

<<实用组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<实用组织行为学>>

13位ISBN编号：9787040231717

10位ISBN编号：7040231719

出版时间：2008-3

出版时间：高等教育出版社

作者：姜宝钧

页数：178

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;实用组织行为学&gt;&gt;

## 前言

《实用组织行为学》是普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版。本书自2001年6月第一版问世后，承蒙许多院校与培训单位的厚爱，纷纷采用本书作为管理类专业的实用教材，使本书连续印刷多次。

随着市场经济和教学改革的深入发展，人们越来越重视应用能力和创新能力的培养。为了适应这一要求，修订教材时本着“学生为本，能力为本，创新为本”的指导思想，努力做到理论有用，针对实用，重在创新。因此本书具有精练、实用、创新及前瞻的突出特点。

从精练角度讲，其一，理论体系不求“全”；追求少而精，有用选之，无用减之，使学生乐学、愿学。

其二，实训案例追求小而精。小就是字数少，精就是不但做到与所讲原理完全切贴，而且具有针对性。如“影响知觉选择性的因素”一节中的“光环广告”案例，虽只有几行字，却运用到五个影响知觉选择性的客观因素（原理）。

另外，本书还为教师互动教学、“设悬”激励创新教学、情景教学等方法搭建了有声有色的授课“舞台”。

从实用角度讲，本书选用了日常经营管理、生产、生活中经常遇到或应知应会的问题作为题材，并结合我国的研究成果及作者多年的亲身管理实践和教学经验进行安排阐述。

另外，在章前有实践能力要求，并在课堂实训后设有实用创新能力要点。每节课尽量让学生学与练相结合，因此，它具有较强的应用性和实用性。

从创新角度讲，追求写作理念创新，内容、结构创新，特别是在培养学生的创新思维能力上进行了全方位的铺垫。

如案例留下很多“悬”机，不设统一固定的答案，由教师和学生共同进行多角度的探讨，培养在一定条件下创造性地解决实际问题的能力，坚持实践标准，切忌抽象而论。

从前瞻角度讲，对于组织的未来发展趋势，如组织的“智能化”、“人性化”及和谐组织的建设均有展望和论述，以提高学生的预测和发展能力。

为了更好地使用本书，现提出如下教学建议：1.基本原理、重点内容要精讲。教师对每章每节的基本原理、重点内容要做到心中有数。一般问题由教师略讲，或由学生阅读、谈体会，老师选讲。重点内容诸如组织行为学的激励理论及领导行为等问题要精讲、重讲，以达到举一反三、触类旁通的目的。

2.实施“设悬”激励创新教学方法。

所谓“设悬”激励，就是千方百计设置悬念，使事物和观念处在动态之中、求索之中。正如孔子所说“不愤不启，不悱不发”（《论语·述而》）。

改变过去教师“满堂灌”的做法，提倡学生探索创新；改变学生单一的思维模式，以案例讨论“设悬”，或以设置情景等鼓励学生“僧者见僧、道者见道、仁者见仁、智者见智”，提高学生从不同视角看问题的能力。

对人的管理是一门高超的领导科学与艺术，讲究时间、地点和条件。教师不要对学生争论的问题给予抽象固定的答案，更不要否定自己认为不理想的发言。教师可以用“归纳”作引导，将学生的发言放到一定的条件下，加以肯定和表扬，使学生获得成就感，从而达到鼓励思考、鼓励发言和鼓励创新的目的。

## <<实用组织行为学>>

### 内容概要

《实用组织行为学（第2版）》是普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版。

《实用组织行为学（第2版）》第一版问世后，受到许多院校与培训单位的厚爱。

为了适应教改的需要，修订时本着“学生为本，能力为本，创新为本”的指导思想，做到理论有用，针对实用，重在创新。

《实用组织行为学（第2版）》具有精练、实用、创新及前瞻的突出特点。

全书共分四篇十一章。

第一篇概论，介绍学科体系和研究方法，重点强化研究组织行为学的目的性即追求高绩效和高满意度的统一；第二篇个体心理与行为，研究知觉与行为、个性与行为及激励与行为；第三篇群体心理与行为，研究群体内部的心理与行为、群体之间的心理与行为；第四篇组织心理与行为，研究领导心理与行为、组织与管理、组织沟通与行为以及组织发展。

《实用组织行为学（第2版）》适用于普通高等院校（高职高专、应用型本科）、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院财经类专业及其他相关专业的教学，也可供五年制高职、中职学生使用，并可作为社会从业人士的参考读物。

## <<实用组织行为学>>

### 作者简介

姜宝钧，男，1942年生。  
广东培正学院教授、管理学系系主任。  
1969年毕业于中国人民大学工业经济系。  
1979年为中国企协个人会员，后为中美企业家联合会会员、河北省管理现代化研究会常务理事、河北省机械企协现代化管理协会副会长、广东省企业家协会个人会员和中国高等教育学会个人会员。  
历任张家口市重工业局办公室副主任、市第一机床厂副厂长、市锅炉厂厂长（经济师）、市重工业局副局长、市委讲师团副主任（副教授）、市职工大学校长（教授）兼党委书记、市职业技术学院教授。

在省级以上刊物发表经管、高教论文100余篇，其中在国家级刊物发表论文60余篇。  
有两项科研成果获得省级优秀奖。  
正式出版著作9部，其中1987年主编的《如何当好车间主任》是我国最早的培训中层管理干部的教材，被广泛采用。  
专著《经理的艺术》获省级以上奖励；《商店经营技巧》、《商场管理基础》等，被多次印刷，较有影响；《实用组织行为学》系“十五”国家级规划教材。  
作为“双师”型教师，长期坚持教学工作，理论联系实际，开拓创新，热心素质教育，摸索出“设悬”激励创新教学法、回归原点创新法和“千层浪”等创新教学法。  
其教学法曾在《中国教育报》等报刊刊登，影响广泛。  
课堂教学效果显著，多年被评为优秀课堂教学一等奖。

## <<实用组织行为学>>

### 书籍目录

第一篇 概论第一章 组织行为学概述第一节 组织行为学的研究方法、对象及目的第二节 组织行为学的产生、发展与学科性质第三节 组织行为学的作用与意义第二章 研究方法第一节 研究方法的共性与个性第二节 具体研究方法第二篇 个体心理与行为第三章 知觉与行为第一节 知觉的概念与特性第二节 影响知觉选择性的因素第三节 知觉的错误第四章 个性与行为第一节 个性的概念及特点第二节 价值观和态度第三节 说服改变态度第四节 人与人之间的个别差异第五章 激励与行为第一节 激励原理第二节 内容型激励理论第三节 行为改造型激励理论第四节 过程型激励理论第三篇 群体心理与行为第六章 群体内部的心理与行为第一节 群体第二节 群体中的个人第三节 群体对个体的影响第四节 有效群体第七章 群体之间的心理与行为第一节 影响群体之间行为的主要因素第二节 群体间竞争的特点第三节 群体冲突第四篇 组织心理与行为第八章 领导心理与行为第一节 目标导向第二节 战略导向第三节 绩效导向第九章 组织与管理第一节 组织结构设计第二节 组织工作设计第三节 组织文化建设第四节 组织的环境第十章 组织沟通与行为第一节 信息沟通的概念、目的及作用第二节 信息沟通的分类第三节 沟通障碍的主要因素及改善措施第十一章 组织发展第一节 组织需要发展第二节 组织变革第三节 组织发展趋势参考文献作者简介

## <<实用组织行为学>>

### 章节摘录

(二) 研究的对象组织行为学“研究一定组织中人的心理和行为的规律”; 这里又可分两个层次来理解。

第一, 组织行为学既研究人的心理活动的规律性, 又研究人的行为的规律性, 是把两者作为一个统一体系来研究的。

因为心理支配行为, 行为反映心理, 两者是密不可分的。

第二, 组织行为学研究的是一定组织的心理和行为, 而不是抽象的研究, 它区别于社会心理学和人类学。

这里说的一定组织, 是活生生的、现实的组织, 如工厂、商店、机关、学校和医院等。

(三) 研究的目的组织行为学是“提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力, 以实现组织既定目标的科学”; 讲的是研究的目的性。

人的全部实践活动所表现出来的自觉能动性的一个本质的特点, 即在活动之前就在观念中提出和设定目标(目的), 又通过实践活动来实现和达到目的。

人在进行任何一种活动、从事任何一项事业的时候, 自始至终都有一个自觉的目的在驱使、支配。

这就是人对自己活动的对象和这种对象性活动本身, 对自己事业的未来状况和实现这一事业的过程本身, 都在观念中有一种自觉的意识。

这是人的实践活动不同于自然界自然变化, 不同于生物本能行为的一个特点。

目的是人的实践活动的一个必然的内在规定性。

对人的实践活动来说, 目的并不是一种外在的东西, 它是在人的实践活动中产生的, 并且成为构成实践活动的一个不可缺少的因素。

因此, 人的实践才成为一种有目的的活动, 成为一种自觉的、对象性的活动。

研究人的心理和行为规律, 是为了通过掌握规律来提高预测、引导和控制人的行为的能力, 特别是要采取相应的措施变消极行为为积极行为, 以实现组织预期的目标, 取得最佳的工作绩效。

应邀来我国讲学的美国组织行为学专家威廉·迪尔(William Dyer)教授也谈到了组织行为学的核心问题, 亦即目的性问题。

他指出, 在组织行为学中有两个从变量值得关注。

第一个是工作的绩效。

要理解为什么要做出这样的绩效, 更重要的是如何影响绩效。

管理人员的责任就是提高职工的绩效。

第二个是对工作的满意度, 即职工心理上对工作是否满意。

所以, 要研究两个问题: 一个问题是如何影响绩效; 另一个问题是在影响工作绩效的过程中, 如何做到公正地奖励职工。

也就是说, 一要做到“高效益”; 二要做到“高热情”。

<<实用组织行为学>>

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>