

<<组织行为学>>

图书基本信息

书名：<<组织行为学>>

13位ISBN编号：9787510302336

10位ISBN编号：7510302331

出版时间：2010-4

出版时间：中国商务出版社

作者：韩乐江，张东敏 著

页数：328

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

改革开放以来,我国政治、经济、社会、科技和文化等各方面事业都取得了引人注目的成就,但同时也应该看到,我国各方面的改革正在进一步深化,全球化竞争也越来越激烈,各种组织既具有良好的发展机遇,也面临各种新的挑战。

古今中外无数事实表明,无论是国家、组织、团队还是个人的成功,都取决于人们的正确行为,掌握组织行为学方面的知识和技能也是企业家必备的条件。

组织行为学现已成为各高校经济管理专业的主干课程。

通过组织行为学课程的学习,可以使我们掌握组织行为学的基本知识、基本原理,学会用组织行为学理论分析和解决企业实际问题的方法,充分发挥组织成员的主动性,调动他们的积极性,激发他们的创造性,推行人本管理,使个人目标与组织目标有机地统一起来,从而实现组织目标和个人自我的完善;同时培养大家爱岗敬业的精神,为毕业后成功走上社会从事各种管理工作打下基础。

本书编写过程中,编者努力考虑和做到以下几个方面: 第一,全面、系统地阐述国内外在组织行为学领域已经建立起来的理论和研究成果,使读者能全面、准确地掌握组织行为学的各个知识点

。

## <<组织行为学>>

### 内容概要

改革开放以来，我国政治、经济、社会、科技和文化等各方面事业都取得了引人注目的成就，但同时也应该看到，我国各方面的改革正在进一步深化，全球化竞争也越来越激烈，各种组织既具有良好的发展机遇，也面临各种新的挑战。

古今中外无数事实表明，无论是国家、组织、团队还是个人的成功，都取决于人们的正确行为，掌握组织行为学方面的知识和技能也是企业家必备的条件。

## &lt;&lt;组织行为学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 组织行为学概述本章学习要点第一节 组织行为学的基本概念第二节 组织行为学的发展历程及其历史演变第三节 组织行为学的理论基础第四节 管理者的任务案例：克里斯·霍夫曼的烦恼课后习题第二章 组织行为学的研究方法本章学习要点第一节 组织行为学的研究方法第二节 组织行为学面临的问题案例：霍桑实验课后习题第三章 知觉、归因与学习本章学习要点第一节 知觉第二节 归因第三节 学习案例：腾达公司的困惑课后习题第四章 个性心理与行为本章学习要点第一节 个性第二节 能力第三节 气质与性格案例：溺爱的“罪恶”课后习题第五章 工作态度与压力本章学习要点第一节 价值观第二节 态度与行为第三节 工作压力与行为案例：职场中层人员工作压力课后习题第六章 动机、激励理论本章学习要点第一节 需要、动机与激励第二节 内容型激励理论第三节 过程型激励理论第四节 激励理论的应用案例：简·皮尔逊遇到的困惑课后习题第七章 群体行为理论本章学习要点第一节 群体的概念、类型与功能第二节 群体的结构第三节 群体的发展历程第四节 群体的决策第五节 团队与人际关系建设第六节 沟通与冲突管理案例：杨瑞的烦恼课后习题第八章 领导行为理论本章学习要点第一节 领导的含义、内容与功能第二节 领导理论案例：正确领导课后习题第九章 组织结构与组织文化本章学习要点第一节 组织结构基础知识第二节 组织结构设计第三节 组织文化概述第四节 组织文化建设案例：××股份有限公司组织结构的现状分析课后习题第十章 组织变革与发展本章学习要点第一节 组织变革概述第二节 组织变革的过程、模式及方法第三节 组织发展案例：组织变革课后习题参考文献

## &lt;&lt;组织行为学&gt;&gt;

## 章节摘录

(二) 研究的具体方法 1. 案例研究法 案例研究 (case study) 是对人、群体或组织的经历进行深入调查。它是一个叙述性报告, 通常包括历史背景、存在的几个问题、成就、用于解决问题或产生成就的一些资源, 案例研究通常含有许多细节, 如组织的财务报告或个人的工作经历。研究者通常通过观察该组织、索要文件及采访个人来进行案例研究。

案例研究是有用的教学工具。

本书在每章内容中都穿插有相应的案例。

案例常常是令人感兴趣的, 并提供了机会, 让我们鉴别在实际组织中发挥效用的那些原理。

研究者有时用案例研究来帮助开发假设, 用以验证其他的研究设计。

然而, 案例研究是主观性的。

起草人一般会自有一个观点, 该观点会影响研究报告的内容。

同时提供信息的人也可能是有倾向性的。

此外, 在一个案例研究中对人和组织有效的因素, 在其他场合不一定适用, 因为环境已经不同。

2. 实地考察法 实地考察 (field survey) 是指研究者确定想调查的群体, 并通过问其成员一系列的问题来收集数据。

这一研究设计可能包括向销售经理寄调查表、打电话给秘书或去公司采访团队成员。

研究者通过实地考察得到的数据, 比从案例研究得到的数据更有限。

但因数据来自更广泛的受试者, 因此易于量化, 可用于分析。

在几种可选方案中, 这类研究设计一般最有效率, 也最少花钱。

但实地考察也有一些局限性, 主要在于, 回答提问的人是否真能代表整个群体。

例如, 如果研究者将意见调查表寄给高级经理, 后者常常不予回答。

回答的高级经理不一定能典型地代表整个群体的情况, 而只可能是最闲的人。

考察结果的质量会受到影响, 除非研究者就想了解不太忙的高级经理的情况。

<<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>