

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

组织行为学

主编 © 张志宏

Zuzhi Xingweixue



Gaoxiao Jingguan lei

“SHIYIWU” GUIHUA JIAOCAI



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

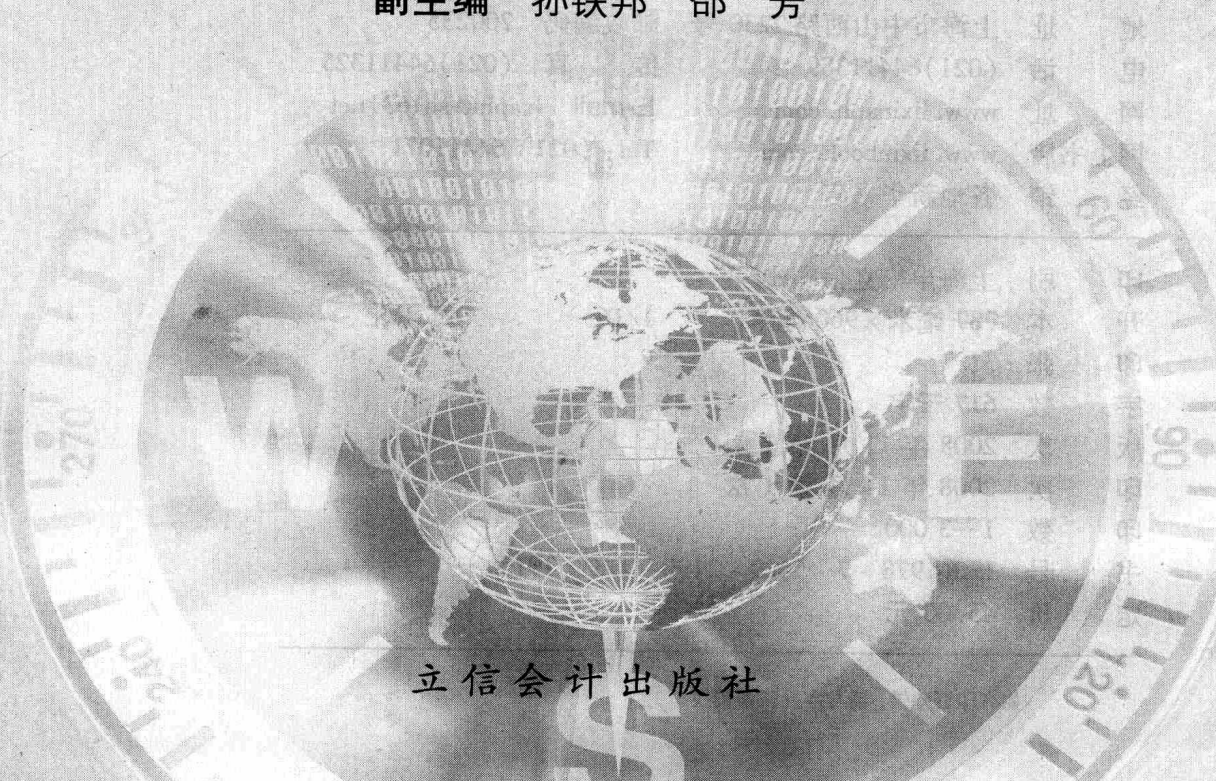
高等院校经济管理类“十一五”规划教材

组 织 行 为 学

ZU ZHI XING WEI XUE

主 编 张志宏

副主编 孙铁邦 邵 芳



立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/张志宏主编. —上海:立信会计出版社,
2008.11

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

ISBN 978-7-5429-2190-1

I. 组… II. 张… 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(2008)第179956号

策划编辑 水草
责任编辑 方士华
封面设计 周崇文

组织行为学

出版发行 立信会计出版社
地 址 上海市中山西路2230号 邮政编码 200235
电 话 (021)64411389 传 真 (021)64411325
网 址 www.lixinaph.com E-mail lxaph@sh163.net
网上书店 www.lixinbook.com Tel: (021) 64411071
经 销 各地新华书店

印 刷 上海申松立信印刷厂
开 本 787毫米×960毫米 1/16
印 张 31
字 数 617千字
版 次 2008年11月第1版
印 次 2008年11月第1次
印 数 1—3 000
书 号 ISBN 978 - 7 - 5429 - 2190 - 1/F · 1915
定 价 45.00元

如有印订差错,请与本社联系调换

PREFACE 序言

为了适应不同的经营管理需要和不同的教学需求,各种类型的经济管理理论著作和系列教材,如雨后春笋般出现。大学教材的主要职能是传播知识,在知识经济时代,经济管理类教材内容的不断更新是形势发展的必然。亚里士多德曾经将人类的知识分为三大类:纯粹理性、实践理性和技艺。可以说经济管理是将这三类知识完美融合为一体的学科体系。曾几何时,管理学在我国还是一个无足轻重的学科,在 20 世纪 80 年代以前,我国的许多大学教学体系中,管理学与经济学是不加区分的,相关的大学毕业生所得到的学位几乎都是经济学学位。90 年代之后,管理学从经济学中分离出来,与其他学科结合又形成了一个庞大的管理学科体系。管理学,尤其是企业经营管理学与经济学是紧密相连的学科,你中有我,我中有你。因此,一些大学又纷纷将前期分设的经济学院和管理学院重新合并成为经济管理学院,这在一定程度上说明“经济管理”作为一个大类,在教学体系上的存在是十分必要的。为了避免在教材体系上的重复建设,我们组织 20 多所大学的专家教授共同努力,编写了这套“高等院校经济管理类‘十一五’规划教材”。这是十分必要的,也是十分及时的。

面对经济环境、市场状况以及管理者和学科层次的变化,这套教材力图贯彻以科学发展观为指导、以读者为中心、以市场为导向的原则,用语追求准确、简明和易懂。综合而言,这套教材主要有以下几个特点:

一是实用性。这套教材均配有 PPT 格式电子教案,选用本教材的教师可以在填妥书后的“教学课件索取单”,并将信息发给出版社后免费得到。此外,各书

的章节标题之后设有“学习目的”、“案例导读”等,每章之后还附有“本章小结”、“复习思考题”等,有利于培养读者的概括能力和实践能力。

二是前沿性。这套教材是多所高校的教师近年来教学和实践工作相结合的产物。从教学中得到的反馈来看,现代学生的个性化特征越来越明显,不少本科学生已经不再满足于初级的经济管理知识,他们希望能够接触一些更为深入的课题,或者是与时代经济紧密相连的话题。这就要求我们的教材必须站在时代的前沿,把握时代的脉搏,使学生以新的视角和思路来思考问题。

三是适用性。经济管理学与企业管理实践是息息相关的,这套教材在内容的选择上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了其适用性。教材体系的安排首先突出了经济管理类基础系列,进而又延伸出了会计学系列、营销管理系列、工商管理系列、贸易管理系列等,以适应不同学校、不同专业教学的需要,在行文上力求深入浅出,这样安排的好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据所教授学生的层次调整授课内容。

四是思考性。这套教材除了注重为学生提供专业基础知识,还增加了一些有一定理论深度的内容,一方面可以使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也突出地表达了经济管理类学科教学的基本原则,即向学生传授一种思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的经济现实。

五是多样性。从某种意义上说,教材的编写须有一定的规则,但作为大学教材,也应体现出大学教师的各自特色。因此,这套教材既有统一规划和基本要求,保持规划教材的整体性,但每本教材又各有特色,体现出不同教师的授课风格,如将案例引入教学等。

写教科书相当于以笔代口讲课,由口头授课到落笔以文字表达出来,其中之甘苦自不待言。应该说,每位作者的写作过程都是与家人及同事们的共同努力分不开的,在此,对他们付出的努力和爱心表示深深的感谢。

历史总是在不断推陈出新,教材的编写也应根据时代的发展和环境的变化而不断改革。我们在组织编写这套教材时,作了一些新尝试,希望能够取得良好的效果。但教材建设是一项庞大的系统工程,任何一项改革都不是一蹴而就的,需要不断修正和完善。这套教材在体系安排、理论联系实际和语言表述等方面若有不妥或错漏之处,恳请读者批评指正,以便我们在后续工作中加以改正。

最后,对立信会计出版社的全力支持表示诚挚的谢意,同时对责任编辑的出色工作表示由衷的钦佩,并对他们的辛勤工作表示感谢。

高等院校经济管理类“十一五”规划教材编委会

2008年4月

组织行为学(Organizational Behavior, OB)是研究组织系统内个体、群体和组织的心里和行为规律,以提高组织运行绩效为目的的一门学科。它是一门多学科、多层次相互交叉的边缘性、应用性的学科,是管理学的基础学科和重要分支。加强此学科的研究和应用,对于提高管理水平,特别是提高各级管理人员对所属员工的心理和行为的预测、引导和控制能力,及时协调个体、群体和组织之间的相互关系,充分发挥和调动人的积极性、主动性和创造性,有效地实现组织目标,促进组织发展具有十分重要的意义。因此,组织行为学作为现代管理科学的一门核心课程,在高等教育管理类专业的教学中占有十分重要的地位。当前高等教育正处在巨大的变化之中,对大学生的培养已从过去的单一封闭的专业教育转变为复合型、素质型教育,在此背景下,编写一部具有时代性、新颖性、科学性和应用性,既能体现组织行为学学科基本内容和前沿理论,又能适合我国国情,实现本土化教学的优秀教材成为高等教育工作者的一个重要任务。

本书作为高校经济管理类“十一五”规划教材,正是为了满足广大读者对组织行为学知识的迫切需要而编写的,在编写过程中,力求突出以下特点:

第一,内容新颖。本书增加了“组织承诺与心理契约”、“团队管理”、“组织学习”、“智力资本与创新型组织”等组织行为学领域近几年较新的理论和科研成果,具有一定的超前性和前沿性。

第二,形式革新。本书在保持语言流畅的同时,插入了引导案例、图表、知识卡片等内容,努力做到图文并茂,增加了教材的可读性,方便学生对相关内容和理论知识的理解和学习。

第三,心理测试。组织行为学大量借鉴和吸收了心理学和社会心理学的研究

成果,本书在相关章节提供了心理测试问卷供学生自测,通过这些问卷可以提供学生自我了解的机会,加深学生对相关理论的理解,提高学生的学习兴趣和学习效果。这些问卷实用性很强,可被用作各种实证调查。

第四,案例探讨。案例教学作为近几年比较流行的教学形式,得到了广大师生的推崇和认可,组织行为学作为一门应用性和实践性很强的管理类学科,采用案例教学非常必要,本书在每章结束后提供了案例供学生和教师学习和探讨,希望通过对相关案例的研究能够提高学生分析问题、解决问题的能力,培养学生的动手能力和实战能力。

本书共四篇 17 章,由张志宏教授担任主编,孙铁邦讲师、邵芳讲师担任副主编。编写组吸收了多所院校专业教师参加编写,是集体智慧的结晶。

全书分工如下:张志宏教授组织牵头,撰写大纲,负责统稿并撰写第 17 章,孙铁邦协助统稿并编写第 3、9 章,刘杰梅编写第 4、7 章,张翠芬编写第 12、13 章,邵芳编写第 1、10 章,胡明晖编写第 5、6 章,赵春清编写第 8、14 章,张艳编写第 2 章,桂黄宝编写第 11、16 章,张英新和冉丽敏共同编写第 15 章。

本教材既适合作为高校经济、管理类专业的本科教材,也适合作为企业员工的自学读物,为企业管理实务界人士提升其管理能力提供借鉴和指导。

本书的编写人员都拥有较丰富的教学、管理实践经验,但由于时间与水平有限,本书的不足和错误在所难免。我们真诚欢迎读者不吝赐教,以便再版时改进和完善,我们将不胜感谢!

张志宏

2008 年 8 月



第一篇 基础篇

第1章 绪论	003
第一节 组织行为学的基本概念	004
第二节 组织行为学的产生和发展	007
第三节 组织行为学与相关学科的关系	018
第四节 组织行为学的研究内容和研究方法	020
第五节 组织行为学面临的挑战	025
本章小结	027
复习思考题	027
案例分析 1-1 成功取决于什么?	028
案例分析 1-2 从扩张到失败	028
第2章 人性假设理论	030
第一节 人的本质	032
第二节 西方管理过程中的人性假设	034
第三节 中国传统思想中对人性的认识	040
本章小结	043

复习思考题.....	044
案例分析 2-1 非线性系统公司	044

第二篇 个体行为篇

第3章 知觉	049
---------------------	-----

第一节 知觉概述.....	050
第二节 社会知觉.....	056
第三节 归因理论.....	062
本章小结.....	065
复习思考题.....	066
案例分析 3-1 归因练习	066
案例分析 3-2 腾达公司	067

第4章 个性差异与管理	069
--------------------------	-----

第一节 个性概述.....	070
第二节 个性心理特征.....	076
第三节 主要个性特质对组织行为的影响.....	090
本章小结.....	095
复习思考题.....	096
测试问卷 气质测试.....	096
案例分析 4-1 谁当总经理更合适	099

第5章 价值观、态度和工作满意度	102
-------------------------------	-----

第一节 价值观.....	103
第二节 态度与行为.....	108
第三节 工作满意度.....	115
本章小结.....	122

复习思考题	123
测试问卷 明尼苏达满意度调查	123
案例分析 5-1 赛仕软件工程有限公司	124
案例分析 5-2 什么使张林离开了公司	125
第6章 组织承诺与心理契约	127
第一节 组织承诺	128
第二节 心理契约	137
本章小结	149
复习思考题	150
案例分析 6-1 鸿业集团深圳分公司咨询部	150
第7章 情感、挫折与压力管理	152
第一节 情绪、情感与行为	153
第二节 挫折及其调适	157
第三节 压力及其管理	162
本章小结	174
复习思考题	174
附录 面对压力的放松三法	175
案例分析 7-1 百事可乐公司的压力管理	176
案例分析 7-2 小王的烦恼	176
第8章 激励理论	178
第一节 激励概述	179
第二节 内容型激励理论	188
第三节 过程型激励理论	192
第四节 综合型激励理论	197
第五节 激励实践	200

本章小结.....	206
复习思考题.....	206
案例分析 8-1 何慕事件的幕前幕后	206

第三篇 群体行为篇

第9章 群体和团队管理	215
第一节 群体概述.....	216
第二节 群体动力.....	223
第三节 群体决策.....	235
第四节 团队管理.....	241
本章小结.....	247
复习思考题.....	248
测试问卷 贝尔宾团队角色问卷调查表.....	248
案例分析 9-1 团队人才让浪潮软件快速发展	251
案例分析 9-2 二车间	253
第10章 群体沟通与人际关系	258
第一节 群体沟通.....	259
第二节 群体人际关系.....	264
本章小结.....	279
复习思考题.....	280
测试问卷 倾听能力.....	280
案例分析 10-1 诊断发现了什么?	281
案例分析 10-2 项目组出现了什么问题?	282
第11章 冲突与谈判	283
第一节 冲突概论.....	284

第二节 冲突分析及管理·····	289
第三节 谈判·····	297
本章小结·····	306
复习思考题·····	306
案例分析 11-1 联想管理层的难题·····	307
第 12 章 领导 ·····	309
第一节 领导概述·····	310
第二节 领导理论·····	314
本章小结·····	328
复习思考题·····	328
案例分析 12-1 “三昧真火”锻造新鞍钢·····	329
第 13 章 权力与政治 ·····	335
第一节 权力·····	337
第二节 权力的基础·····	338
第三节 权术与结盟·····	345
第四节 政治行为·····	350
本章小结·····	357
复习思考题·····	358
测试问卷 你的政治性如何?·····	358
案例分析 13-1 窦铁成如何打造专家性权力·····	359
案例分析 13-2 韦尔奇成功的秘密:创建“双型组织”·····	363

第四篇 组织行为篇

第 14 章 组织结构与设计 ·····	369
第一节 组织结构·····	370

第二节 组织设计·····	379
第三节 职务设计·····	385
本章小结·····	389
复习思考题·····	390
案例分析 14-1 IBM 矩阵式的组织结构·····	390
第 15 章 组织文化 ·····	393
第一节 组织文化概述·····	394
第二节 组织文化培育·····	404
第三节 跨文化研究·····	409
本章小结·····	414
复习思考题·····	414
测试问卷 公司文化偏好测试量表·····	414
案例分析 15-1 日本某电器公司对商业人才的培养·····	416
案例分析 15-2 公司合并——管理权威也难办·····	417
第 16 章 组织变革与发展 ·····	419
第一节 组织变革·····	420
第二节 组织发展·····	433
本章小结·····	442
复习思考题·····	443
案例分析 16-1 科龙“地震”·····	443
第 17 章 智力资本与创新型组织 ·····	446
第一节 激励组织中关键人力资本的背景·····	447
第二节 锻造组织的智力资本·····	450
第三节 成为不断创新的组织·····	457
本章小结·····	460

复习思考题.....	461
创新诊断 国防科技工业自主创新调查.....	461
案例分析 17-1 百年 3M 无限创新	462
案例分析 17-2 一颗中国芯 百年海信路	464
参考文献	469

第一篇



基础篇

Z U Z H I X I N G W E I X U E

本篇内容包括：

第1章 绪论；

第2章 人性假设理论。

该部分主要介绍了组织行为学的概念、产生、发展、研究内容、研究方法、组织行为学与相关学科的关系以及组织行为学当前面临的挑战，探讨了组织管理中的人性假设。

