

<<组织行为学视域>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学视域>>

13位ISBN编号：9787509618356

10位ISBN编号：7509618355

出版时间：2012-6

出版时间：经济管理出版社

作者：周菲

页数：295

字数：302000

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>

## <<组织行为学视域>>

### 内容概要

《中国管理创新前沿系列（第1辑）·组织行为学视域：企业竞争力》是国家“211工程”三期重点建设项目的系列研究成果之一。

本书将组织行为学理论用于企业管理领域，探讨管理创新与大企业竞争力的培育问题，对促进交叉学科的发展和开拓创新具有重要意义。

全书围绕大企业竞争力这个核心内容，从组织行为学的视角出发，论述了组织管理中的心理和行为对大企业竞争力的影响。

主要内容包括：大企业竞争力的价值观基础、企业人格化特征与大企业竞争力表现、企业心理资本与大企业竞争力、EAP（员工帮助计划）对大企业竞争力的影响、影响大企业决策的行为模式、企业家的不确定性决策行为及认知偏差、企业竞争决策中的群体行为、大企业战略联盟组织间学习及习惯域、心理边界及心理所有权与大企业竞争力等。

## <<组织行为学视域>>

### 作者简介

周菲，大连人，毕业于北京师范大学，中共党员，博士，教授，博士生导师。  
出版专著及教材《管理决策的行为模式》、《现代领导理论及其实践模式》、《公共关系心理学》、《管理哲学》、《组织行为咨询与诊断》、《管理心理学》、《组织行为学》等10余部。  
发表论文《风险决策的认知心理学问题》、《个体心理边界：企业心理边界研究和基本命题》、《心理资本与员工工作绩效研究》、《决策认知偏差的认知心理学分析》、《国外心理边界研究综述》等50余篇，多篇被《新华文摘》、《社会科学文摘》转载。  
科研成果多次获得省级以上奖励。

## <<组织行为学视域>>

### 书籍目录

#### 第一章 导论

##### 第一节 企业竞争力与我国企业发展概述

- 一、关于企业竞争力内涵的研究
- 二、我国企业发展现状
- 三、我国企业发展中存在的主要问题

##### 第二节 企业组织行为研究的历史沿革

- 一、19世纪末期的研究
- 二、20世纪20年代的研究
- 三、20世纪50年代以后的研究

##### 第三节 企业竞争行为的心理基础

- 一、决策的认知过程
- 二、价值观体系
- 三、态度与情感体系
- 四、人格特征
- 五、心理动力系统

#### 第二章 企业竞争决策的行为模式

##### 第一节 问题求解模式：严格的逻辑思维程序

- 一、问题空间
- 二、问题求解中的模式识别

##### 第二节 直觉模式：经验积累的飞跃

- 一、直觉模式的讨论回顾
- 二、直觉模式在决策中的作用

##### 第三节 权变模式：具体问题具体对待

- 一、菲德勒的权变理论
- 二、V.H.佛隆和P.W.耶顿的权变模式
- 三、领导决策的连续带模式

##### 第四节 有限理性模式：寻求满意而不是最优

- 一、有限理性思想的提出
- 二、有限理性的心理机制
- 三、有限理性的决策模式

##### 第五节 渐进模式：摸着石头过河

- 一、渐进决策的理论观点
- 二、渐进模式的依据
- 三、渐进模式的决策思路

#### 第三章 企业竞争力的价值观前提

##### 第一节 企业价值观与企业竞争力

- 一、企业竞争力与企业价值观的关系
- 二、企业价值观及其功能

##### 第二节 企业家个人价值观与组织价值观

- 一、企业家个人价值观
- 二、组织价值观
- 三、企业家价值观对企业组织价值观的影响
- 四、企业家价值观与组织价值观统一的实现途径

##### 第三节 企业文化价值观与道德价值观

- 一、企业文化价值观内涵及其构建

<<组织行为学视域>>

二、企业道德价值观内涵及其构建

第四节 企业经济价值观与社会价值观

一、企业经济价值观内涵及其构建

二、企业社会价值观内涵及其构建

第四章 心理资本与企业竞争力

第一节 心理资本释义

一、心理资本理论提出的背景

二、资本理论的演进历程

三、心理资本的内涵与维度

四、企业员工心理资本水平调查

第二节 心理资本与企业员工工作结果

一、国内外心理资本与工作结果研究

二、希望与工作结果

三、乐观与工作结果

.....

第五章 企业人格化特征与企业竞争力

第六章 企业家的不确定性决策行为及认知偏差

第七章 企业决策中的群体行为

第八章 企业战略聪明组织间学习与企业竞争力

第九章 EAP (员工帮助计划) 与企业竞争力

第十章 员工心理边界与企业竞争力

第十一章 心理所有权与企业竞争力

## &lt;&lt;组织行为学视域&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：二、直觉模式在决策中的作用 美国学者曾对83项战略决策进行了调查，发现其中只有18项决策是通过比较明确的分析方法提出来的，其余的大多数是靠直觉判断制定的。

对于这些事实的解释出现了分歧，规范性决策理论强调决策应多做理性分析，由直觉产生的灵感、顿悟并非可靠，这会造成决策失误。

但研究表明：第一，直觉是一种组块思维，运用组块思维，可以迅速解决问题。

在心理学家对下棋的研究中发现，使棋手们迅速做出判断的是知识组块，每一个组块都是由一系列的逻辑推理构成，把这些组块展开，就是新手下棋时的思考过程。

这与我们前面讨论过的问题求解中的模板、原型理论有相同之处却又有所区别。

相同之处在于，都是作为知识经验在长时记忆中的存储与提取；区别在于，原型与模板所提取的“块”主要是解决过去解决过的问题，因此属于再认，但直觉主要解决新的问题，只提取现成的“块”是不行的，必须对当前问题进行加工后再使用组块或者用多个组块同时思维，属于重组。

所以，解决新问题或者进行创造性思维绝不是简单的再认。

第二，决策中的直觉包含有逻辑思维。

一些学者否定直觉在决策中的作用，因为他们认为直觉是一种人的“无意识”的反映，是非理性的思维，是不可靠的，它的出现似乎是不可捉摸的，因此，人们给它蒙上了一层神秘的外衣。

应该说，直觉是逻辑推理的结果。

从组块的产生来看，它是通过一步步的推理而得到的，因此直觉的结果往往可以通过逻辑推理来验证。

从直觉的产生来看，人们以组块作为推理的依据（组块起着大前提的作用），推理才一蹴而就，迅速完成。

运作组块进行的推理是浓缩的，常常表现为一种直觉的判断，同时，人们往往把直觉推理的结果清楚地保持在头脑中，而如何检索组块的过程并不加以注意。

所以，直觉产生后，人们常常不能说明其来龙去脉及产生过程，表现出“无意识”的特点。

许多人都认为，直觉是一种非逻辑性加工。

其实所谓的非逻辑性加工，不过是由于组块内的推理经反复练习而熟练，并浓缩成一整体组块。

展开这个“非逻辑推理”的过程，即是严密的逻辑推理，这就是专家的直觉往往能得到证实的原因。

第三，直觉是一种直接把握事物整体的能力。

因为它突破了逻辑分析方法的局限性，它不是把活的有机体分成死的许多部分，然后机械地相加，而是如实地把对象作为整体来考察。

系统科学告诉我们一个十分有价值的结论是：部分之和不等于整体，即组成部分孤立的特征和活动的总和，不能反映事物整体的特征和活动方式。

人们之所以百思不得其解，正是习惯了应用部分之和去求整体。

但是当大脑松弛了以后，思维便改变了原来的轨道，从系统的角度去重新审度，致使许多问题迎刃而解。

无论在管理决策中还是在科学研究中，人们面临的对象总是一个系统，为了抓住系统的实质，我们首先关心的不是系统中各个构成元素的细节，而是元素间的联系与系统整体功能。

所以决策中，总是首先考虑一个总体框架，如果一开始就着眼于细节问题，则有可能陷于无法解决的混乱思绪中，从而忽视了关键问题。

这里就显示出直觉方法的重要性了。

第四，决策中的创造性在很大程度上依赖于直觉。

规范性决策理论与行为决策理论的一个很重要的区别就是规范性决策理论仅仅关心不同方案的评价与选择，它只是决策全过程中的一个阶段，而把前两个重要阶段——目标的确定与备择方案的产生当做既成的东西。

行为决策理论关心的是决策的全过程，因为如果备择方案不合适，即使用最科学的方法也选择不出满意的方案来。

## <<组织行为学视域>>

备择方案的优劣与创造性思维有很大关系，创造性思维需要直觉的帮助。

人们经常有这样的经验，有时为了想解决某个问题，冥思苦想了很久，仍然没有解决的办法，可是不知何时却会突然在头脑中出现一个新念头，即“灵感”，解决了问题。

至于“灵感”何以产生，却并不清楚，其实，这就是直觉。

它的产生机制仍然是在积累了与所思考的问题有关的大量的知识、经验的基础上所形成的。

## <<组织行为学视域>>

### 编辑推荐

《组织行为学视域:企业竞争力》是国家“211工程”三期重点建设项目的系列研究成果之一。

《组织行为学视域:企业竞争力》将组织行为学理论用于企业管理领域，探讨管理创新与大企业竞争力的培育问题，对促进交叉学科的发展和开拓创新具有重要意义。

<<组织行为学视域>>

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>