

<<组织行为管理>>

图书基本信息

书名：<<组织行为管理>>

13位ISBN编号：9787508073415

10位ISBN编号：750807341X

出版时间：2013-1

出版时间：王国元 华夏出版社 (2013-01出版)

作者：王国元

页数：495

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;组织行为管理&gt;&gt;

## 前言

放在大家面前的这本《组织行为管理》是专门为正在从事或有志从事各类企事业单位的管理工作，又对组织行为学感兴趣的在职朋友编写的入门级读本。

据我的经验，这些朋友在学习往往具有这样一些特点：一是存在着工作与学习的矛盾，二是有追求实用的倾向，三是个性化的需求突出。

所谓工作与学习的矛盾，说到底就是时间资源的分配问题，而解决这个矛盾既不能是为了学习而丢掉工作，也不能是为了工作而让学习缩水，当然更不能把二十四小时变成二十五小时，唯一可行的办法是提高学习效率，也就是在更短的时间里学习到更多知识。

许多人，包括读者、作者和出版商，都把解决这个矛盾简单理解为压缩读本的字数，也就是“简”。

可是大家想一想，为什么老子的《道德经》仅有五千字，我们读起来并不觉得轻松，而斯蒂芬·P·罗宾斯的《组织行为学》将近九十万字，我们读起来也不觉得很累？

原来老子《道德经》虽然篇幅短小，但语言古奥，哲理深邃，微言大义，非反复切磋琢磨不能有所理解，而罗宾斯的《组织行为学》虽然体量厚重，但语言通俗，道理浅近，案例亲切，所以开卷有益。

可见，从读本编写的角度说，化解工作与学习的矛盾，关键不在于字数的“简”，而在于内容的“明”，“简”未必节约时间，“明”必定提高效率。

为此，本书特别注意了以下几点：一是文字表达尽可能平实通俗。

由于组织行为学是舶来品，所以某些读本中书面语言和欧化语法的现象是比较普遍的，而我們不希望为此浪费学习者的时间。

二是层次结构尽可能明确清晰。

如我们尽可能多用序号，少用长段，重点内容用黑体字标出等等，力求突显文本的逻辑结构。

这些工作本来是读者读书时必须做的，但很可能浪费了时间，还不一定准确，于是我们决定代劳。

三是知识要点进行强化提示。

每章前面提示本章要点，后面归纳本章小结及对管理者的意义，以期帮助读者在读书时迅速准确地抓住重点，分清主次，明确并达到各章具体的学习目的。

四是每章后面设计了能够涵盖本章基本知识点的本章主要概念和本章复习题。

读者可以据此复习学习内容，检查学习效果。

.....

## <<组织行为管理>>

### 内容概要

《组织行为管理》是一本面向管理者的组织行为学的入门读本。

主要针对人力资源的合理配置、有效开发。

组织行为学是一门关于组织条件下人类行为规律的管理科学，同时也是一门研究人类工作行为调控方法的管理科学，不仅要揭示人类行为的规律，更探讨了符合人类行为规律的调控人类行为的方法，使管理者能在实践中科学地管理人的行为。

《组织行为管理》既面向管理实践，从内容取舍、案例选择、环节设计等方面，尽可能贴近管理实际；又面向管理者，从文字表述、要点提示、资料辅助、阅读拓展等方面，都尽可能为读者减少困难，提供便利，增加助力。

## <<组织行为管理>>

### 作者简介

王国元，1982年毕业于中国人民大学，现为中国人民大学教授，任学术委员会委员、教研室主任等。已出版的相关著作主要有《组织行为与组织管理》、《现代管理中的心理与行为》、《人际沟通》、《公共关系：从理论到实务》、《公共关系理论与操作》、《哲学与当代文化》、《社会转型中的观念问题》、《社会主义市场经济下若干管理问题研究》等。

主持国家教育科学“九五”规划重点课题《面向21世纪的中国现代企业教育制度》，北京市教育科学“九五”规划重点课题《现代企业教育制度与成人高等教育制度改革研究》，国家教育科学“十五”规划重点课题《学习型企业在学习型社会中的地位与作用以及创建的研究》，教育部“新世纪网络课程”《马克思主义哲学原理》等。

## &lt;&lt;组织行为管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章以人为本的管理科学 第一节组织、组织行为、组织行为学 第二节组织行为学的产生与发展 第三节组织行为学的体系、方法与意义 第二章心理、个性与行为 第一节人类行为的心理机制 第二节知觉与行为 第三节个性与行为 第三章招聘、培训与绩效评估 第一节人员招聘 第二节人员培训 第三节绩效评估 第四章工作压力与职业生涯 第一节工作压力及其处理 第二节职业生涯及其开发 第五章激励与激励理论 第一节激励与激励理论分类 第二节行为动力型激励理论 第三节行为过程型激励理论 第四节行为反馈型激励理论 第六章群体有效性与群体凝聚力 第一节群体及其有效性 第二节非正式群体及其管理 第三节群体凝聚力及其作用 第七章从众、冲突、竞争与合作 第一节群体中的从众 第二节群体中的冲突 第三节群体中的竞争与合作 第八章沟通与沟通绩效 第一节人际沟通及其要素 第二节沟通绩效的提高 第九章领导与决策 第一节领导与领导力 第二节领导特质理论 第三节领导行为理论 第四节领导权变理论 第五节领导与决策 第十章组织结构设计与工作设计 第一节组织结构设计 第二节组织工作设计 第十一章组织文化的理论与实践 第一节组织文化的理论 第二节组织文化的实践 第十二章组织发展、组织变革与创建学习型组织 第一节组织发展 第二节组织变革 第三节创建学习型组织 参考书目 后记

## 章节摘录

版权页：插图：人的兴趣是多种多样的，研究兴趣问题可以从不同的需要出发，根据不同的指标对兴趣进行分类。

（1）直接兴趣和间接兴趣。

根据兴趣与对象的关系可以将兴趣分为由对象本身引起的直接兴趣和由对象的目的、任务、后果等而引发的间接兴趣。

例如同是对某项工作有兴趣，但有的人是直接对工作本身的新鲜感、趣味性、挑战性等感兴趣，这属于直接兴趣，也有的人是因工作可以为自己带来财富、权力、荣誉、地位等后果而对工作感兴趣，这属于间接兴趣。

一般来说，大多数工作本身往往是枯燥乏味的，难以引起人的直接兴趣，但工作带来的财富、权力、荣誉、地位等则可以引起大多数人的兴趣，所以管理者研究人的兴趣主要看人的间接兴趣。

（2）稳定兴趣和暂时兴趣。

根据兴趣维持的久暂可以将兴趣分为稳定兴趣和暂时兴趣。

那些主要发自内心，可以维持较长时间，不因活动结束而消失，即使历经挫折与诱惑也不转移的兴趣，属于稳定兴趣，而那些随一定活动而发生，随一定活动而消失的短暂而易转移的兴趣，则属于暂时兴趣。

一般来说，暂时兴趣对人的影响较小，真正影响人一生成就的主要是那些长期的稳定的兴趣。

（3）积极兴趣和消极兴趣。

根据兴趣的社会意义可以分为对自己、对他人、对社会有正面影响的积极兴趣和对自己、对他人、对社会产生负面影响的消极兴趣。

对创造的兴趣、探索的兴趣、美的兴趣等属于积极兴趣，而对物质享乐的过度贪婪，对不良娱乐的极度嗜好、对低俗品位的病态欣赏等属于消极兴趣。

所谓“玩物丧志”就是对消极兴趣危害的批评。

（4）工作兴趣和生活兴趣。

根据兴趣对象的性质可以将兴趣分为工作兴趣和生活兴趣。

顾名思义，工作兴趣是对工作本身感兴趣，生活兴趣则是对休息性、娱乐性对象的兴趣。

一般来说，管理者主要是关心人们的工作兴趣，而生活兴趣只要是健康的、适度的就不必过多干预。

可以将兴趣分为理性兴趣和非理性兴趣。

如果兴趣对象对主体的人生与事业有重要意义，兴奋点是诉诸理性并接受理性约束的，就属于理性兴趣。

例如，对学习的兴趣通常是理性兴趣，因为学习本身是辛苦的，人们对学习的兴趣一般是建立在主体的清醒认识和合理预期基础上的。

如果兴趣对象对主体情绪上有比较大的吸引力，兴奋点是诉诸感性并只受感性支配的，则属于非理性兴趣。

## <<组织行为管理>>

### 编辑推荐

《组织行为管理》既面向管理实践，从内容取舍、案例选择、环节设计等方面，尽可能贴近管理实际；又面向管理者，从文字表述、要点提示、资料辅助、阅读拓展等方面，都尽可能为读者减少困难，提供便利，增加助力。

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>