

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787301145357

10位ISBN编号：7301145357

出版时间：2009-4

出版时间：北京大学出版社

作者：严进

页数：417

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>>

### 前言

组织行为学是一门研究人在组织中的工作行为规律的科学。

研究组织中人的工作行为，对于组织的管理者和领导者具有重要的意义。

组织的管理者和领导者如何识人用人，如何调动人在组织中的工作积极性，如何做出正确的判断和决策，如何解决组织中的各种矛盾和冲突，如何处理与上级、同级和下级之间的关系，如何建立高效有凝聚力的团队，如何设计适当的组织结构，如何促进组织变革和组织发展等。

从而使组织中人与工作、人与职务、人与组织得到适当的匹配，提高组织效率，达到组织目标。

这一切都需要学习、了解和掌握有关组织中人的工作行为的知识。

因此，组织行为学是每一个组织的领导者，尤其是企业管理者必须学习、了解和掌握的一门科学知识。

严进博士编著的《组织行为学》是一本很有特色的教科书，可以从以下几点看出：第一，每一章都有一个“引例”，即通过一个具体的故事或事例，把读者引入本章有关人的行为的理论、概念和规律的论述中。

这样，会使读者更容易从现实的事例出发理解和掌握这些理论、概念和规律。

## <<组织行为学>>

### 内容概要

“有人的地方就有江湖。

”金庸先生的熟语描述了中国人心目中的江湖情节。

组织行为学是一门与工作情景、社会文化结合非常紧密的学科，理论概念没有在熟悉的案例中体现，总有一些“隔靴挠痒”的感觉。

基于这个想法，本书从大家身边耳熟能详的事件出发，介绍了组织行为学基本概念与具体应用，道破一些“江湖规矩”。

本书非常适合管理学院、商学院的学生了解组织行为学，运用管理原理于实践。

## <<组织行为学>>

### 作者简介

严进浙江长兴人，浙江大学管理学院副教授，硕士生导师，浙江省“新世纪151人才工程”第三层次培养人员，中国心理学会工业心理学专业委员会委员，美国管理学会、中国企业管理研究国际协会、中国心理学会等多个学术组织会员。

2000年浙江大学应用心理学（原杭州大学心理学系

## &lt;&lt;组织行为学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 组织中的工作行为 第一节 什么是组织行为学 第二节 组织行为学的发展 第三节 组织行为学的学科基础和研究层次 本章复习要点 本章复习题第二章 个体差异 第一节 人口统计变量 第二节 个性 第三节 个性理论 第四节 能力理论 第五节 人职匹配 本章复习要点 本章复习题第三章 知觉与管理决策 第一节 知觉的基本概念 第二节 影响知觉的因素 第三节 知觉偏差 第四节 组织中的印象管理 第五节 管理决策 第六节 决策陷阱 本章复习要点 本章复习题第四章 激励过程与人员管理 第一节 激励的基本概念 第二节 内容型激励理论 第三节 过程型激励理论 第四节 激励的整合模型 本章复习要点 本章复习题第五章 管理沟通 第一节 管理者的工作 第二节 沟通的基本过程与要素 第三节 沟通焦虑 第四节 有效沟通的要点 第五节 互动式沟通分析 本章复习要点 本章复习题第六章 管理工作团队 第一节 群体 第二节 团队及其工作的特点 第三节 团队发展的阶段模型 第四节 团队发展中的群体动力 本章复习要点 本章复习题第七章 冲突与谈判 第一节 冲突的基本概念 第二节 冲突与组织绩效 第三节 托马斯的冲突解决模型 第四节 冲突形成的原因：角色与信息的差异 第五节 冲突的发展过程：五阶段发展模型 第六节 谈判：冲突双方沟通的方式 第七节 整合性谈判 本章复习要点 本章复习题第八章 组织结构与组织变革第九章 组织文化中英文名词对照表参考文献

## &lt;&lt;组织行为学&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第一章 组织中的工作行为引例1 超女的成功2005年的中国，实在很热闹。

伴随着娱乐节目“超级女声”横扫神州大地，这一幕热闹也愈演愈烈，大力鼓吹者有之，极力攻讦者有之：一方面，民众热爱它，这可以用每周百万条短信投票为见证；另一方面，也有一些业内人士拒绝它，“格调不高”的评价言论屡屡见诸电视、报端。

固然，“超级女声”是一项商业操作，是一个娱乐事件，是民众茶余饭后的谈资，是群体心理研究的有效社会学样本，但是，作为一个历时半年、辐射近半个中国、牵动亿万民众的“大事件”，真的这么简单吗？

民众的热爱，究竟为的是什么？

民众的投票，究竟想表白什么？

老老实实一句话，这是一场平民精神创造的奇迹。

民众之所以热爱，是因为站在舞台上的不是明星大腕，而是普通的平民；民众之所以表白，是因为“超级女声”是一场从头到尾由“庶民”参与的狂欢。

从辐射近半个中国的各分赛区“海选”开始，“超级女声”就为民众提供了参与的自由。

和电视上大大小小的综艺类节目不同，“超级女声”的主角不是主持人，不是明星，不是社会成功人士，而是普通民众。

“海选”阶段，任何人，不分地域、户籍、种族、年龄、学历、财富多寡、社会地位高下，均可以报名参加——唯一的身份限制是女性，然后依照规则进入一场场淘汰赛。

暂且不论淘汰赛过程中规则透明与公平问题，对于中国民众，尤其女性来说，“超级女声”提供了一个“平等且自由”参与的平台。

可以“平等且自由”地参与这样的大事件、大场面，是一件难能可贵的事情。

参加运动会，需要拥有运动员资格；参加职业招聘会，需要考量学历和履历；就连当个“的哥”，也需要是“本地人”……而“超级女声”的平台无门槛、无条件、无限制、不需报名费，只需一张身份证。

身份证前，人人平等，人人有参与或拒绝的自由。

## <<组织行为学>>

### 编辑推荐

《组织行为学》是21世纪经济与管理规划教材·管理学系列之一。

<<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>