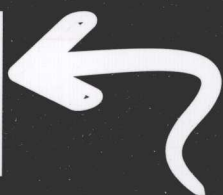


Organizational
Behavior

财经管理类实务与方法
系列教程



组织行为学

——理论、工具、测评、案例

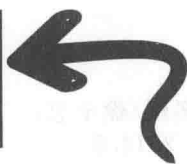
徐全忠 邹晓春 主编



化学工业出版社

Organizational Behavior

财经管理类实务与方法
系列教程



组织行为学

——理论、工具、测评、案例

徐全忠 邹晓春 主 编
毛文静 刘 华 李文武 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

014028282

本书在阐述个体行为与群体行为区别与联系的基础上,针对组织实践吸收了组织发展领域的新思想、新理论、新方法。

全书分为5篇15章,多层次、多维度地阐述了组织与组织行为,知觉、归因与印象管理,能力、人格与价值观,情绪、态度与工作满意度,群体与团队行为,工作设计与组织变革等方面的内容,并从领导者与卓越领导力角度分析了高效组织文化与创造力的构建。

本书既适合高等院校管理类及其他相关专业的本科生、研究生(包括MBA和EMBA)及教师阅读、使用,同时,也能够满足不同层次的组织管理者,以及对组织行为学感兴趣人士、研究者和培训管理者的学习、借鉴需要。

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学——理论、工具、测评、案例/徐全忠,
邹晓春主编. —北京:化学工业出版社,2014.8
财经管理类实务与方法系列教程
ISBN 978-7-122-21216-0

I. ①组… II. ①徐… ②邹… III. ①组织行为学-
教材 IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第148451号

责任编辑:宋湘玲
责任校对:宋 玮

文字编辑:李 曦
装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:化学工业出版社印刷厂

787mm×1092mm 1/16 印张15¼ 字数372千字 2014年10月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:36.00元

版权所有 违者必究

前言

Foreword

现代社会中处处皆组织，每个人都可以感觉到组织那令人瞩目的地位及其重要性。然而，全球组织间的竞争越来越激烈，经济全球化背景下竞争呈现出新的特点：局部市场竞争愈益全球化，在一些地区和行业，竞争市场一旦形成，很快会涌进来自全球的跨国组织；市场产品和服务多样化；个体、群体、团队、组织行为复杂化；组织人力资源队伍多样化等，对组织行为研究现有形式提出了新的要求和新的挑战。

那么，组织要在如此严峻的竞争中脱颖而出，唯一的途径就是利用高效的技术、方法和工具，对组织内部的个体、群体、团队，连同他们的嗜好、兴趣、情感、关系和组织的骨骼、神经、感觉等进行准确的把脉、有效的整合和科学的管理。

如何借助组织实现个人生存的目标和组织的目标达到双赢？如何突破组织封闭系统的局限性达到开放、良性循环？如何解决组织中成长与稳定、效率和效益、短期利益和长期发展的矛盾？如何既追求效率又提升长期适应能力等？本书将系统指导、逐一呈现。

◇ 本书创作的特点

视角全面循序渐进，观点新颖无缝链接

全书分为5篇15章，以导论、个体差异行为、群体与团队行为、组织实践行为和高绩效组织及其发展为基点，多层次、多维度地阐述了组织与组织行为，知觉、归因与印象管理，能力、人格与价值观，情绪、态度与工作满意度，群体与团队行为，组织结构、工作设计与组织变革等方面的内容，并从组织领导者与卓越领导力角度分析了高效组织文化与创造力的构建和发展。

促进教师互动教学，提供学生专业指南

通过延伸阅读解析、测评测试互动、实务操作指导等特色编写体例的设计，以及提供大量相关案例和实际管理信息资料，既注重学术、贴近教学，又便于操作演练、互动交流，可以使读者真正掌握实际的组织行为学方面的相关理论知识和操作技能。

理论分析深入透彻，实践操作务实可参

本书在阐述个体行为与群体行为区别与联系的基础上，针对组织实践吸收了组织发展领域的新思想、新理论、新方法，如个体行

为差异、群体沟通、人际关系、团队建设与压力、冲突管理、卓越领导力和创造力等。同时，深入剖析组织在实际运作中遇到的相关问题，做出有建设性的诊断，并提出有针对性的解决方案和方法，帮助读者夯实理论基础、有效操练和参考借鉴。

◇ 本书的编写体例

教学技能是可以影响教学质量方面的教师教学行为。为了有利于教师进行反思性实践教学，发挥学生的积极性和主动性，有效地激发其学习的欲望、发挥其创造的潜能，并且，利于课堂上师生间相互的交流，我们采用了下述体例编写模式。

划分 5 篇——导论、个体差异行为、群体与团队行为、组织实践行为和高绩效组织及其发展。设置 15 章——每一章都包括下述中的大部分模块，学习目标、核心概念、引导案例、测评测试互动、延伸阅读解析、实务操作指导、方法与工具、复习与思考等。

◇ 教学资源支持

组织行为学课件支持



PPT 课件光盘内容与教材内容基本一致，同时，又超越教材本身内容的设置。表现在两个方面，一是本教材 5 篇 15 章的内容经过课思课件研发中心的精心摘选和编排，浓缩了教材内容，并添加了促进互动教学的其他资源，如配套测试测评、模拟演练、场景片段等；二是 PPT 课件模板和格式上采用国内外的色彩、声音、形式展现，令学生耳目一新。

中国高校管理课件网：www.daydayteach.com

人力资源管理工作网：www.chinahrw.net

学习指南、教师手册等

以实用、高效为研发理念，教师手册包含教材整体设计框架说明、关键术语、考试大纲、简答、论述、方案设计题库和配套案例、故事、游戏的互动操作说明，以及针对具体章节的观察、倾听、讨论、练习和教学观察、分析、评价等教师教学技能提升的指导。

与众不同的万用模板库

数量众多的教学资源库

包括试题库、FLASH 库、测试测评库、调研报告库、原生态案例库、游戏库、故事库、寓言库、音频库、视频库、管理游戏库等。

◇ 致 谢

在本书编写过程中，特别感谢管理学领域一些杰出学者和企业界人士所提供的评论以及建议，他们的许多专业知识、独到见解和体会很值得我们学习。同时，我们还要感谢在高校组织行为学教学第一线的教师们，他们投入了大量时间和精力，通过各种渠道为我们提供了高校科研、教育教学、在校学生方面关于教材颇有价值的信息反馈。

本书既适合高等院校管理类及其他相关专业的本科生、研究生（包括 MBA 和 EMBA）及教师阅读、使用，同时，也能够满足不同层次的企业管理者，以及对组织行为学感兴趣人士、研究者和培训管理者的学习、借鉴需要。

本书由徐全忠、邹晓春任主编，毛文静、刘华、李文武任副主编，参加编写的还有孙立宏、程富建、刘井学、孙宗坤、王玉凤、廖应涵、罗章秀、李作学、姚小凤、王胜会、张瀛、金成哲、王琴、毕春月、姜东青、李健、赵全梅、黄成日、严刘建、刘俊敏、高玉卓。

主编
2014年5月

目录

CONTENTS

第1篇 导论

第1章 组织与组织行为 / 002

学习目标	002
核心概念	002
引导案例 速翔公司的消失	002
1.1 个体、群体与团队	003
1.1.1 个体心理与行为差异	003
1.1.2 群体心理与群体理论	003
1.1.3 团队工作与行为方式	003
1.2 组织与管理	004
1.2.1 组织发展扁平化	004
1.2.2 组织发展多元化	006
1.2.3 组织面临的挑战	007
1.2.4 组织效能	008
延伸阅读解析	011
1.3 组织行为与管理	011
1.3.1 古典组织管理理论	011
1.3.2 行为科学理论	013
1.3.3 权变理论	014
1.3.4 管理心理学与组织行为	014
方法与工具	014
复习与思考	015

第2章 组织行为学概述 / 016

学习目标	016
核心概念	016
引导案例 一名团队领导者的管理之道	016
2.1 组织行为学的产生	017
2.1.1 什么是组织行为学	017

2.1.2 组织行为学的学科体系	017
2.1.3 人文技能是管理者的关键技能	018
2.1.4 组织行为学没有绝对真理	019
延伸阅读解析	019
2.2 组织行为学的发展	019
2.2.1 组织行为学研究的前提	019
2.2.2 组织行为学研究的重点	020
2.2.3 组织行为学研究的过程	020
2.2.4 组织行为学研究的方法	021
2.2.5 组织行为学发展的机遇	022
2.2.6 组织行为学学科发展的趋势	023
方法与工具	024
复习与思考	025

第2篇 个体差异行为

第3章 知觉、归因与印象管理 / 028

学习目标	028
核心概念	028
引导案例 丰田霸道的广告风波	028
3.1 知觉	029
3.1.1 什么是知觉	029
3.1.2 影响知觉的因素	029
3.1.3 感觉与知觉	032
3.1.4 社会知觉	032
3.1.5 知觉偏差与纠正	033
3.2 归因	034
3.2.1 什么是归因	034
3.2.2 内部归因与外部归因	034
3.2.3 归因错误与纠偏	034
测评互动	035
3.3 印象管理	036
3.3.1 什么是印象管理	036
3.3.2 印象管理的过程	036
3.3.3 印象管理的策略	037
3.3.4 组织印象管理	037
方法与工具	038
复习与思考	039

第4章 能力、人格与价值观 / 040

学习目标	040
核心概念	040
引导案例 “老”与“少”之间的工作斗争	040
4.1 能力	041
4.1.1 体质能力差异	041
4.1.2 技术技艺差异	041
4.1.3 学习能力差异	042
4.1.4 心理能力差异	044
4.1.5 胜任力模型及运用	045
4.1.6 能力差异与管理	046
4.1.7 能力与工作匹配	047
测评互动	047
4.2 人格	048
4.2.1 人格及其决定因素	048
4.2.2 迈尔斯·布里格斯类型指标及应用	049
4.2.3 大五人格模型及应用	049
4.2.4 组织中其他人格特质	050
4.2.5 人格特质与职业匹配	051
4.3 价值观	051
4.3.1 价值观的含义	051
4.3.2 价值观的类型	051
4.3.3 不同文化下的价值观	052
4.3.4 价值观对行为的影响	052
4.3.5 价值观与工作的关系	053
方法与工具	053
复习与思考	056

第5章 情绪、态度与工作满意度 / 057

学习目标	057
核心概念	057
引导案例 小韩的“成”与“败”	057
5.1 情绪	058
5.1.1 情感、心境与情绪	058
5.1.2 积极情绪和消极情绪	059
5.1.3 情绪智力和情绪劳动	059
5.1.4 情绪在组织行为中的应用	060
5.1.5 工作中的情绪失调与管理	061
5.2 态度	062
5.2.1 态度、动机与工作态度	062
5.2.2 态度的形成与改变	063

5.2.3 态度与工作参与度	064
5.2.4 态度与组织成员敬业度	064
5.3 工作满意度	065
5.3.1 工作满意度的测量	065
5.3.2 工作满意度的影响因素	066
5.3.3 工作满意度对绩效的影响	066
5.3.4 组织成员对工作不满的表现	067
5.3.5 如何提高组织成员满意度	067
5.4 组织承诺	068
5.4.1 什么是组织承诺	068
5.4.2 组织承诺的意义	068
5.4.3 组织承诺的建立	068
实务操作指导	069
5.5 心理契约	069
5.5.1 什么是心理契约	069
5.5.2 心理契约对管理实践的影响	070
5.6 工作幸福感	070
5.6.1 什么是工作幸福感	070
5.6.2 工作幸福感对绩效的影响	071
方法与工具	071
复习与思考	071

第3篇 群体与团队行为

第6章 群体理论与行为 / 074

学习目标	074
核心概念	074
引导案例 以后我们不称“总”——发展中的“称谓”	074
6.1 群体互动	075
6.1.1 什么是群体	075
6.1.2 群体的分类	075
6.1.3 群体动力论	076
6.1.4 群体内互动	077
6.1.5 群体间互动	078
6.1.6 群体发展的五阶段模型	079
6.2 群体属性	079
6.2.1 群体角色	079
6.2.2 群体规范	080
6.2.3 群体地位	081
6.2.4 群体规模	081
6.2.5 群体凝聚力	081

6.3 群体行为	082
6.3.1 群体压力和社会从众行为	082
6.3.2 社会助长作用	083
6.3.3 社会惰化作用	084
6.4 群体决策	084
6.4.1 群体决策与个体决策	084
6.4.2 群体思维和群体转移	085
6.4.3 群体决策技术	086
延伸阅读解析	087
方法与工具	087
复习与思考	088

第 7 章 群体沟通与人际关系 / 089

学习目标	089
核心概念	089
引导案例 摩托罗拉公司的有效沟通	089
7.1 沟通原理	090
7.1.1 什么是沟通	090
7.1.2 沟通的功能	090
7.1.3 沟通的过程	091
7.1.4 沟通的方向性	091
7.2 人际沟通	093
7.2.1 口头沟通	093
7.2.2 书面沟通	093
7.2.3 肢体语言沟通	093
7.3 组织沟通	094
7.3.1 正式小型群体网络	094
7.3.2 非正式的群体沟通	095
7.3.3 互联网时代的沟通	095
7.3.4 信息载体的管理	096
延伸阅读解析	096
7.4 高效沟通的障碍	097
7.4.1 选择性认知	097
7.4.2 信息过滤	097
7.4.3 信息超载	097
7.4.4 沟通焦虑	097
实务操作指导	098
方法与工具	099
复习与思考	101

第 8 章 工作团队与团队建设 / 102

学习目标	102
核心概念	102
引导案例 不是团队的团队	102
8.1 认识团队	103
8.1.1 什么是团队	103
8.1.2 团队与群体的区别	103
8.1.3 团队的类型	104
8.2 团队效能	105
8.2.1 什么是团队效能	105
8.2.2 提升团队效能的影响因素	106
8.2.3 如何使个体具有团队精神	107
延伸阅读解析	108
8.3 工作团队建设	108
8.3.1 工作团队评估	108
8.3.2 工作团队构成	109
8.3.3 工作团队过程	110
8.3.4 团队教练与导师	111
方法与工具	111
复习与思考	114

第 4 篇 组织实践行为

第 9 章 组织结构及其设计 / 116

学习目标	116
核心概念	116
引导案例 IBM 公司的矩阵组织	116
9.1 组织及组织理论	117
9.1.1 组织及其特征	117
9.1.2 权变和生态的组织理论	118
9.2 影响组织结构的因素	119
9.2.1 外部环境与组织结构	119
9.2.2 企业战略与组织结构	120
9.2.3 技术发展与组织结构	121
9.2.4 组织文化与组织结构	121
实务操作指导	121
9.3 组织结构类型及发展	123
9.3.1 常见组织结构类型	123
9.3.2 多维立体结构	126
9.3.3 模拟分权结构	127

9.3.4 分公司与总公司	127
9.3.5 子公司与母公司	127
9.3.6 企业集团	127
9.3.7 无边界组织	128
9.3.8 虚拟组织	128
方法与工具	130
复习与思考	131

第 10 章 工作设计与目标设置 / 132

学习目标	132
核心概念	132
引导案例 沃尔沃的工作再设计	132
10.1 工作设计与再设计	133
10.1.1 工作设计与工作分析	133
10.1.2 工作空间设计	134
10.1.3 时间方案设计	134
10.1.4 工作轮换	134
10.1.5 工作扩大化	135
10.1.6 工作丰富化	136
10.1.7 持续改进	137
10.1.8 流程再造	137
延伸阅读解析	138
10.2 目标设置与分解	139
10.2.1 目标设置的影响	139
10.2.2 目标设定与反馈	139
10.2.3 目标设置的过程	140
10.2.4 目标分解的方法	142
方法与工具	143
复习与思考	145

第 11 章 压力与冲突管理 / 146

学习目标	146
核心概念	146
引导案例 恒通公司的压力与冲突	146
11.1 压力的产生与表现	147
11.1.1 什么是压力	147
11.1.2 什么是压力源	147
11.1.3 个体压力源	148
11.1.4 群体压力源	148
11.1.5 组织压力源	149

11.1.6 压力的表现	149
测评互动	150
11.2 冲突的根源与影响	151
11.2.1 什么是冲突	151
11.2.2 冲突的类型	152
11.2.3 冲突的影响	153
11.2.4 冲突产生的根源	153
11.2.5 冲突分析的模型	154
11.3 压力与冲突的应对策略	157
11.3.1 压力与冲突的管理原则	157
11.3.2 个体的应对策略	158
11.3.3 组织的应对策略	159
方法与工具	160
复习与思考	161

第 12 章 组织变革与动力 / 162

学习目标	162
核心概念	162
引导案例 联想集团的适应性组织创新	162
12.1 组织变革与组织发展	163
12.1.1 组织变革的本质	163
12.1.2 组织变革的类型	163
12.1.3 组织变革促进组织发展	164
延伸阅读解析	164
12.2 组织变革的阻力	165
12.2.1 组织变革阻力的来源	165
12.2.2 组织变革阻力的类型	165
12.2.3 消除组织变革的阻力	167
12.3 组织变革的动力	168
12.3.1 组织外部环境的变化	168
12.3.2 组织内部因素的影响	169
12.4 组织变革的实施	170
12.4.1 组织变革的实施模式	170
12.4.2 推行有计划的变革	170
12.4.3 解冻、变革和再冻结	171
方法与工具	171
复习与思考	173

第 13 章 组织行为绩效管理 / 174

学习目标	174
------------	-----

核心概念	174
引导案例 华为组织的分权与授权	174
13.1 激励与强化	175
13.1.1 什么是激励	175
13.1.2 内容型激励理论	176
13.1.3 过程型激励理论	177
13.1.4 强化型激励理论	179
13.1.5 强化在行为管理中的运用	180
13.2 授权与分权	181
13.2.1 什么是授权	181
13.2.2 分权与授权的区别	182
13.2.3 授权与分权的艺术	183
延伸阅读解析	184
13.3 惩戒与组织行为矫正	185
13.3.1 人力资源政策与实践	185
13.3.2 惩戒在行为管理中的运用	186
13.3.3 组织行为矫正的步骤	187
方法与工具	188
复习与思考	188

第5篇 高绩效组织及其发展

第14章 组织领导者与卓越领导力 / 190

学习目标	190
核心概念	190
引导案例 埃弗里的固执“领导”	190
14.1 新环境下的领导者	191
14.1.1 领导与管理	191
14.1.2 领导的要义	192
14.1.3 领导特质理论	193
14.1.4 领导行为理论	194
14.1.5 领导权变理论	197
14.2 权力与政治	199
14.2.1 权力、政治与领导	199
14.2.2 权力的基础	200
14.2.3 权力的关键	200
14.2.4 组织中权力的来源	200
14.2.5 组织中权力的运用	201
14.2.6 权力、权术与组织政治行为	202
14.2.7 组织政治知觉模型	203
14.2.8 权力与政治研究的发展	203

14.3 领导风格与领导力	204
14.3.1 基本领导风格	204
14.3.2 主要领导风格	204
14.3.3 道德与领导力	205
14.3.4 信任与领导力	205
延伸阅读解析	205
14.4 组织中的卓越领导力	206
14.4.1 领导的社会认知观点	206
14.4.2 跨文化领导	206
14.4.3 诚信领导	207
14.4.4 柔性领导	207
14.4.5 道德领导	209
14.4.6 领导理论的新发展	209
方法与工具	210
复习与思考	212

第 15 章 高效组织文化与创造力 / 213

学习目标	213
核心概念	213
引导案例 微软公司别具一格的文化个性	213
15.1 组织文化建设	214
15.1.1 组织文化的内涵	214
15.1.2 组织文化的功能	214
15.1.3 组织文化理论	216
15.1.4 组织文化与高效组织	217
15.1.5 组织文化的营造和维系	218
15.1.6 营造道德型组织文化	219
15.1.7 营造积极向上的组织文化	219
15.2 跨文化下的组织行为	220
15.2.1 跨文化的内涵	220
15.2.2 文化差异及其识别	220
15.2.3 跨文化下的个体行为管理	221
15.2.4 跨文化下的群体行为管理	222
15.2.5 跨文化下的沟通	222
15.2.6 跨文化下的激励	224
15.2.7 跨文化下的领导	224
延伸阅读解析	225
15.3 积极组织行为与创造力	226
15.3.1 积极组织行为的表现	226
15.3.2 心理资本	226

15.3.3 组织健康发展与创造力	226
15.4 网络组织与创造力	227
15.4.1 网络组织的行为特征	227
15.4.2 网络组织的发展与创造力	229
15.5 学习型组织与创造力	229
15.5.1 学习型员工的特点	229
15.5.2 学习型组织的行为特征	230
15.5.3 学习型组织的发展与创造力	230
方法与工具	231
复习与思考	232

参考文献 / 233