

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787301054178

10位ISBN编号：7301054173

出版时间：2002-1

出版时间：第1版(影印版) (2002年1月1日)

作者：加罗杰 (Jennifer M.George)

页数：728

字数：953000

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>>

前言

2001年12月10日中国加入了世界贸易组织,从此,中国将进一步加大与世界各国的政治、经济、文化各方面的交流与合作,这一切都注定中国将在未来世界经济发展中书写重要的一笔。

然而,中国经济的发展正面临着前所未有的人才考验,在许多领域都面临着人才匮乏的现象,特别是了解国际贸易规则、能够适应国际竞争需要的国际管理人才,更是中国在未来国际竞争中所必需的人才。

因此,制定和实施人才战略,培养并造就大批优秀人才,是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。

工商管理硕士(MBA),1910年首创于美国哈佛大学,随后MBA历经百年风雨不断完善,取得了令世人瞩目的成绩。

如今,美国MBA教育已经为世界企业界所熟知,受到社会的广泛承认和高度评价。

中国的MBA教育虽起步较晚,但在过去10年里,中国的MBA教育事业发展非常迅速,也取得了相当显著的成绩。

现在国内已经有50多所高等院校可以授予MBA学位,为社会培养了3000多名MBA毕业生,并有在读学员2万多人。

目前,国内的MBA教育市场呈现一片繁荣景象,但繁荣的背后却隐藏着种种亟待解决的问题。

其中很大一部分问题的成因是因为目前我国高校使用的教材内容陈旧,与国外名校的名牌教材差距较大,在教学内容、体系上也缺乏与一流大学的沟通。

为适应经济全球化,国家教育管理部门曾要求各高校大力推广使用外语讲授公共课和专业课,特别是在我国加入WTO后急需的上百万人才中,对MBA人员的需求更是占1/3之多,所以,大力开展双语教学,适当引进和借鉴国外名牌大学的原版教材,是加快中国MBA教育步伐,使之走向国际化的一条捷径。

目前,国内市场上国外引进版教材也是新旧好坏参差不齐,这就需要读者进行仔细的甄别。

对于国外原版教材的使用,在这里我们要提几点看法。

国外每年出版的教材多达几万种,如果不了解国外的教材市场,不了解国外原版教材的品质就可能找不到真正适合教学和学习的好的教材。

对于不太了解外版教材的国内读者来说,选择教材要把握以下几点,即:选择国外最新出版的书籍;选择名校、名作者的书籍;选择再版多次并且非常流行的书籍。

综合以上几点来看,目前国内市场上真正出新、出好、出精的MBA教材还是不多的。

北京大学出版社推出的《当代全美MBA经典教材书系(英文原版)》弥补了国内MBA教材市场的缺憾,给国内MBA教材市场注入了一股新鲜的血液。

全套丛书共由22本书组成。

覆盖了北京大学MBA的全部主修课程,包括:经济学、管理学、营销学、战略管理、管理信息系统、运作管理、人力资源管理、商务沟通、国际金融、金融管理、决策分析、货币银行学、会计学等。

另外在十几门主课的基础上又增加了几门高级选修课程,包括:国际会计学、组织行为学、投资学、商务学、财务报表解析、管理会计、管理沟通、商业伦理学、企业家精神等。

<<组织行为学>>

内容概要

本书共分3个主要部分19章，涉及了组织中的成员、小组和组织的过程、组际关系和组织的范畴等知识面。

?

本书作者George/Jones为读者提供了全面而广泛的概念，并重点阐释了当前最新的、最经典的理论

。

本版书提供了大量的学习方法，以便指导学生使之成为更好的管理者。

本书在内容设置上具有如下特点：分3章阐释了动机主题（第六、七、八章）；分2章（第十五、十六章）阐释了组织设计、组织结构、组织文化的整和方法；涵盖了全球组织管理的方方面面，这些内容被各个评论家证明是非常受欢迎的；通过对所学理论的应用，提高学生分析问题、解决问题的能力；每一章都有两个互联网习题，使学生通过网上研究掌握管理者的方法。

另外，本书还设置了主题辩论，让学生从两个不同的角度去思考问题、说明问题。

<<组织行为学>>

作者简介

Jennifer M. George是Rice大学the Mary Gibbs Jones的管理学教授以及the Jesse H. Jones研究生管理学院的心理教授。

她在Wesleyan大学获得心理学/社会学的学士学位、在纽约大学获得金融学的MBA学位以及管理和组织行为学的博士学位。

在进入Rice大学之前，她是得克萨斯州

<<组织行为学>>

书籍目录

第一章 组织行为与管理第一部分 组织中的成员 第二章 个体差异：个性和能力 第三章 工作经历：价值、态度、情绪 第四章 感觉、归因和多样化管理 第五章 组织学习 第六章 工作动机的本质 第七章 动机工具I：岗位设计与目标设置 第八章 动机工具II：绩效评估、付酬和职业生涯 第九章 压力和劳动期限连接第二部分 小组和组织的过程 第十章 工作组的本质 第十一章 高效工作组与团队 第十二章 领导 第十三章 沟通 第十四章 决策制定第三部分 组际关系和组织的范畴 第十五章 组织结构与文化 第十六章 组织结构与文化的决定因素 第十七章 管理全球组织 第十八章 权利、政治、冲突 第十九章 组织转变与发展

<<组织行为学>>

编辑推荐

其它版本请见：《组织行为学（第5版）》

<<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>