

<<企业非正式组织研究>>

图书基本信息

书名：<<企业非正式组织研究>>

13位ISBN编号：9787213043116

10位ISBN编号：7213043110

出版时间：2010-6

出版时间：浙江人民出版社

作者：夏文秀

页数：411

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>

<<企业非正式组织研究>>

内容概要

《企业非正式组织研究》根据企业实际现状，深刻揭示企业非正式组织产生之需要根源、文化渊源和现实社会环境，阐明了非正式组织的特征，描述了社会群体型和网络群体型两大类型的非正式组织，以及正式组织与非正式组织之间的辩证关系和行为特点。作者还结合中国传统文化，在议题分析中凸显中国社会人际交往重关系、重人情、重面子等特点，尤其是运用富有新意的企业显性与隐性运转机制、心理地位、日常权威、非权力性影响力等分析性概念，准确生动地把握了企业非正式组织行为的一些本质特征。

<<企业非正式组织研究>>

作者简介

夏文秀，1953年出生，浙江省金华市人，工商管理硕士学位，高级经济师，现任浙江省衢州电力局局长。

系中国电机工程学会会员、浙江省电力学会理事、浙江省衢州电力企业联合会理事会理事长。

1990年以来在各级刊物上发表的主要学术论文有：《企业秘书之我见》、《衢州电力发展战略研究》、《转换经营机制，推进企业转型》、《强化经营管理，适应市场经济》、《顺乎改革潮流，转换农电体制》、《战后世界科技革命对电力的影响及我国电力工业发展对策》、《亦谈节能》、《把握有利时机，实现新旧财会制度的平衡过渡》、《经济增长方式转变下的能源态势》等。

其中一些论文被收入同济大学出版社出版的论文集中。

作者爱好书法，系浙江省书法家协会会员。

其作品选浙江省第二届书法大展、全国企业家书法大展等，并被选入书法作品选集。

<<企业非正式组织研究>>

书籍目录

第一章 企业非正式组织概论第一节 企业非正式组织概述一、梅奥的霍桑试验二、巴纳德的协作和组织理论三、企业非正式组织概念第二节 企业非正式组织特征一、自发性二、情感性三、从众性四、隐含性五、圈子性六、平等性第三节 企业正式组织与非正式组织的关系一、并存关系二、互补关系三、复合关系四、辩证关系第二章 企业非正式组织的需要理论第一节 人的需要概述和分类一、人的需要概述二、人的需要分类第二节 人的需要理论一、奥尔德弗的ERC理论二、麦克利兰的需要理论三、夏恩的权变理论四、马克思主义的需要理论五、马斯洛的需要层次理论第三节 人的需要的特征一、多样性二、层次性三、潜在性四、归属性五、重复性六、可变性七、无限性八、局限性九、责任性十、精神性第三章 企业非正式组织的文化渊源第一节 中国群体本位文化一、群体本位意识二、群体结构与特征三、群体本位文化的耻感取向四、中西文化的性格差异第二节 高扬德治的德性文化一、修身养性，为政以德二、为人处世，贵在有德三、与人交往，以德待人第三节 尚中贵和的中和文化一、执其两端用其中二、顺其自然和为贵三、灵活处世致中和第四节 含蓄内向的阴柔文化一、贵柔二、不争三、慎言四、重防五、自谦六、含蓄七、沉默八、无为九、淡定第五节 灵活处世的智术文化一、内方外圆二、藏巧示拙三、知己知彼四、韬光养晦五、“定、静、安、虑、得”第六节 仁义道德的伦理文化一、仁者爱人二、舍生取义三、勇者不惧四、等级秩序五、伦理道德第四章 企业非正式组织的三大关系第一节 人际关系一、人际关系的概述二、人际关系的理论三、人际关系的形成四、企业管理中的人际关系第二节 人情关系一、人情关系概述二、中西方人情关系特点三、人情关系的社会影响第三节 面子关系一、面子是一种心理需求二、面子是一种资本三、面子是一种资源四、面子是一种自尊五、面子是一种文化六、情面关系七、“脸”、“面”关系第五章 企业非正式组织类型与非正式组织行为第一节 企业非正式组织类型一、社会群体型非正式组织二、网络群体型非正式组织第二节 企业非正式组织行为一、人的行为的共性与个性二、正式组织与非正式组织行为三、非正式组织行为的表现形式第六章 企业非正式组织功能分析第一节 企业组织功能分析框架概述一、两对普适性的概念二、企业组织功能分析框架三、非正式组织功能表现四、正负功能综合而论第二节 企业非正式组织的正面功能与负面功能一、正面功能二、负面功能第三节 功能接受与功能替代一、功能接受二、功能替代第四节 功能缺失与功能互补一、情感互补二、知识互补三、信息互补第七章 正确认识 and 对待企业非正式组织第一节 显性运转机制与隐性运转机制一、显性与隐性运转机制的特征二、显性与隐性运转机制的关系第二节 社会地位与心理地位一、地位的获取途径二、地位的表现形式三、地位的动态变化四、地位的排序关系第三节 正式权威与日常权威一、权威等于权力加威信二、正式权威三、日常权威四、正式权威与日常权威的关系第四节 权力性影响力与非权力性影响力一、权力性与非权力性影响力的概念二、权力性与非权力性影响力的构成三、权力性与非权力性影响力的区别四、非权力性影响力的分类五、非权力性影响力的重要性第五节 正确对待企业非正式组织一、正视二、区别三、沟通四、激励五、影响六、利用七、履约主要参考文献

<<企业非正式组织研究>>

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>