

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787111400004

10位ISBN编号：7111400003

出版时间：2012-11

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）希特，（美）米勒，（美）科勒拉 著，冯云霞，笪鸿安 译

页数：376

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>>

内容概要

由美国管理学专家迈克尔·希特等人撰写的《组织行为学(基于战略的方法原书第2版)》以个人的社会文化心理、群体的形成、组织中工作活动的安排、组织变革等为研究对象,综合心理学、社会心理学、组织社会学、组织理论、人力资源管理、人类学学科的知识,从个体、群体和组织三个层面系统地研究了组织化行为的形成过程。

它能帮助组织更好地洞察环境,为管理者预测、协调和塑造员工的工作行为提供理论与技术指导,帮助员工更好地适应组织环境,培养组织所需要的组织性行为,提高员工满意度和效率等。

除此以外,本书作者试图通过一种战略视角,帮助组织和管理者从总体上把握组织行为学三个层次的知识。

<<组织行为学>>

作者简介

作者:(美)迈克尔A.希特、C.切特·米勒、安瑞妮·科勒拉 译者:冯云霞、笪鸿安
迈克尔A.希特(Michael

A.Hitt)教授,得克萨斯A & M大学领导学首席教授。

曾任美国战略管理协会主席团委员、美国管理学会主席。

是管理学、组织行为领域多本一流期刊的编审,先后出版两百多部专著和学术文章。

荣获美国欧文杰出教育者奖章、美国管理学术委员会杰出服务奖。

C.切特·米勒(C.Chet

Miller)教授,在美国Wake

Forest大学、Baylor大学、康奈尔大学、杜克大学等校任教职。

先后为ABB、美洲银行、美国邮政等多家组织进行管理开发工作。

曾在《组织科学》、《战略管理》、《美国管理学会》、《组织行为》等专业期刊上发表论文。

安瑞妮·科勒拉(Adrienne

Colella)教授,是杜兰大学弗里曼商学院组织行为学教授。

她也曾执教于美国其他商学院。

曾在《应用心理学》、《人事和人力资源管理研究》,《人力资源管理》等专业期刊上发表多篇论文

。

<<组织行为学>>

书籍目录

译者序

作者简介

前言

致谢

导论

第一部分 战略视角

第1章 组织行为的战略视角

- 1.1 战略性组织行为的基本要素
- 1.2 运用战略视角的重要性
- 1.3 人力资本在创造比较优势过程中的作用
- 1.4 积极的组织行为
- 1.5 高度参与式管理
- 1.6 本书的结构

本章新知识要点

回顾本章知识要点

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

第2章 全球化情境下的组织行为

- 2.1 全球化的主导力量
- 2.2 员工和经理的全球化体验
- 2.3 参与国际运作的机会
- 2.4 国际背景下的高度参与式管理
- 2.5 国际背景下的伦理

本章新知识要点

本章知识要点回顾

伦理思考

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

第二部分 个体过程

第3章 学习和知觉

- 3.1 重要的学习原则
- 3.2 对学习有益的其他条件
- 3.3 训练以及提高员工绩效
- 3.4 知觉

本章新知识要点

回顾本章知识要点

伦理思考

建立你的人力资本

战略性组织行为一瞥

团队练习

注释

<<组织行为学>>

.....

第4章	个性、智力、态度和情感
第5章	工作动机
第6章	压力与健康
第三部分	群体、团队和社会过程
第7章	领导力
第8章	沟通
第9章	个体和群体决策
第10章	群体和团队
第11章	冲突、谈判、权力和政治
第四部分	组织情境
第12章	组织结构和组织文化
第13章	组织变革和发展

术语表

<<组织行为学>>

章节摘录

版权页：插图：如果一个人在一段时间内，投入大量的精力来理解某人，可能就会形成对此人的特征和能力准确地感知。

然而，如果这些特征和能力变化了，或此人的行为方式与长期的特征及能力不相一致了，感知者可能就无法准确地解释这种新特征或新行为。

在这种情况下，感知者可能对朋友和员工现存的观点太过关注，以至于不能解释新特征或新行为了。一名经理多年来与一名员工建立了良好的信任关系，对于该员工撒谎或工作表现不佳的证据有可能就会置之不理，因为这些都不符合对这名员工先前的观点。

对他人的感情也会影响感知过程。

如果对某人通常都是正面的感情，那么对此人的行为也会是用一种赞许的眼光去看，因此对这些行为的诠释也会褒奖有嘉。

相反，如果对某人都是些负面的感情，那么对此人的行为就会是一种挑剔的眼光去看，因而对这些行为就会贬低。

一家跨国公司进行的研究为这些常识性的结论提供了证据。

在这项研究中，由272名主管、470名同事和1608名员工对344位中层管理者进行打分。

这1350名打分者对他们的感情按照崇拜、尊敬和喜欢进行划分。

对某位被打分者有着正面感情的打分者，都不约而同地在对其表现评分宽松。

而对某位感情不好的打分者，评分就非常严苛。

一个人的情绪状态也影响对他人的感知。

如果一个人非常开心和兴奋，他可能觉得别人也很精神，非常有活力，尽管事实并非如此。

如果一个人心情难过，非常沮丧，那么他可能觉得别人也不高兴，甚至认为他们是有恶意的，虽然这也有悖于事实。

例如，在—项研究中，在几个妇女玩过一种名叫“谋杀”的恐怖游戏之后，让她们来评判几张脸部照片，所得出的结论要比之前没有玩过这个游戏的妇女来得更吓人。

2.环境的特征 一个环境中所包含的因素能影响员工或管理者对重要信息的感觉，并且这些因素会对是否在感知的形成中使用这个信息产生影响。

相关的因素很多，而且各不相同。

这里讨论其中三个因素，它们分别是他人明显的特征、他人明显的意图和与此人接触后的结果。

正如前面所讨论的，一个人对另一个人的感知会受到自身内在的状态和情绪的影响。

除此以外，一个人对另一个人的感知还受到此人最为明显的（突出的）特征的影响。

例如，感知者很可能对于那些强烈的、明亮的、吵闹的或运动的事物非常关注。

他也可能关注非常有魅力或非常不引人注意的人、穿着昂贵的人和那些着装品位差的人，以及聪明伶俐的人或是及其愚钝的人。

他对普通或平常的人很少注意。

对感知的这一影响在研究中曾得到论证。

在组织中，表现特别好和特别差的员工受到的注意要比一般的员工多。

管理者必须意识到这种倾向，因为绝大多数员工都是一般化的。

即使大量的员工有潜力为公司的目标和实现竞争优势作贡献，但是他们却可能总是默默无闻，没有受到关注、奖励并在晋升中被忽略。

一个人的感知还可能被他人行为背后的意图所影响。

例如，在感知者角度看，如果这些意图是不合需要的，那么此人可能就会被看作威胁或敌人。

最后，一个人也会因与他人的某次接触的结果而受到影响。

如果结果基本上都是积极的，那么就会对此人产生好感。

但是，如果接触的结果都是负面的话，那对此人的印象就很可能是不好的。

在—项研究中，一位研究者的同事是工作小组中唯一一位未能完成既定任务的成员。

这项研究包括两个情况。

<<组织行为学>>

一种情况是这位同事的失败导致其他组员没能拿到工作报酬。

对这名同事的感知就是消极的（如能力不够、不够可靠、不讨人喜欢）。

第二种情况是，尽管这名同事没完成任务，但是其他组员拿到了工作报酬。

尽管实际的工作表现与第一种情况下是一样的，但是对此人的评价要好一些，能力较好、可靠性较高、比较讨人喜欢等。

<<组织行为学>>

编辑推荐

《组织行为学:基于战略的方法(原书第2版)》适用于MBA、EMBA及企业管理人员,工商管理类专业本科生、研究生,以及从事相关领域研究的学者。

<<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>