

《组织行为学》

图书基本信息

书名：《组织行为学》

13位ISBN编号：9787305051654

10位ISBN编号：7305051659

出版时间：2007-8

出版社：南京大学出版社

作者：罗明亮 编

页数：250

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

《组织行为学》

内容概要

组织行为学是综合运用心理学、管理学、人类学等与人有关的各种知识，采用系统分析的方法研究一定组织中人的行为规律，从而提高管理人员预测、引导和控制的能力，以实现组织既定目标的科学。本书在编写过程中坚持以马克思主义基本理论为指导，科学系统地阐述了组织行为的基本概念、基本原理、基本方法和技能，适当地反映了本学科的新成果，并结合现阶段高等教育的培养目标，在讲述基础理论的同时注重组织行为学的应用。

本书可以作为普通高等院校经管专业本科教材、MBA、研究生教材以及企业培训教材。

《组织行为学》

书籍目录

致教师致学生前言第一章 绪论 第一节 组织行为学的基本概念 第二节 组织行为学的演进和发展 第三节 组织行为学的研究方法 本章小结第二章 个体心理现象与个体行为 第一节 个体心理现象 第二节 个性倾向性与行为 第三节 个性心理特征与行为 本章小结第三章 组织承诺和组织公民行为 第一节 组织承诺与个体行为 第二节 组织公民行为与个体行为 本章小结第四章 人性理论 第一节 人性理论概述 第二节 西方的人性理论 第三节 我国的人性理论 本章小结第五章 群体心理、群体行为与群体绩效 第一节 群体概述 第二节 非正式群体 第三节 群体行为的一般规律 第四节 影响群体心理、行为和绩效的主要因素 第五节 群体决策 本章小结第六章 组织中的人际关系 第一节 人际关系概述 第二节 人际关系的理论 第三节 人际关系的平衡 第四节 人际关系的测量 本章小结第七章 激励理论 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 激励理论与文化背景 本章小结第八章 组织文化与组织行为 第一节 组织文化的内涵 第二节 组织文化的功能及影响因素 第三节 组织文化建设 本章小结第九章 领导的心理与组织行为 第一节 领导及领导的影响力 第二节 有关领导的有效性理论 第三节 领导的有效性 本章小结第十章 组织行为的有效性 第一节 组织概述 第二节 组织结构 第三节 对组织变革的有效管理 第四节 组织发展 本章小结参考文献

精彩短评

1、本科教材，感觉理论化，不简洁干练实用

《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