

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787300105802

10位ISBN编号：7300105807

出版时间：2009-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：孙晓玲 编

页数：268

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

对人的管理是管理的核心问题，对人的行为规律的研究是管理科学的重要内容。组织行为学正是综合运用与人有关的各种知识，采用系统分析的方法，研究组织中人的行为规律的一门科学。

它对各种组织中的管理者具有重要的意义——不仅为各级主管人员掌握人的行为规律提供了理论依据，而且为科学地预测人的行为发展趋势并引导、控制人的行为，变消极行为为积极行为，从而提高组织的工作绩效，实现组织的目标，提供了有利的手段和科学的方法。

组织行为学作为管理类专业的一门重要课程，其原理和方法不仅对在校大学生，而且对企业在职人员都具有普遍的学习和指导意义。

目前，组织行为学的相关专著和教材很多，但基本上以MBA学生或硕士研究生为教学对象，适合本科、高职高专类别的较少。

因此，本教材针对高职高专学生的具体特点和实用要求，本着“必需、够用”的原则进行编写，具有以下几个特点。

1.实例丰富，通俗易懂 本书充分考虑高职高专学生年龄和阅历的因素，在各章节大量运用“课堂讨论案例”、“阅读资料”、“小故事”等帮助学生理解和掌握教材所阐述的概念、原理和方法。

2.联系实际，内容新颖 本书针对高职高专学生的特点和教学要求，对相关的概念和理论部分只做基础、概括性介绍，不追求理论的深度，但力求把握学科发展的动态，反映实践中的前沿问题，突出时代特色。

3.突出学生参与，强调工学结合 本书注重激发学生的主动性和参与性，强调理论在实践中的应用，关注理论对实际工作的指导和帮助。

在编写形式上，各章内容首先由引例切入，提出问题，然后展开相关概念和理论的介绍。

其问，设置“课堂讨论案例”等栏目，让学生通过参与、体验来理解、消化基本原理。

此外，在每章课后练习中，本书改变以往教材偏重基本概念和基本理论的特点，通过设置“认知测试”、“认知调查”、“案例学习”等栏目加强学生的能力培养，满足以培养实际工作能力为目的的高职高专教学要求。

<<组织行为学>>

内容概要

本书从个体行为、群体行为、组织行为三个层面展开内容，具体包括组织行为学概述、个性与行为。激励理论及应用、群体行为概述、管理沟通、组织结构与设计、组织变革与发展等内容。

本书各章设有“学习目的”、“引例”、“课堂讨论案例”、“阅读资料”，“小故事”等栏目，章末附有“复习思考题”、“认知测试”、“案例学习”等应用练习，以加深学生对知识的理解和掌握。

本书既可作为高职经济类与管理类专业的教材，也可供普通高校师生、企事业单位的管理人员使用。

<<组织行为学>>

书籍目录

第一篇 绪论 第一章 组织行为学概述 第一节 组织行为学基本概念 第二节 组织行为学的历史沿革 第三节 组织行为学的研究方法和一般模型 第四节 知识经济对组织行为学的挑战 复习思考题 应用练习 案例学习 第二篇 个体行为 第二章 个性与行为 第一节 个性的基本概念 第二节 个性与职业的匹配 第三节 价值观与态度 第四节 工作满意度 复习思考题 应用练习 案例学习 第三章 知觉与行为 第一节 知觉概述 第二节 知觉错误 第三节 归因理论 复习思考题 应用练习 案例学习 第四章 激励理论及运用 第一节 激励概述 第二节 内容型激励理论 第三节 过程型激励理论 第四节 行为改造型激励理论 第五节 激励理论在实践中的运用 复习思考题 应用练习 案例学习 第三篇 群体行为 第五章 群体行为概述 第一节 基本概念 第二节 群体行为影响因素 第三节 群体决策 第四节 团队建设 复习思考题 应用练习 案例学习 第六章 管理沟通 第一节 沟通及其分类 第二节 沟通障碍 第三节 有效沟通的技能 复习思考题 应用练习 案例学习 第七章 领导与权力 第一节 领导的概念 第二节 领导理论 第三节 权力与政治 复习思考题 应用练习 案例学习 第四篇 组织行为 第八章 组织结构与设计 第一节 组织的基本概念 第三节 组织结构 复习思考题 应用练习 案例学习 第九章 组织文化 第一节 组织文化概述 第二节 我国企业的组织文化建设 第三节 跨文化管理 复习思考题 应用练习 案例学习 第十章 组织变革与发展 第一节 组织变革 第二节 组织发展 第三节 学习型组织 复习思考题 应用练习 案例学习参考文献

<<组织行为学>>

章节摘录

1、群体的概念与类型 (一) 群体的概念 群体泛指通过一定的社会关系结合起来进行共同活动的集体。

例如，以血缘关系结合起来的氏族、家庭群体；以地缘关系结合起来的邻里群体；因工作关系结合起来的职业群体。

群体是一个开放的系统，但群体的形成绝不是个体简单的相加，而是每个成员之间相互依赖、相互作用的集合体。

美国社会心理学家霍曼斯在研究群体的过程中发现，群体的构成包括四个要素，即活动、相互作用、感情和群体规范。

群体必须以一定的社会活动来体现自己的存在，而且群体也只能在群体的各项活动中才得以维系。

相互作用是指在群体活动中，个人与个人间通过语言或非语言的沟通与接触，分析他人的行为及反应、与外界变化的反应等行为影响。

群体在相互作用的过程中，群体内成员之间以及成员与群体间所产生的心理认同、心理倾向和体验，也就是群体的感情，对群体的活动和群体成员间的关系有着重大的影响。

为了使得群体成员的行为指向共同的目标，群体需要在活动过程中确立具有约束力的行为准则，以此协调群体成员的个别行为。

在组织行为学中，我们可以把群体简单的定义为：为了实现某个特定的目标，两个或两个以上相互作用、相互依赖的个体的组合。

(二) 群体的类型 群体的类型多种多样，依照不同的标准，可以把群体划分为不同的类型。这里主要介绍几种在组织研究中常用的群体类型。

1.按群体规模分类 按照群体的规模，群体可以分为大型群体和小型群体。

虽然大小群体无法用简单的群体成员数量划分，但是他们之间确实存在着一些明显的特征可供区别。

一般而言，大型群体的成员相对较多，成员间关系比较松散，人与人之间的直接接触和沟通较少，群体成员之间通过组织机构、工作任务和目标等间接发生的联系较多。

通常，小型群体的成员相对较少，更为重要的是，小型群体成员间能够频繁地直接相互交往和活动，每个人都可以与其他成员面对面的进行接触和沟通。

组织行为学中群体行为研究的重点是存在直接互动关系的小型群体。

2.按群体组织属性分类 按照群体的组织属性，群体可以分为正式群体和非正式群体。

正式群体是指组织结构确定的、职务分配很明确的群体。

在正式群体中，一个人的行为是组织目标规定的，并且指向组织目标。

所以，正式群体又称为工作群体。

正式群体中常见的类型有命令型群体和任务型群体。

非正式群体是指不为组织正式承认，也不是正式组织的目标、任务和组织结构所决定的群体，他们可能是出于政治、友谊或共同兴趣的原因形成的。

按照形式、动机的不同，常见的非正式群体主要可分为友谊型群体、利益型群体和兴趣爱好型群体。

<<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>