

<<组织行为学高级教程>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学高级教程>>

13位ISBN编号：9787040140163

10位ISBN编号：7040140160

出版时间：2004-1

出版时间：高等教育出版社

作者：陈维政

页数：591

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>

<<组织行为学高级教程>>

前言

组织行为学 (Organizational Behavior, 简称OB) 以个体、群体和组织的行为规律与行为管理作为研究对象, 在现代管理教学中, 是一门重要的专业核心课程, 也是人力资源管理、企业战略管理、生产运作管理等课程的预修课。

在管理理论研究与实践中, 组织行为学也有着十分重要的地位。

美国管理学会 (Academy of Management, 简称AOM) 下设22个学科组, 其中最重要的五个——企业政策与管理、组织行为学、人力资源管理、组织与管理理论、国际企业管理, 都与组织行为学密切相关。

本教材是为所有管理类专业研究生编写的, 既包括以实际应用为主的工商管理硕士研究生 (MBA), 也包括以科研为主的普通管理类专业研究生。

因此, 本教材的编写兼顾了实际应用和理论研究, 力图实现三个目标: (1) 在理论与知识层次, 使研究生较全面地掌握组织行为学的理论框架和系统知识; (2) 在技能与方法层次, 使研究生在组织行为管理的主要工作环节上, 如员工激励、团队建设、人际沟通) 中突管理、领导技巧、组织设计、文化塑造等, 具备相应的操作技能和方法; (3) 在科研层次, 为研究生的相关科研提供参考和指引。

为实现以上目标, 本教材在编写中突出了以下特点: 内容的前沿性 本教材尽量收集国内外在本学科的理论与技术方面的最新动态, 并将一些相关的研究在教材中以不同形式予以简述, 以使研究生了解当前国内外研究的一些新进展, 如员工 - 组织关系研究、领导 - 文化适配性研究、现代企业组织模式研究、跨文化行为比较研究、学习型组织研究等。

系统的完整性 本教材涵盖了本学科整个理论框架, 对各个主要部分的基本概念、理论和技术都做了论述, 使读者对本学科有一个全面的认识。

实践应用性 本学科是一门实践性很强的应用性知识系统, 要研究和应用它以解决我国企业现在面临的实际问题, 因此在编写本教材时特别注意联系中国企业的实际。

另外, 还特别注意让学生平衡掌握本学科的理论知识和技术方法。

每章后面都附有若干案例、练习、问卷等实操性活动内容, 培养研究生的实战能力, 同时提高他们进行管理研究的积极性。

本教材的内容较丰富, 篇幅较长, 使用本书的教师可根据课时灵活掌握教学章节。

编写本教材是希望丰富国内管理类专业研究生教学用书, 为促进我国管理类专业研究生教学尽微薄之力, 并希望能为从事企业管理实践和研究的人士提供有用的参考资料。

在编写本教材的过程中, 我们参阅和借鉴了大量的相关书籍和论文, 在此谨向这些书籍和论文的作者表示诚挚的谢意。

本教材还引用了部分已发表的案例, 请这些案例的作者与本书主编联系, 以致谢意和支付稿酬。

<<组织行为学高级教程>>

内容概要

本教材是为所有管理类专业研究生编写的，既包括以实际应用为主的工商管理硕士（MBA），也包括以科研为主的普通管理类专业研究生。

本书兼顾实际应用和理论研究，有三个特点：在理论与知识层次，使研究生较全面掌握本学科的理论框架和系统知识；在技能与方法层次，使研究生在组织行为管理的主要工作环节具备相应的操作技能与方法；在科研层次，为研究生的相关科研提供参考和指引。

<<组织行为学高级教程>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 管理功能 第二节 管理者 第三节 人性的假设 第四节 管理理论的演变 第五节 组织行为学概论 附录 代表人物的理论贡献 练习 造句行业竞争模拟赛 案例1—1 浙江金义集团 案例1—2 蓝天有限公司第二章 组织行为学研究方法 第一节 基础概念 第二节 效度与信度 第三节 研究方法简介 第四节 实验法 第五节 抽样调查 第六节 数据处理与分析 案例 在西方电气公司进行的研究第三章 个体心理与行为分析 第一节 个体感知 第二节 个体心理系统 第三节 个体焦虑与防御机制 第四节 个体行为与强化 第五节 个体能力、态度和价值 练习 归因练习 案例3—1 逸飞集团BT公司机械开发部的矛盾 案例3—2 一位受挫的技术管理人员第四章 个性差异与管理 第一节 个性概述 第二节 基本个性理论 第三节 个性与管理 练习 自我分析 案例4—1 古局长的遭遇 案例4—2 谁当总经理更合适第五章 激励理论与应用 第一节 激励、需要和动机 第二节 激励过程 第三节 内容型激励理论 第四节 过程型激励理论 第五节 激励的综合研究 第六节 激励与工作满意感 练习 需要调查 案例5—1 白秦铭的跳槽 案例5—2 山花煤矿的奖金分配风波 案例5—3 全勤抽奖 案例5—4 安利(中国)的激励制度第六章 员工-组织关系研究 第一节 心理契约的概念、特点及分类 第二节 心理契约的实证研究 第三节 员工的组织承诺感 第四节 组织公民行为 第五节 从组织角度研究E—O关系 第六节 员工—组织关系——I—P / S模型研究 案例6—1 楚汉广告公司 案例6—2 鸿业集团深圳分公司资讯部第七章 群体 第一节 群体的概念和分类 第二节 群体动力 第三节 群体决策 第四节 团队管理 案例7—1 第五冶金设计院 案例7—2 新港市海事中心第八章 沟通 第一节 人际沟通 第二节 人际沟通的相互作用分析 第三节 有效沟通 练习8—1 管理人员沟通风格练习第九章 冲突管理第十章 领导第十一章 组织结构与设计第十二章 组织变革与发展第十三章 组织发展新趋势——学习型组织第十四章 组织文化第十五章 跨文化组织行为管理参考文献

<<组织行为学高级教程>>

章节摘录

3. 从过去的经验中学习这是一种最经济有效的学习方式。

组织必须不断回顾过去成功的经验和失败的教训，进行系统的评价，并将这些经验列表记录。

这些记录对员工应该是开放的，可以随时查询。

著名哲学家乔治·桑特亚那说过：“那些不能记住过去的人，注定要重复过去的历史。”

一项调查表明，从失败的经验中获得的知识，对后来所取得的成功是非常有用的，简言之，失败是成功之母。

波音公司和IBM公司等对此都有深刻感受。

4. 从他人处学习并非所有的知识都可以从自我分析中得到，有时最有用的知识直接来自周围的环境中。

越来越多的管理者都接受了这样的观点：即使完全不同类型的组织也是创造性思维的丰富源泉和催化剂。

向学校和科研院所学习固然可以，更重要的是向同行学习，向顾客学习。

“标杆管理”就是向最优秀的同行学习。

向顾客学习，就是通过考察顾客需求和听取顾客意见，发现新的市场，实现产品创新。

5. 传递知识组织学习绝不是某些人和某些部门的事，知识必须能在整个组织内迅速有效地传播，在此过程中实现知识的融会，比知识掌握在少数人手中产生更大的作用。

开放、自由的组织文化氛围正是学习型组织的基本特征之一。

促进知识传播的方法很多，包括书面的、口头的或可视的报告形式、实地演示考察、人员轮换方案、培训和教育方案等。

根据具体知识的特点，选取合适的知识传递方式。

以上五种途径是从实践中概括总结出来的有效途径。

为了不断提高组织的学习能力，组织应时刻注意对五种途径的运用和整合，全视角、多方位提高组织对知识的发现、吸收、融会、创新和运用的能力。

<<组织行为学高级教程>>

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>