

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787111400004

10位ISBN编号：7111400003

出版时间：2012-11

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）希特，（美）米勒，（美）科勒拉 著，冯云霞，笪鸿安 译

页数：376

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>>

内容概要

由美国管理学专家迈克尔·希特等人撰写的《组织行为学(基于战略的方法原书第2版)》以个人的社会文化心理、群体的形成、组织中工作活动的安排、组织变革等为研究对象,综合心理学、社会心理学、组织社会学、组织理论、人力资源管理、人类学学科的知识,从个体、群体和组织三个层面系统地研究了组织化行为的形成过程。

它能帮助组织更好地洞察环境,为管理者预测、协调和塑造员工的工作行为提供理论与技术指导,帮助员工更好地适应组织环境,培养组织所需要的组织性行为,提高员工满意度和效率等。

除此以外,本书作者试图通过一种战略视角,帮助组织和管理者从总体上把握组织行为学三个层次的知识。

<<组织行为学>>

作者简介

作者:(美)迈克尔A.希特、C.切特·米勒、安瑞妮·科勒拉 译者:冯云霞、笪鸿安
迈克尔A.希特(Michael

A.Hitt)教授,得克萨斯A & M大学领导学首席教授。

曾任美国战略管理协会主席团委员、美国管理学会主席。

是管理学、组织行为领域多本一流期刊的编审,先后出版两百多部专著和学术文章。

荣获美国欧文杰出教育者奖章、美国管理学术委员会杰出服务奖。

C.切特·米勒(C.Chet

Miller)教授,在美国Wake

Forest大学、Baylor大学、康奈尔大学、杜克大学等校任教职。

先后为ABB、美洲银行、美国邮政等多家组织进行管理开发工作。

曾在《组织科学》、《战略管理》、《美国管理学会》、《组织行为》等专业期刊上发表论文。

安瑞妮·科勒拉(Adrienne

Colella)教授,是杜兰大学弗里曼商学院组织行为学教授。

她也曾执教于美国其他商学院。

曾在《应用心理学》、《人事和人力资源管理研究》,《人力资源管理》等专业期刊上发表多篇论文

。

<<组织行为学>>

书籍目录

译者序

作者简介

前言

致谢

导论

第一部分 战略视角

第1章 组织行为的战略视角

1.1 战略性组织行为的基本要素

1.2 运用战略视角的重要性

1.3 人力资本在创造比较优势过程中的作用

1.4 积极的组织行为

1.5 高度参与式管理

1.6 本书的结构

本章新知识要点

回顾本章知识要点

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

第2章 全球化情境下的组织行为

2.1 全球化的主导力量

2.2 员工和经理的全球化体验

2.3 参与国际运作的机会

2.4 国际背景下的高度参与式管理

2.5 国际背景下的伦理

本章新知识要点

本章知识要点回顾

伦理思考

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

第二部分 个体过程

第3章 学习和知觉

3.1 重要的学习原则

3.2 对学习有益的其他条件

3.3 训练以及提高员工绩效

3.4 知觉

本章新知识要点

回顾本章知识要点

伦理思考

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

<<组织行为学>>

-
- 第4章 个性、智力、态度和情感
 - 第5章 工作动机
 - 第6章 压力与健康
 - 第三部分 群体、团队和社会过程
 - 第7章 领导力
 - 第8章 沟通
 - 第9章 个体和群体决策
 - 第10章 群体和团队
 - 第11章 冲突、谈判、权力和政治
 - 第四部分 组织情境
 - 第12章 组织结构和组织文化
 - 第13章 组织变革和发展
- 术语表

<<组织行为学>>

章节摘录

版权页：插图：如果一个人在一段时间内，投入大量的精力来理解某人，可能就会形成对此人的特征和能力准确地感知。

然而，如果这些特征和能力变化了，或此人的行为方式与长期的特征及能力不相一致了，感知者可能就无法准确地解释这种新特征或新行为。

在这种情况下，感知者可能对朋友和员工现存的观点太过关注，以至于不能解释新特征或新行为了。一名经理多年来与一名员工建立了良好的信任关系，对于该员工撒谎或工作表现不佳的证据有可能就会置之不理，因为这些都不符合对这名员工先前的观点。

对他人的感情也会影响感知过程。

如果对某人通常都是正面的感情，那么对此人的行为也会是用一种赞许的眼光去看，因此对这些行为的诠释也会褒奖有嘉。

相反，如果对某人都是些负面的感情，那么对此人的行为就会是一种挑剔的眼光去看，因而对这些行为就会贬低。

一家跨国公司进行的研究为这些常识性的结论提供了证据。

在这项研究中，由272名主管、470名同事和1608名员工对344位中层管理者进行打分。

这1350名打分者对他们的感情按照崇拜、尊敬和喜欢进行划分。

对某位被打分者有着正面感情的打分者，都不约而同地在对其表现评分宽松。

而对某位感情不好的打分者，评分就非常严苛。

一个人的情绪状态也影响对他人的感知。

如果一个人非常开心和兴奋，他可能觉得别人也很精神，非常有活力，尽管事实并非如此。

如果一个人心情难过，非常沮丧，那么他可能觉得别人也不高兴，甚至认为他们是有恶意的，虽然这也有悖于事实。

例如，在—项研究中，在几个妇女玩过—种名叫“谋杀”的恐怖游戏之后，让她们来评判几张脸部照片，所得出的结论要比之前没有玩过这个游戏的妇女来得更吓人。

2.环境的特征—个环境中所包含的因素能影响员工或管理者对重要信息的感觉，并且这些因素会对是否在感知的形成中使用这个信息产生影响。

相关的因素很多，而且各不相同。

这里讨论其中三个因素，它们分别是他人明显的特征、他人明显的意图和与此人接触后的结果。

正如前面所讨论的，—个人对另—个人的感知会受到自身内在的状态和情绪的影响。

除此以外，—个人对另—个人的感知还受到此人最为明显的（突出的）特征的影响。

例如，感知者很可能对于那些强烈的、明亮的、吵闹的或运动的事物非常关注。

他也可能关注非常有魅力或非常不引人注意的人、穿着昂贵的人和那些着装品位差的人，以及聪明伶俐的人或是及其愚钝的人。

他对普通或平常的人很少注意。

对感知的这一影响在研究中曾得到论证。

在组织中，表现特别好和特别差的员工受到的注意要比—般的员工多。

管理者必须意识到这种倾向，因为绝大多数员工都是—般化的。

即使大量的员工有潜力为公司的目标和实现竞争优势作贡献，但是他们却可能总是默默无闻，没有受到关注、奖励并在晋升中被忽略。

—个人的感知还可能被他人行为背后的意图所影响。

例如，在感知者角度看，如果这些意图是不合需要的，那么此人可能就会被看作威胁或敌人。

最后，—个人也会因与他人的某次接触的结果而受到影响。

如果结果基本上都是积极的，那么就会对此人产生好感。

但是，如果接触的结果都是负面的话，那对此人的印象就很可能是不好的。

在—项研究中，—位研究者的同事是工作小组中唯一—位未能完成既定任务的成员。

这项研究包括两个情况。

<<组织行为学>>

一种情况是这位同事的失败导致其他组员没能拿到工作报酬。

对这名同事的感知就是消极的（如能力不够、不够可靠、不讨人喜欢）。

第二种情况是，尽管这名同事没完成任务，但是其他组员拿到了工作报酬。

尽管实际的工作表现与第一种情况下是一样的，但是对此人的评价要好一些，能力较好、可靠性较高、比较讨人喜欢等。

<<组织行为学>>

编辑推荐

《组织行为学:基于战略的方法(原书第2版)》适用于MBA、EMBA及企业管理人员,工商管理类专业本科生、研究生,以及从事相关领域研究的学者。

<<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>