

<<国际组织行为>>

图书基本信息

书名：<<国际组织行为>>

13位ISBN编号：9787301079409

10位ISBN编号：7301079400

出版时间：2004-10

出版时间：北京大学出版社

作者：南希·阿德勒

页数：248

字数：342000

译者：杨晓燕

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;国际组织行为&gt;&gt;

## 前言

记得20年前在大学读书期间，能够激起同学们抢座位的热情，并且让大教室外面的楼道也站满同学的课程就是当时的《管理心理学》。

也许是学过这样一门课程的缘故，自己逐渐对组织行为学和消费者行为学产生了浓厚的兴趣。

今天，有机会成为南希·J.阿德勒的《国际组织行为》(第4版)的主译者是一件愉快的事。

这并不是说翻译工作多么容易，而是有机会仔细阅读并反复回味这本语言生动、案例丰富、知识全面的精品著作。

目前，在我国，对组织行为学的教学和学术研究方兴未艾。

实践中，如何提高全球化的人力资源管理也是企业面临的迫切需要解决的课题。

但是，能够真正从全球化视野入手，熟练运用丰富的国际企业管理经验和跨文化的管理学和心理学知识，撰写适合大学专业教学和学术研究参考的著作并不是一件简单的事，更不用说通过通俗易懂的语言，将大量丰富的案例，利用一个适当的框架来做这件事了。

因此，我们的翻译工作，也是一个学习的过程，使我们对真正的国际组织行为的内涵及其复杂性有了更清楚的认识。

本书在翻译工作中，得到北京大学出版社经管图书事业部林君秀主任的大力支持和鼓励，深感北京大学出版社编辑们的敬业精神和高效率，这也从一个侧面表明，他们在全球化的环境表现出积极进取的组织文化。

本书的翻译由广东外语外贸大学国际工商管理学院的部分青年教师合作完成。

这是一支教学经验丰富、外语能力强、工作热情的团队。

但是，面对这样一本内容丰富、涵盖多国组织文化的著作，翻译中存在的错漏一定不少。

恳请读者提出批评指正，以便我们改进工作。

本书由杨晓燕博士主译，并对全书进行了统稿和校对。

参加本书翻译工作的还有杨志平老师(第4、5、6章)、孟丁老师(第1、2章)、王刚老师(第8、9、10章)和萧红老师(第3章)。

## <<国际组织行为>>

### 内容概要

本书主要研究跨国公司今日面临的挑战和跨文化问题。

本书分为三个部分：第1部分“文化对组织的影响”描述了文化多元的方式，文化差异如何影响组织，人们如何识别、对待并在自己工作的环境中有效地运用文化差异。

第2部分“文化多样性的平衡”介绍了一种整合的方法来面对工作环境的多元文化。

第3部分“管理全球管理者”介绍了一系列全球管理中的特殊问题。

有趣的案例故事、例子和让人易于理解的指南使本书既有趣又容易阅读。

本书适用于工商管理专业本科生、研究生相关课程。

<<国际组织行为>>

作者简介

南希·J.阿德勒是加拿大蒙特利尔麦克吉尔大学管理学院的一名国际管理学教授。她在洛杉矶加利福尼亚大学获得经济学学士学位、MBA和管理学博士学位。

南希·J.阿德勒博士从事国际人力资源管理战略、全球领导=国际管理中的女性、国际谈判、移民、解决问题的文化协同方

## <<国际组织行为>>

### 书籍目录

第1部分 文化对组织的影响 第1章 文化与管理 全球战略与文化 发展阶段 跨文化管理 什么是文化？  
文化差异的方式如何？  
第2章 文化差异如何影响组织？  
不同文化背景下的工作方式 组织变得越来越相似了吗？  
组织文化与民族文化 第3章 跨文化沟通 跨文化沟通 跨文化错误认识 跨文化误解 跨文化误评  
沟通：理解意义而不是词语第2部分 平衡文化多样性 第4章 创造文化协同 文化无形：识别文化的策略  
文化协同 第5章 多文化团队 管理多文化团队 国内文化多元主义 团队：组织的缩影 团队类型多样性  
文化多样性对团队的影响 高效多文化团队的条件 管理多文化团队 第6章 全球化领导、激励和决策  
全球化领导 激励 决策 第7章 全球谈判 全球谈判 成功谈判：人、环境和过程 谈判过程 谈判策略  
第3部分 管理全球管理者 第8章 跨文化调遣：外派及重返 进入一种新的文化 高效、平等、道德地管理外派人员  
回国：重返自己的文化 专业重返 不重用全球管理者 指导女性取得全球管理成功 第9章 流动生活：配偶移居国外  
单方职业夫妇：外派人员妻子 全球化生活：双方职业夫妇 第10章 全球职业 怎样达到高层领导职位  
传统派往国外的管理者过时了吗？  
今天的全球职业 全球管理者和领导者：不再只是男性尾声

## &lt;&lt;国际组织行为&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章文化与管理 总部位于比利时的一家公司，可能用从伦敦的欧洲美元市场筹集的资金，资助其澳大利亚分公司，用于购买机器设备。

一个来自法国的管理团队，很可能去接管位于阿根廷的美国汽车联合公司。

圣诞节期间，在纽约和伦敦市场上的洋娃娃，很可能是通过以下环节生产出来的：衣服被韩国制造商用符合美国标准的日本产缝纫机制造，然后被运到墨西哥北部，由一个美国制造商最后加工成型。

一个在美国加利福尼亚生产的大型客机的发动机，是英国生产的。

一个法国人被任命为在美国注册的公司的主席，而一个美国人则建立了以瑞典为基地的国际互助基金会。

管理全球性公司已等同于现代企业管理。

“国际的”、“跨国的”、“国家间的”和“全球的”这些词已不再用来形容一个公司的分部或公司的内部分支机构。

现在，成功的概念和含义已超越了国界。

事实上，国内企业这个概念和提法已显得不合时宜。

今天的现代企业已无法不为外界因素所影响，它无可选择地走向国际化、全球化。

经理们已不再对日益增长的全球化企业的重要性有所怀疑。

正像《21世纪报告》中所讲的那样：全球超过2/3的CEO把来自国外的竞争看作是自己公司成功的关键要素和动力之一。

巧合的是，全球超过2/3的CEO把廉价雇佣劳动力和盈利来源的希望寄托于海外市场。

他们相信，低廉而高效的人力资源对一个全球性公司的成功至关重要。

世界贸易在第二次世界大战后迅速增长。

在1948到1972年间，世界出口额从510亿美元猛增到4150亿美元，这意味着贸易额增长7倍多，实物贸易量增长4倍多。

截止到1980年，国际贸易总量已从1975年的8000亿美元，上升到10000亿美元。

在上个世纪90年代，世界出口额从初期的4.3万亿美元上升到末期的7.1万亿美元，增长了66%。

例如，在上世纪90年代前，可口可乐公司日本分公司在汽水方面的盈利水平高于美国本土的赢利水平。

今天的世界贸易现状和趋势，已使以前的贸易数据在某种意义上显得微不足道。

在上世纪80年代中期，美国商务部估计，大约70%的美国公司会在国内市场上遭遇来自国外公司的强烈竞争，而10年前这一数字仅仅是25%。

上个世纪80年代末，国外贸易委员会主席曾估计这一数字为80%。

今天，在21世纪之初，全球竞争将更为激烈而普遍。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>