

ORGANIZATIONAL
BEHAVIOR

第2版

组织行为学

李爱梅 凌文铨 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

高等院校人力资源管理系列
精品规划教材

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

第2版

组织行为学

李爱梅 凌文铨 等编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学 / 李爱梅等编著. —2 版. —北京: 机械工业出版社, 2015.9
(高等院校人力资源管理系列精品规划教材)

ISBN 978-7-111-51461-9

I. 组… II. 李… III. 组织行为学 – 高等学校 – 教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 205993 号

本书以行为研究为导向, 突破单纯概念和理论的介绍, 加强行为剖析和研究; 融汇中西经典, 配以中国本土案例, 突出中国组织行为实践中的成果, 凸显中国特色; 开创性地加入对相应章节理论内容起到深远影响的经典研究, 让学生在学习理论知识的同时掌握理论的来源, 这具有非常强的理论价值; 突破常规, 采用新的编排体例, 加入大量学科前沿的内容, 可满足不同层次学生的需求; 本书内容切合实际, 有趣、实用, 又具有很强的可读性。

本教材适合于管理学类、心理学类专业的本科生或研究生使用。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 程 琨

责任校对: 殷 虹

印 刷: 北京诚信伟业印刷有限公司

版 次: 2015 年 9 月第 2 版第 1 次印刷

开 本: 185mm×260mm 1/16

印 张: 20.75

书 号: ISBN 978-7-111-51461-9

定 价: 35.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210; 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294; 88379649; 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

前言

1984年，中国科学院心理研究所开办了一个管理心理学讲习班，有1400多人参加，其中有国有大企业的党委书记和厂长、大学教授以及各行各业的在职人员。由凌文轮教授主讲的“管理心理学”课程，颇受欢迎，反应强烈。原因很简单，由于“文革”的破坏，原先运用有效的“政治思想工作”对调动职工的生产积极性已不再有效。采用奖金不封顶的物质刺激，起作用有限，而且还引发了新的负面效果。企业的领导和管理者正为如何调动职工的生产积极性所苦恼。当他们首次听了心理学的知识和理论能如此运用到企业管理中时，就如久旱逢甘霖一样如饥似渴地学习这门从国外引进的学科知识。

1985年，中国科学院心理研究所成立了“心理学函授大学”。前几届的管理心理学专业的学员，每届都超过六七千人，盛况空前。时任该所工业心理学研究室主任的凌文轮教授，兼任函授大学管理心理学专业主任，主讲“管理心理学”，后来在授课讲义的基础上，徐联仓所长和凌文轮教授主编了《组织管理心理学》，由科学出版社1988年出版，第一次印刷就突破了3.1万册，成为许多学者和研究人员学习《组织管理心理学》的重要参考资料。在之后的20年里，一直想对该教材进行重新修改，写一本精品《组织行为学》。虽然各章的素材已收集得差不多了，但由于种种原因，一直未能如愿。现今国内已出版的组织行为学教材，不下千余种，但大同小异，具有特色者甚少，让人不好甄别。

李爱梅教授和凌文轮教授主编的这本精品教材《组织行为学：经典与前沿》，力图在同类教材中独树一帜，突出四大特色。

特色之一，该教材结构新颖。每章开篇就给出了“学习地图”，用以勾画全章的内容结构框架，然后用“开篇引例”点出本章的主题。接着是本章的主要内容，包括概念的来源、定义，以及有关的研究和成果。在正文之后，给出了“本章小结”“关键术语”，而且列出了“延伸阅读”，以便有兴趣者进一步查阅。

特色之二，每章正文之后都给出与主题概念相关的“应用案例”。这些都是中国读者所熟

知的企业案例，使人感觉并不遥远陌生，可读性强。通过案例学习，读者可更深入地理解和掌握所学的概念与理论，并且通过案例分析将理论学习与管理实践有机地结合起来，注重可读性和实践性。

特色之三，每章的应用案例之后，详细介绍两个与本章内容密切相关的“经典研究”，共介绍 28 个经典研究。这是其他同类著作中所没有的，也是本书最突出的亮点。这些经典研究均发表在国际顶级期刊并对该领域的研究产生深远的影响。经典研究，一方面告诉读者，每个组织行为学的概念和理论是如何提出来的，从而突出了本书的科学性；另一方面，通过经典研究的介绍，读者能学到科学研究的方法和全过程。经典研究也是一种“研究案例”，会让读者受益匪浅。因此，科学性是本书的第三个特色。

特色之四，在经典研究中，不仅有国外学者的著名研究，也有国内学者本土化的研究。正文和案例分析中都采用了不少国内有关资料，从而增添了该书的中国化特色。在全书的写作中做到融汇中西经典，凸显中国特色。

总之，本书的新颖性、可读性、科学性和本土性是其四大特色和亮点。因此，它是当前大学生、研究生学习组织行为学最实用的教科书，也是有关教师和研究者的参考书，同时也可作为各行各业、各级组织的领导和管理者学习“以人为本”管理的培训教材。

本书的写作和出版获得了国家自然科学基金项目（项目号：71271101, 71171096）的支持，承担国家自然科学基金项目收集的大量实证研究为本书的经典研究储备了丰富的素材。本书的酝酿、资料收集和书稿写作历时多年。在第 1 版的基础上，2015 年进行了修订，并补充最新的研究内容，重点修改应用案例和经典研究。研究生谭飞、高洁怡、夏莹、何明慧、马学谦、颜亮、荣恺兮、谭磊、李娅、杨韶丽、李欣、王潇和罗莹参与了第 2 版书稿的资料收集和初稿编写任务。几易其稿，本书最后由李爱梅教授和凌文轮教授修改并统稿完成。

本书的顺利出版得到了机械工业出版社吴亚军编辑的大力支持，吴编辑以及责任编辑对本书的建议起到了画龙点睛的作用。

在本书的编写过程中，我们参阅了大量国内外学者的研究资料，引用了不少研究结论和企业实践案例，都一一注明了来源，但难免挂一漏万，在此感谢各位学术同人和企业家的资料分享。

当然，本书是一种新的尝试，不足之处肯定存在。希望通过教学的试用、读者的点评，本书得以不断修改和完善，使其成为真正的精品教材。

教学目的

本书教学的目的在于让学生从个体层面、群体层面和组织层面三个角度了解人的行为规律以及如何有效地进行组织管理。把握组织中人们行为活动的内在规律以及“以人为本”的管理的独特性，针对不同层次的学生有不同的教学侧重点。

本科生注重基本概念，基础知识点和行为规律的掌握，强调在掌握经典理论知识的过程中能够系统思考；MBA 学生注重将基本理论和规律用于企业实践案例分析，并使之与自己的管理实践结合，在管理实践中深入解读理论和提升理论，并针对管理实践提出新的管理命题；科学学位的研究生注重管理知识的创造，强调在研读经典研究的过程中，通过课堂讨论以及小组讨论等方式，探索新知识，大胆假设，开展实证研究和论文写作。管理人员培训根据各自的需要选择合适的模块。

前期需要掌握的知识

管理学、社会心理学等课程相关知识。

课时分布建议

教学内容	学习要点	课时安排			
		MBA 和专业研究生		本科生	管理培训
		36 学时	48 学时	36 学时	
第 1 章	(1) 知觉的过程模型 (2) 社会知觉的偏差 (3) 归因与归因中的偏差	2	3	3	—
第 2 章	(1) 激励的心理机制 (2) 内容型和过程型激励理论 (3) 激励理论的应用	2	3	3	4
第 3 章	(1) 情绪与情商 (2) 情绪劳动 (3) 压力管理与 EAP 计划	3	2	3	4

(续)

教学内容	学习要点	课时安排			
		MBA 和专业研究生		本科生	管理培训
		36 学时	48 学时	36 学时	
第 4 章	(1) 态度与态度的改变 (2) 工作满意度 (3) 组织承诺与心理契约 (4) 工作价值观及测量	3	4	4	4
第 5 章	(1) 人际需要与人际吸引 (2) 人际关系的社会测量法 (3) 沟通的内涵与过程 (4) 如何提高沟通的有效性	4	4	4	4
第 6 章	(1) 群体与群体结构 (2) 群体行为规律 (3) 群体凝聚力 (4) 团队合作与建设	3	4	4	4
第 7 章	(1) 组织冲突模型 (2) 组织中的冲突管理 (3) 谈判的内涵与策略 (4) 谈判中的认知偏差	4	3	2	4
第 8 章	(1) 权力、领导力和影响力 (2) 权力的基础与来源 (3) 组织政治行为的管理	2	4	—	
第 9 章	(1) 领导的特质论和行为论 (2) CPM 理论的内涵及特色 (3) 领导的权变理论 (4) 家长式领导的理论模型	4	4	4	4
第 10 章	(1) 组织文化的形成与维系 (2) 组织文化的冲突与处理 (3) 组织文化的变革 (4) 组织中的跨文化管理	—	3	3	—
第 11 章	(1) 组织研究的三种视角 (2) 组织结构设计要考虑的因素 (3) 典型的组织结构 (4) 新型组织结构设计	2	2	—	—
第 12 章	(1) 组织变革的动力 (2) 组织变革的阻力 (3) 学习型组织	2	4	3	4
第 13 章	(1) 理性决策模型 (2) 有限理性决策模型 (3) 解释性决策模型 (4) 个体决策中的认知偏差	3	4	3	4
第 14 章	(1) 情绪对决策行为的影响 (2) 组织决策模型 (3) 影响组织决策的因素 (4) 专家决策技术	2	4	—	—
课时总计		36	48	36	36

说明:

- (1) 在课时安排上, 对于 MBA 和科学学位的研究生可以是 36 个学时或者 48 个学时两种安排; 管理专业和非管理专业本科生是根据 36 个学时安排的, 标注课时的内容建议主要讲, 未标注课时的内容建议学生自学, 或者课后小组讨论。
- (2) 讨论、案例分析等时间已经包括在前面各个章节的教学时间中。

前 言

教学建议

绪论 组织行为学发展的历程	1
0.1 行为科学的起源	1
0.2 行为科学的形成	2
0.3 组织行为学的发展	2
0.4 行为科学在中国	3
第1章 知觉、印象管理与归因	7
经典语录	7
学习地图	7
开篇引例	7
1.1 知觉的定义与分类	8
1.2 知觉的过程	9
1.3 知觉的特征	10
1.4 社会知觉的偏差	11
1.5 印象管理	13
1.6 归因与归因中的偏差	16
本章小结	20
关键术语	20
延伸阅读	20

复习与讨论 20

应用案例 索尼将如何起死回生 21

经典研究 1-1 桑代克：晕轮效应实验研究 22

经典研究 1-2 我的情境是你的个性：行为者 - 观察者效应 25

第2章 动机与激励 30

经典语录 30

学习地图 30

开篇引例 30

2.1 激励的概念及其重要性 31

2.2 激励的心理机制 32

2.3 内容型激励理论 32

2.4 过程型激励理论 35

2.5 综合激励理论 40

2.6 激励理论的应用 42

本章小结 45

关键术语 45

延伸阅读 45

复习与讨论 46

应用案例 华为激励制度的功与过 46

经典研究 2-1 梅奥：从经济人到社会人的激励转变 48

经典研究 2-2 不同外部奖励对内部动机的影响差异 51

第3章 情绪与压力管理 55

经典语录 55

学习地图 55

开篇引例 55

3.1 情绪概述 56

3.2 情商 57

3.3 情绪调节 58

3.4 情绪劳动 59

3.5 压力及压力管理 61

3.6 逆境商 66

3.7 员工援助计划（EAP） 67

本章小结	68
关键术语	69
延伸阅读	69
复习与讨论	69
应用案例 化学天才的“自杀陨落”	69
经典研究 3-1 耶克斯：压力既是动力也是阻力	71
经典研究 3-2 认知重评和表达抑制对行为表达、情绪体验、生理反应的影响	73
第4章 态度与价值观	76
经典语录	76
学习地图	76
开篇引例	76
4.1 态度的概念与结构	77
4.2 态度的改变	77
4.3 工作满意度	78
4.4 工作投入	80
4.5 组织承诺与心理契约	81
4.6 组织公民行为	83
4.7 工作价值观及测量	84
4.8 价值观差异	88
本章小结	91
关键术语	92
延伸阅读	92
复习与讨论	92
应用案例 从阿里巴巴看企业价值观	92
经典研究 4-1 个体内隐态度的测量：内隐联想测验	94
经典研究 4-2 凌文铨：中国职工的组织承诺研究	97
第5章 人际关系与沟通	99
经典语录	99
学习地图	99
开篇引例	99
5.1 人际关系的内涵	100
5.2 人际关系倾向分析	101

5.3 人际关系的社会测量法	102
5.4 人际关系的平衡理论	104
5.5 人际沟通的内涵与过程	106
5.6 沟通的类型	108
5.7 如何提高沟通的有效性	112
5.8 人际交往的PAC理论	113
本章小结	116
关键术语	116
延伸阅读	116
复习与讨论	117
应用案例 在 Facebook 里学沟通	117
经典研究 5-1 良好的人际关系可以促进群体工作绩效吗	118
经典研究 5-2 阿伦森：人际吸引的得与失原则	120
第6章 群体与团队合作	123
经典语录	123
学习地图	123
开篇引例	123
6.1 群体与团队概述	124
6.2 群体结构	126
6.3 群体行为规律	129
6.4 群体的发展阶段	132
6.5 群体凝聚力	133
6.6 团队合作与建设	134
本章小结	139
关键术语	139
延伸阅读	139
复习与讨论	139
应用案例 小米团队是怎样炼成的	140
经典研究 6-1 沙赫特：群体凝聚力与绩效的关系	141
经典研究 6-2 群体极化：种族歧视的讨论效应	143
第7章 冲突与谈判	146
经典语录	146

学习地图	146
开篇引例	146
7.1 冲突的内涵	147
7.2 组织冲突模型	148
7.3 组织中的冲突管理	152
7.4 谈判的内涵与策略	155
7.5 谈判中的认知偏差	160
本章小结	161
关键术语	161
延伸阅读	161
复习与讨论	161
应用案例 雷士照明：公司控制权冲突	162
经典研究 7-1 夏令营实验告诉了我们什么	163
经典研究 7-2 愤怒与快乐在双边谈判中的外部效应	166
第8章 权力与政治	169
经典语录	169
学习地图	169
开篇引例	169
8.1 权力，领导力和影响力	170
8.2 权力的基础与来源	170
8.3 权术的运用	172
8.4 授权	173
8.5 组织政治行为	174
8.6 组织中政治行为的管理	177
8.7 权力与政治研究的新趋势	180
本章小结	182
关键术语	182
延伸阅读	182
复习与讨论	182
应用案例 谷歌权利游戏：办公室的政治斗争	183
经典研究 8-1 组织政治知觉与员工态度、压力和行为的关系：一个元分析检验	184
经典研究 8-2 杰弗瑞：组织政治体验	187

第9章 领导理论与实践	192
经典语录	192
学习地图	192
开篇引例	192
9.1 领导与领导者	193
9.2 领导的特质理论	194
9.3 领导的行为理论	194
9.4 领导的权变理论	198
9.5 中国特色的领导理论与实践	201
9.6 领导理论的新发展	206
本章小结	208
关键术语	208
延伸阅读	209
复习与讨论	209
应用案例 俞敏洪：领导者要勇于承认错误	209
经典研究 9-1 菲德勒：领导的权变模型	210
经典研究 9-2 勒温：领导风格理论研究	213
第10章 组织文化	216
经典语录	216
学习地图	216
开篇引例	216
10.1 组织文化的内涵	217
10.2 组织文化的作用	220
10.3 组织文化的冲突与处理	221
10.4 组织文化的变革	223
10.5 组织文化理论	224
10.6 跨文化管理策略	226
本章小结	227
关键术语	228
延伸阅读	228
复习与讨论	228
应用案例 从员工集体婚礼管窥阿里巴巴企业文化	228
经典研究 10-1 领导风格、组织文化对组织绩效的影响	229
经典研究 10-2 Chao：组织社会化的内容和结构	231

第11章 组织理论与组织结构设计 233

经典语录	233
学习地图	233
开篇引例	233
11.1 组织概述	234
11.2 组织研究的三种视角	235
11.3 影响组织结构的因素	237
11.4 组织结构设计要考虑的因素	238
11.5 典型的组织结构	241
11.6 新型组织结构设计	242
本章小结	247
关键术语	247
延伸阅读	247
复习与讨论	247
应用案例 张瑞敏：传统企业战略和组织架构将被颠覆	247
经典研究 11-1 明茨伯格：组织结构的五成分理论	249
经典研究 11-2 组织设计中的信息加工观点	252

第12章 组织变革与学习型组织 255

经典语录	255
学习地图	255
开篇引例	255
12.1 组织变革的内涵	256
12.2 组织变革的模型	260
12.3 学习型组织	261
本章小结	263
关键术语	264
延伸阅读	264
复习与讨论	264
应用案例 万科的时代转型困惑之企业组织架构变革思考	264
经典研究 12-1 人多力量大：群体力量克服变革阻力	265
经典研究 12-2 彼得·圣吉：组织学习的艺术和实践	268

第13章 行为决策概述	271
经典语录	271
学习地图	271
开篇引例	271
13.1 决策的概念及其特征	272
13.2 管理中有效决策的基本过程	273
13.3 理性决策模型	274
13.4 有限理性决策模型	275
13.5 解释性决策模型	277
13.6 三参照点理论	280
13.7 个体决策中的认知偏差	282
本章小结	286
关键术语	286
延伸阅读	286
复习与讨论	286
应用案例 雀巢为何出售所持欧莱雅股权	287
经典研究 13-1 卡尼曼：框架效应与决策	288
经典研究 13-2 萨勒：你有很多心理账户	289
第14章 行为决策研究的新进展	294
经典语录	294
学习地图	294
开篇引例	294
14.1 情绪对决策行为的影响	295
14.2 组织决策	297
14.3 组织决策模型	298
14.4 影响组织决策的因素	300
14.5 专家决策技术	302
本章小结	305
关键术语	306
延伸阅读	306
复习与讨论	306
应用案例 高度集权的成功：苹果公司的制胜之道	306
经典研究 14-1 詹尼斯：群体思维阻碍有效决策	308
经典研究 14-2 不同负面情绪对风险决策行为的影响	312
参考文献	317

组织行为学发展的历程

在现代的管理科学中，形成了两大学派：一是以数学为基础的管理科学学派，二是以心理学为基础的行为科学学派。在以人为本的管理理念为指导的今天，行为科学在管理中的地位越来越显得重要。组织行为学是行为科学在管理领域中的运用。因此，若谈组织行为学的发展历程，就不能不从行为科学的起源说起。

0.1 行为科学的起源

在管理学界，人们都认为行为科学作为管理学发展的一个阶段和管理丛林中的一个学派，起源于20世纪30年代梅奥（George Eitan Mayo）的人群关系运动。这只是一种狭义的认定。任何一门新兴学科的形成都有其历史背景和学科基础。人们认为，奠定行为科学的主要学科有心理学、社会学和文化人类学等，但就行为科学的起源而言，主要是建立在工业心理学的基础之上。

众所周知，泰勒（F. W. Taylor, 1856—1915）在1911年出版了《科学管理原理》^①，标志着管理科学的诞生，被称为“科学管理之父”。同年，对科学管理做出重要贡献的“动作研究之父”吉尔布雷思（F. B. Gilbreth）出版了《动作研究》，之后又出版了《疲劳研究》（1919年）和《时间研究》（1920年）。其夫人莉莲·吉尔布雷思（Lilian M. Gilbreth）是美国第一位工业心理学女博士，她1912年出版了世界上第一本《管理心理学》。吉尔布雷思夫妇进行了一系列科学管理的研究，对科学管理的诞生做出了重要贡献。

与此同时，心理学家也在探讨与人有关的管理问题。其中代表性的人物应数德国心理学家雨果·闵斯特伯格（hugo M. Münsterberg, 1863—1916）。他于1879年就读于莱比锡大学冯特的心理实验室，1885年获博士学位，1892年经詹姆斯之邀赴美国哈佛大学筹建心理实验室。他于1898年任美国心理学会会长，是美国应用心理学和工业心理学的开创者。他开展了将心理学应用于提高工业生产效率的研究，1912年和1913年分别用德文和英文出版了著名的《心理学与工业效率》一书。该书与莉莲·吉尔布雷思的《管理心理学》同年出版，也是最早的行为科学著作。这两部著作的问世被视为工业心理学诞生的标志，因而闵斯特伯格也被称为“工业心理学之父”。该书包括三部分内容：①人员选拔与培训。通过工作分析，探讨工作对人的心理品质的要求，使人与事（工作）相匹配。可以采用心理测验的方法去选拔员工，用心理学原理去训练工人，以便与所从事的工作相适应。这一研究内容，后来发展成为

① 本书中文版已由机械工业出版社出版。

人事心理学分支学科, 20 世纪 80 年代以后, 成为人力资源管理的基础学科和主要构成部分。②工作设计。设计出最合适的工作, 以提高工作效率, 获得最满意的产量。③员工激励。即通过对员工需求的探讨和工作动机的激发, 改善员工心理条件, 达到最理想的效果。这不仅符合企业主的利益, 而且更符合职工的利益。这正是后来组织行为学的宗旨。因为组织行为学的目的就在于创造一种理想的工作环境, 以便使每个员工既能达到组织目标, 又能实现个人目标。由此可见, 工业心理学与管理学的目标是一致的, 这就为它们之间的融合并形成管理科学中的行为科学学派奠定了基础。同时, 也成为现在组织行为学和人力资源管理的起源。

对于工业心理学的形成做出重要贡献的还有斯科特 (W. D. Scott)。他的贡献有两方面, 一个是在人事心理学方面, 他曾出版了《提高商业中人的效率》一书。在第一次世界大战期间, 他从事军队人员配备的人事决策研究。1919 年创立了美国第一家工业心理学咨询公司——斯科特公司。另一个贡献是创立广告销售心理学。1901 年他在芝加哥的一个学术年会上提出, 要把广告的工作实践发展成为科学, 得到了与会者的热情支持。1903 年出版了《广告原理》, 1908 年又出版了《广告心理学》。在他的推动下, 广告销售心理学从此成为工业心理学的一个分支, 同时也是现在市场营销学的先驱。

0.2 行为科学的形成

霍桑实验是行为科学发展史上的一个里程碑。从此以后心理学逐渐渗入管理领域, 成为管理学中占重要地位的行为科学学派, 后来形成了一门独立的学科——组织行为学, 在心理学界也称之为组织心理学或管理心理学。

1949 年, 芝加哥大学举行了一次跨学科的研讨会。主要是对第二次世界大战期间有关人的行为研究受到高度重视这一现象进行研讨。例如, 士兵选拔和训练需要心理学家参与; 新武器的研制使其能适合人的使用, 需要运用工程心理学的原理; 如何动员国民支持战争以及对敌人进行心理战, 需要心理学; 生产的组织、效率的提高, 心理学在其中起着重要作用。由于战争的需要, 许多学科的专家都被征用去研究战争中的各种问题, 而人的问题是其中最重要的。因此, 这次跨学科会议主要讨论如何用已有的各学科的知识来发展一种关于人的行为的一般理论。经过讨论, 最后大家同意叫“行为科学”(Behavioral Sciences)。用复数是因为它是一个“学科群”, 包括了研究在自然和社会环境中人和动物行为的各种学科。组织行为学应该是行为科学的一种狭义的分支, 是行为科学在组织管理中的应用。

行为科学的发展得到了福特基金会的大力支持。1952 年基金会为“行为科学高级研究中心”的成立拨款。1953 年又为哈佛、斯坦福、芝加哥、密歇根和北卡罗来纳等五所大学拨款, 委托它们开展行为科学研究。同年福特基金会邀请一批著名学者, 经过慎重讨论后, 正式定名为“行为科学”。

0.3 组织行为学的发展

行为科学确立之后被定义为: 运用科学的观察、实验、调查、测验等实证研究方法, 去研究人的行为规律及其应用的学科群。它发展迅速, 被广泛地应用于各个领域, 因此就有狭义与广义之分。狭义的行为科学包括心理学、社会学、文化人类学三个学科, 后来就称为“组织行为学”。广义的行为科学, 除了上述三个学科外, 还包括政治学、经济学、教育学、法律学、经营学、精神医学、生理学、习性学等与人类行为有关的学科。因其应用领域不同