

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787302238843

10位ISBN编号：7302238847

出版时间：2010-11

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）罗宾斯，（美）贾奇 著

页数：738

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

世纪之交，中国与世界的发展呈现最显著的两大趋势——以网络为代表的信息技术的突飞猛进，以及经济全球化的激烈挑战。

无论是无远弗界的因特网，还是日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作，都标示着21世纪的中国是一个更加开放的中国，也面临着一个更加开放的世界。

教育，特别是管理教育总是扮演着学习与合作的先行者的角色。

改革开放以来，尤其是20世纪90年代之后，为了探寻中国国情与国际上一切优秀的管理教育思想、方法和手段的完美结合，为了更好地培养高层次的“面向国际市场竞争、具备国际经营头脑”的管理者，我国的教育机构与美国、欧洲、澳洲以及亚洲一些国家和地区的大量的著名管理学院和顶尖跨国企业建立了长期密切的合作关系。

以清华大学经济管理学院为例，2000年，学院顾问委员会成立，并于10月举行了第一次会议，2001年4月又举行了第二次会议。

这个顾问委员会包括了世界上最大的一些跨国公司和几家顶尖企业的最高领导人，其阵容之大、层次之高，超过了世界上任何一所商学院。

在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中，教师和学生与国外的交流机会大幅度增加，越来越深刻地融入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中，我们的管理教育工作者和经济管理学习者，更加真切地体验到这个世界正发生着深刻的变化，也更主动地探寻和把握着世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

<<组织行为学>>

内容概要

本书是由美国著名管理学家斯蒂芬·P.罗宾斯教授所撰写的经典教材，系统地覆盖了组织行为学领域的主要内容，从个体行为、群体行为、组织系统和组织动力等角度论述了管理中的人的行为问题，囊括了组织行为学研究的最新理论成果和实践经验总结。

全书框架结构合理，体裁新颖，语言生动，在介绍理论的同时配以最新的案例，激发读者的兴趣。作者在每一章都设计了“是神话还是科学”、“新闻中的组织行为学”等专栏帮助读者理解概念和理论，还独具匠心地设计了对一个问题从正反两方面进行辩论的专栏。

章后都有大量练习和案例，帮助读者深入掌握所学内容。

本书是一本不可多得优秀教材，不仅适合工商管理专业的学生，也适合广大的管理工作。

<<组织行为学>>

作者简介

斯蒂芬·P·罗宾斯(Stephen P.Robbins)美国圣迭戈州立大学荣誉教授，管理学与组织行为学领域全球最畅销教材的作者，其著作在全美超过1000家大学中广泛使用，并被翻译为16种语言。罗宾斯博士长期从事管理学和组织行为学研究。他撰写的教科书中最著名的有《管理学》、《管理学

<<组织行为学>>

书籍目录

序言 第1部分 导论 第1章 什么是组织行为学 第2部分 个体 第2章 个体行为的基础
第3章 态度和工作满意度 第4章 个性与价值观 第5章 知觉与个体决策 第6章 基本
激励概念 第7章 激励：从概念到应用 第8章 情绪与心态 第3部分 群体 第9章 群体
行为的基础 第10章 理解工作团队 第11章 沟通 第12章 领导的基本方法 第13章
当代的领导议题 第14章 权力与政治 第15章 冲突与谈判 第4部分 组织系统 第16章
组织结构的基础 第17章 组织文化 第18章 人力资源政策和实践 第5部分组织动态学
第19章 组织变革与压力管理 附录 组织行为学研究 综合案例

章节摘录

插图：Nonliving objects such as desks, machines, and buildings are subject to the laws of nature, but they have no beliefs, motives, or intentions. People do. That's why when we observe people, we attempt to develop explanations of why they behave in certain ways. Our perception and judgment of a person's actions, therefore, will be significantly influenced by the assumptions we make about that person's internal state. Attribution theory tries to explain the ways in which we judge people differently, depending on the meaning we attribute to a given behavior. It suggests that when we observe an individual's behavior, we attempt to determine whether it was internally or externally caused. That determination, however, depends largely on three factors: (1) distinctiveness, (2) consensus, and (3) consistency. First, let's clarify the differences between internal and external causation and then we'll elaborate on each of the three determining factors. Internally caused behaviors are those we believe to be under the personal control of the individual. Externally caused behavior is what we imagine the situation forced the individual to do. For example, if one of your employees is late for work, you might attribute his lateness to his partying into the wee hours of the morning and then oversleeping. This is an internal attribution. But if you attribute his arriving late to an automobile accident that tied up traffic, then you are making an external attribution. Now let's discuss each of the three determining factors. Distinctiveness refers to whether an individual displays different behaviors in different situations. Is the employee who arrives late today also the one coworkers say regularly "blows off" commitments?

What we want to know is whether this behavior is unusual. If it is, we are likely to give it an external attribution. If it's not unusual, we will probably judge the behavior to be internal. If everyone who faces a similar situation responds in the same way, we can say the behavior shows consensus. The behavior of our tardy employee meets this criterion if all employees who took the same route to work were also late. From an attribution perspective, if consensus is high, you would probably give an external attribution to the employee's tardiness, whereas if other employees who took the same route made it to work on time, you would attribute his lateness to an internal cause.

<<组织行为学>>

编辑推荐

《组织行为学(第13版)》：清华MBA核心课程英文版教材

<<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>