大利亚	232		
案例 9-2 寻求进入欧洲市场的 切入点	233		
第 10 章 管理政治风险、政府关系和 联盟	234	第四部分 组织行为和人力资源管理	
学习目标	234	第 12 章 跨文化激励	288
开篇案例 有多少收益, 就有 多少风险	234	学习目标	288
10.1 政治风险的特性及其分析	236	开篇案例 印度人才备受呵护	288
10.2 管理政治风险	240	12.1 激励的本质	289
国际管理实践 10-1 有时这纯粹是 政治问题	241	12.2 需求层次理论	291
10.3 管理联盟	246	国际管理实践 12-1 麦当劳的新拉丁 模式	294
开篇案例回顾	249	12.3 激励的双因素理论	295
小 结	249	12.4 成就激励理论	300
复习题	250	12.5 选择过程理论	302
互联网应用 摩托罗拉在中国	250	12.6 激励理论的运用: 工作设计、工作 重要性和报酬	304
案例 10-1 巴西	250	开篇案例回顾	309
案例 10-2 进军俄罗斯	251	小 结	309
		复习题	310
		互联网应用 激励潜在的员工	311
		案例 12-1 新加坡	311
		案例 12-2 激励是关键	312
第 11 章 决策与控制	252	第 13 章 跨文化领导	313
学习目标	252	学习目标	313
开篇案例 廉价车型成新宠	252	开篇案例 中国第一位全球 企业家	313
11.1 决策过程与挑战	255	13.1 领导理论	318
国际管理实践 11-1 柯达的垄断 地位	261	13.2 国际环境中的领导	326
11.2 决策与控制的联系	262	国际管理实践 13-1 全球团队	329
11.3 控制过程	263	13.3 关于领导共性原则的新发现	333
		开篇案例回顾	344

小结	345	14.9 培训项目的类型	373
复习题	345	国际管理实践 14-2 美国式的针对驻外 人员及其子女的培训	375
互联网应用 走近通用电气	346	开篇案例回顾	378
案例 13-1 德国	346	小结	379
案例 13-2 来自澳大利亚的 合作邀请	347	复习题	379
第 14 章 跨文化人力资源选择与 开发	348	互联网应用 和可口可乐一起国际行	380
学习目标	348	案例 14-1 俄罗斯	380
开篇案例 猜猜谁在美国招聘员工	348	案例 14-2 甄选决策	381
14.1 国际人力资源的重要性	349	综合案例 14-1 汇丰银行在中国	381
14.2 人力资源的来源	350	第五部分 技能培养与测试练习	
国际管理实践 14-1 替外国人工作的 重要忠告	352	文化测试	392
14.3 国际工作人员的甄选标准	356	在波哥大的时候	395
14.4 国际人员的甄选程序	360	国际可乐联盟	398
14.5 薪酬问题	362	该雇用谁	402
14.6 员工个人和东道国观点	365	参考文献	405
14.7 驻外人员的召回	366	注 释	409
14.8 国际管理培训	369	术语表	435

第一部分



基础环境

- 第1章 全球化和国际化
- 第2章 政治、法律和技术环境
- 第3章 商业伦理和社会责任

第 1 章

全球化和国际化

学习目标

经济全球化的时代已经到来。在全球几乎所有国家，不仅越来越多的大公司正在不断地走向国际舞台，中小企业同样如此，海外赢利在企业利润中所占的比例日益提高。北美、欧洲、亚洲、拉丁美洲、非洲和中东国家也在经历着相同的变化。全球化正在给全世界的政府、企业和机构带来挑战。因此，运用管理学的知识和方法在跨国环境中进行国际管理受到人们越来越多的重视。

全球化和国际化在几个世纪之前就出现了，本书第 1 章主要讨论当代的全球化进程。国与国之间的快速联合以及信息时代的加速到来给我们创造了一个崭新的、联合度更高的世界，全球竞争从未像今天这样如此真实。这些发展变化制造和影响着国际舞台中的管理者未来所要面对的机会、威胁和问题。任何国际管理都是在一定的环境中进行的，所以本章将主要对经济环境进行研究，而接下来两章将分别具体分析政治、法律和技术环境以及道德和社会环境。因此，通过本章的学习，你应该能够：

1. 评估全球化对各国、产业、公司和团体的影响。
2. 分析全球和地区整合的趋势。
3. 考察国家之间全球经济实力、贸易和投资现金流的动态平衡。
4. 分析反映这些体系的国家之间的主要经济体系和最近的发展。

开篇案例 腾起的巨人

现在来看看全球化是如何进入一个循环的。一些发展中国家，例如巴西、中国、印度、俄罗斯，甚至埃及和南非出现了一种新型的跨国公司，这给已经存在的竞争者带来了挑战和机遇。

这些跨国公司新秀不同于过去人们熟悉的日本和韩国的大公司财团。日韩的这些大公司得益于国家政策的保护，在进入全球市场前就已经在本国赢利丰厚。而发展中国家的这些新崛起的跨国公司，大部分首先要在国内市场进行残酷竞争，最后才占了上风。在国内市场上，这些本土公司每天都必须与本国和西方的跨国公司拼杀，在竞争压力下，这些新秀甚至必须在美国和欧洲国家都难以想象的低价格水平上赢利。例如，印度的普通药物制药商的产品在本国市场的价格仅仅是美国市场价格的 1% ~ 2%。

有些发展中国家的跨国公司新秀已经在世界上赫赫有名，例如中国的联想集团，2005 年以 110 亿美元收购 IBM 公司的个人计算机业务，令人侧目；印度的三大软件制造商 Infosys、Tata、Consultancy Services 和