

# 《组织行为学》

## 图书基本信息

书名：《组织行为学》

13位ISBN编号：9787509610763

10位ISBN编号：7509610761

出版时间：2010-8

出版社：经济管理出版社

作者：崔佳颖

页数：152

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《组织行为学》

## 前言

组织行为学是在现代管理科学和行为科学发展过程中派生出来的一门综合性、边缘性学科，它以组织中人的心理与行为特点和规律为研究对象，探讨个体、群体和组织三个层面的因素如何影响个人及其所在组织的行为，目的是使管理者能够根据人的行为规律，创设健康的工作氛围，发挥人的积极性和创造性，以实现组织的目标并提高成员满意度。通过学习组织行为学可以更好地理解、预测和管理组织中人的行为，为组织制定各项管理制度、实施管理政策提供理论依据。组织行为学课程是工商管理类专业的基础理论课，也是经管类高校中重要的辅修课程。为了更好地与国际接轨，目前很多高校的组织行为学教学都选择英语教学或是双语教学，而所使用的组织行为学教材多为原版英文教材或是译著，这给组织行为学双语教学带来了一定的困难和不便，主要表现在受学生英语水平所限，对部分理论和观点无法理解透彻。另外，国外的组织行为学案例与中国的实践之间存在一定的距离，教材的利用率有限，但在授课过程中却往往要配以大量教材外的读物，给教学造成了一定的障碍。针对上述教学中遇到的困难，作为一名讲授组织行为学双语课程的老师，本书作者特编写此书。

# 《组织行为学》

## 内容概要

《组织行为学(双语教材)》是在现代管理科学和行为科学发展过程中派生出来的一门综合性、边缘性学科，它以组织中人的心理与行为特点和规律为研究对象，探讨个体、群体和组织三个层面的因素如何影响个人及其所在组织的行为，目的是使管理者能够根据人的行为规律，创设健康的工作氛围，发挥人的积极性和创造性，以实现组织的目标并提高成员满意度。通过学习组织行为学可以更好地理解、预测和管理组织中人的行为，为组织制定各项管理制度、实施管理政策提供理论依据。

# 《组织行为学》

## 作者简介

崔佳颖，经济学博士、副教授，专业方向为组织行为与人力资源管理，从事企业管理培训及咨询等工作多年，现在首都经济贸易大学工商管理学院任副教授，主要讲授组织行为学、管理沟通等课程。

曾为中国建设银行总行、国家开发银行、中信证券、工商银行北京分行、天津俊安实业、北京金源股份有限公司、新兴铸管、贯通集团、乐凯集团第二胶片厂、弛跃翔电信监理公司等多家大型企业，以及北京市西城区及宣武区的党校、人事局、教育工委、民政局等多家政府部门提供“领导力提升”、“高效执行力”、“有效沟通”、“团队建设”、“危机管理”、“情绪（压力）管理”等方面的咨询和培训。

近年在《经济管理·新管理》、《人口与经济》、《经济与管理研究》、《人力资源开发》等国家核心期刊上发表《领导的双要素与沟通》、《成长型民营企业文化构建与终端道德》、《从惠普文化看有效沟通》、《和谐企业理论初探》等多篇论文，独立出版专著《组织的管理沟通》、《看电影学沟通》、《360度高效沟通技巧》，编著《企业价值观管理》、《员工职业生涯规划》等书，并参与《中国企业家成长问题研究》书稿写作，在管理沟通、领导力等方面取得一定的研究成果。

# 《组织行为学》

## 书籍目录

CHAPTER ONE : Introduction to Organizational Behavior ..1.组织行为学导论1.1 What is Organizational Behavior ? 1.1.1 Definition of Organizational Behavior1.1.2 Contributing Disciplines1.1.3 Research Chart of Organizational Behavior1.2 Why study Organizational Behavior ? 1.2. 1 Management functions and Organizational behaviorl. 2.2 Organizational Behavior and Manager1.3 Generation and Development of Organizational Behavior ——1.3.1 Frederick W. Taylor1.3.2 Henri Fayol and Theory of Administration1.3.3 Mary Parker Follett1.3.4 Hawthorne Studies1.3.5 Doglas McGregor1.3.6 Peter F. Drucker1.4 Ancient Chinese Philosophy1.4.1 Confucianism1.4.2 Taoism1.4. 3 LegistCHAPTER TWO : Ability , Personality and Emotion2. 能力、个性和情绪2. 1 Ability2. 2 Personality2.2.1 The Myers-Briggs Type Indicator2.2.2 Type A and Type B personality2.2.3 The Big-Five Model2.2.4 Four Temperaments2.2.5 Personality-Job Fit Theory2. 3 EmotionCHAPTER THREE : Perception and Attribution3.知觉与归因3. 1 Perception3.1.1 Factors Influencing Perception3.1.2 Illusion in Perception3.1.3 Biases in Person Perception3. 2 AttributionCHAPTER FOUR : Value and Attitude4.价值观和态度4. 1 Value4. 2 AttitudeCHAPTER FIVE : Motivation5激励5.1 Concept of Motivation5. 2 Development of Motivation Theories5.2. 1 Maslow s Hierarchy of Needs Theory5.2.2 ERG Theory5.2.3 Herzberg s Two-Factor Theory5.2.4 McClelland s Theory of Needs5.2.5 Equity Theory5.2.6 Expectancy Theory5.2.7 Goal-setting Theory5. 3 Application of MotivationCHAPTER SIX : Work Groups and Teams6.工作群体与团队6. 1 Foundation of Group Behavior6.1.1 Definition of Group6.1.2 Group decision making6.2 Creating Effective Teams6.2. 1 Team Development6.2.2 Reasons for Team Building6.2.3 Creating Effective TeamsCHAPTER SEVEN : Communication7.沟通7.1 Definition of Communication7. 2 Functions of Communication7.2. 1 Controlling7.2.2 Providing Information7.2.3 Motivating Organizational Members7.2.4 Expressing Feelings and Emotions7.3 Process of Communication7.4 Factors influencing Communication7.4.1 Language7.4.2 Information filtering7.4.3 Perception7.4.4 Information overload7.5 Improving Communication SkillCHAPTER EIGHT : Leadership8.领导力8.1 Concept of leadership8. 2 Leadership Theories8.2. 1 Trait theory8.2.2 Behavioral and Style Theory period8.2. 3 Situational and Contingency theories8.2.4 New development of leadership theoriesCHAPTER NINE : Power and conflict9.权利与冲突9. 1 Power9.2 Conflict9.2. 1 Phases of conflict9.2.2 Ways of addressing conflictCHAPTER TEN- Organizational structure and design10.组织结构与组织设计10. 1 Organizational structure10. 1.1 Definition of Organizational structure10. 1.2 Organizational structure types10. 1.3 Organizational circle : moving back to flat10. 2 Organization designCHAPTER ELEVEN : Organizational culture11.组织文化11.1 Definition of Organizational culture11.2 Functions of Organizational culture11.3 Typologies of organizational cultures11.3.1 Geert Hofstede11.3.2 Edgar Schein11.4 How Employees Learn Culture11.4.1 Rites11.4.2 Stories11.4.3 LanguagesCHAPTER TWELVE : Management of change12. 组织变革12. 1 Forces for Change12. 2 Impediments to Change12. 3 Organizational Development

## 章节摘录

2008年9月15日上午10:00,拥有158年历史的美国第四大投资银行——雷曼兄弟公司向法院申请破产保护,消息转瞬间通过电视、广播和网络传遍地球的各个角落。令人匪夷所思的是,在情况如此明朗的情况下,德国国家发展银行居然按照外汇到期协议的交易,通过计算机自动付款系统,向雷曼兄弟公司即将冻结的银行账户转入了3亿欧元。毫无疑问,3亿欧元将是“肉包子打狗有去无回”。

转账风波曝光后,德国社会各界大为震惊,舆论哗然。人们普遍认为,这笔损失本不应该发生,因为此前一天,有关雷曼兄弟公司破产的消息已经满天飞,德国国家发展银行应该知道交易存在巨大风险,并事先做好防范措施才对。销量最大的《图片报》,在9月18日头版的标题中,指责德国国家发展银行是迄今“德国最愚蠢的银行”。此事惊动了德国财政部,财政部长佩尔·施泰因布吕克发誓,一定要将事件查个水落石出并严厉惩罚相关责任人。

# 《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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)