

---

21世纪清华MBA精品教材

---

陈国权 主编

# 组织行为学

# Organizational Behavior

清华大学出版社



---

21世纪清华MBA精品教材

---

陈国权 主编

# 组织行为学

# Organizational Behavior

清华大学出版社  
北京

## 内容简介

本书全面系统地反映了组织行为学领域的知识体系。全书共 18 章, 内容包括: 绪论; 知觉与归因, 学习与决策, 个性与能力, 价值观与态度, 工作压力与情绪情感, 工作激励; 群体行为分析, 群体沟通与群体决策, 跨文化中的人际行为, 谈判与冲突管理, 领导行为; 组织结构设计与分析, 组织中的利益、权力和政治, 组织文化与管理, 组织学习与学习型组织, 组织发展与变革; 组织行为学研究发展展望。全书还包括 16 个国内外案例。本书在内容和案例选取上体现了本土化和全球化相结合的特点, 采用新颖的写作体例, 方便读者高效学习。

本书适合经济管理类各专业的研究生、EMBA、MBA、本科生, 管理培训学员, 各级领导和管理者, 以及所有希望提升自己领导和管理能力的人士阅读。

版权所有, 翻印必究。举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术, 用户可通过在图案表面涂抹清水, 图案消失, 水干后图案复现; 或将表面膜揭下, 放在白纸上用彩笔涂抹, 图案在白纸上再现的方法识别真伪。

### 图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/陈国权主编. —北京: 清华大学出版社, 2006. 9

(21 世纪清华 MBA 精品教材)

ISBN 7-302-13882-6

I. 组… II. 陈… III. 组织行为学—研究生—教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 114874 号

出版者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

责任编辑: 高晓蔚

印刷者: 北京密云胶印厂

装订者: 三河市李旗庄少明装订厂

发行者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185 × 260 印张: 36.25 插页: 1 字数: 832 千字

版 次: 2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-13882-6/F · 1661

印 数: 1 ~ 5000

定 价: 49.80 元

## 作者简介

**陈国权** 清华大学经济管理学院教授，博士生导师。1967年12月出生，1985年考入清华大学，1994年获博士学位，2001年晋升为教授，2003年为博士生导师，为当时清华大学最年轻的教授和博士生导师之一。2001年入选北京市“新世纪社科百人工程计划”，2003年获清华大学“学术新人奖”，2004年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”。曾在英国剑桥大学Judge管理学院、美国麻省理工学院Sloan管理学院和哈佛大学商学院访问学习，2003—2004学年在麻省理工学院Sloan管理学院任富布莱特研究学者（Fulbright Visiting Research Scholar）。作为第一负责人主持3项国家高技术研究发展(863)计划、3项自然科学基金和多个企业咨询项目，在国内外重要期刊发表论文50余篇，为各类研究生、EMBA、MBA和企业高级管理培训学员讲授组织行为学、领导与团队管理等课程，受到广泛欢迎。他系统地建立了一套关于组织学习和学习型组织（包含知识管理）的理论、模型、方法、评价和实施体系，取得了一系列领先的研究和实践成果，并在领导和团队管理研究上成果显著。

# 组 织

## 行 为 学

# 前 言

## FOREWORD

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，综合国力大大增强，国家发生了翻天覆地的变化。产生这种巨大的社会变迁，最重要的原因之一就是人的行为的改变——中华民族这些年来表现出前所未有的积极性和创造性。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。

组织行为学作为研究各种工作组织中人的行为规律的学科，是伴随着管理教育和实践的需要而发展起来的。这些年来，随着我国管理教育的发展和管理的需要，组织行为学这门学科得到了越来越多的重视，教育部将其列为工商管理教育的核心课程。当前，如何更好地弄清和掌握人在各种工作组织中的行为规律，从而更有效地管理和驾驭人的行为，提高组织的竞争优势，已成为广大管理界人士都希望学习、研究和解决的重要课题。

这本《组织行为学》就是为了满足我国管理教育、研究和实践界各方人士的需要而编写的。作者在清华大学经济管理学院多年来一直从事组织行为学、人力资源管理以及相关领域的教学和研究工作。编写一本中国与西方接轨、理论与实践结

合、学生和老总都喜欢看的组织行为学教材，一直是作者多年的心愿。因此，我们在编写过程中，努力考虑和做到以下几个方面，使读者开卷有益。

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。组织行为学经过多年的发展，已经形成一个庞大的学科体系。我们尽量在一定的篇幅内将不同学者的研究发现和理论成果以清楚简明的方式写进本书，使读者能全面准确地掌握组织行为学的各个知识点。

第二，突出重点地介绍本土化和国际化方面的组织行为学实践案例。我们在编写教材的过程中，几乎在每一章的后面都附上一个与本章知识有关的案例，以促进学生更好地理解 and 掌握相关的理论。全书共 16 个案例，其中 12 个是中国本土化案例，4 个是国际化案例，这种搭配比例是为了让我国读者更好地理解中国企业组织行为的规律，同时也具有国际视野，这样结合起来才能更好地管理自己的组织。我们尽量挑选那些典型的有代表性的案例，绝大多数都是作者在调查研究的基础上亲自撰写而成，案例内容丰富翔实，以便于读者全面学习和了解。

第三，采用有效的方式方便读者学习。根据我们的写作体例，每一章的内容包括：学习目标、正文、本章小结、复习思考题、本章案例、案例思考题。“学习目标”让读者明确本章学习的方向和要点。“本章小结”帮助读者在阅读完正文后迅速对本章内容建立整体的轮廓并掌握其精华。“复习思考题”让读者通过回答问题更好地回顾和掌握本章的理论知识，并提高运用知识解决问题的能力。“本章案例”使读者通过真实的事例更好地掌握相关的概念。“案例思考题”则使读者通过分析和解释真实事例现象提高解决实际问题的能力。除此之外，我们在写作过程中，尽量使用通俗易懂的语言，遇到陌生的外来词汇都会标上英文原文以便读者对照理解，引用前人观点时也会较完整细致地列出参考文献，以方便读者提高学习效果。

本书分为五部分，共 18 章。第一部分为绪论，第二部分是个体行为，第三部分是群体行为，第四部分是组织行为，第五部分是展望。

第一部分为绪论（第 1 章）。第 1 章“绪论”论述学习组织行为学的目的和意义，组织行为学的概念和学科的由来及发展历史，组织行为学的学科体系构成和学科特点，与组织行为有关的几个重要概念，组织行为学的研究方法，组织行为学与其他学科的关系和未来发展趋势。

第二部分为个体行为（第 2~7 章）。第 2 章“知觉与归因”论述人的行为模式，知觉的重要性、概念、种类和阶段，知觉偏差的概念和产生机理，归因的概念、理论及归因结果对行为的影响，归因偏差现象和产生原因，提高知觉与归因准确性和创造性的方法。第 3 章“学习与决策”论述学习的意义和内涵，人的知识来源模型，人获取知识和传递知识的方法，人获得新的行为的三种不同理论（行为理论、认知理论和社会学习理论）的内涵和管理实践方法，对人

的行为绩效管理的组织行为矫正方法, 决策的内涵、类型和问题, 决策的过程及管理方法, 四种重要的决策行为模型, 人的个体特征对决策效能的影响及有效管理此影响的方法。第4章“个性与能力”论述个性的概念、类型与测量方法, 影响行为与绩效的个性特征, 人格类型与工作匹配的关系, 能力的定义、分类与测量方法, 能力的六种结构理论, 人的能力发展过程。第5章“价值观与态度”论述价值观的定义和人的价值系统的来源, 价值观的不同种类及其衡量标准, 员工中不同价值观的表现方式, 价值观在管理中的重要性和具体应用, 态度的定义和结构, 态度与行为之间的关系及其复杂性, 态度的不同类型(如工作满意度、工作投入、组织承诺、忠诚度等)的内涵和测量方法, 态度在管理中的应用和改进员工态度的方法。第6章“工作压力与情绪情感”论述工作压力/工作倦怠的基本概念和影响因素, 工作压力的管理方法, 情绪情感的概念和基本理论, 情绪情感在管理中的应用。第7章“工作激励”论述四种激励理论的分类和不同特点, 各种激励理论(马斯洛的需要层次论、赫兹伯格的双因素理论、奥尔德弗的ERG理论、麦克利兰的激励需要理论、佛隆和劳勒的期望模式、亚当斯的公平理论、洛克的目标设置理论、强化理论、波特和劳勒的综合激励模式等)的主要观点和实践方法, 激励的六个一般原则。

第三部分为群体行为(第8~12章)。第8章“群体行为分析”论述群体的概念、类型和作用, 群体管理的系统模型和群体动力理论, 人在群体中不同行为(群体压力导致的从众行为、社会助长作用、社会抑制作用、社会懒惰行为、合作和竞争行为)的表现特征、产生原因和管理手段, 群体发展的不同阶段及管理对策, 群体有效性指标(绩效、群体成员满意度、群体学习、外部满意度)及各因素(群体结构、规模、规范、凝聚力、气氛)对指标的影响, 高效群体的特点, 群体间绩效的概念、影响因素和管理方法。第9章“群体沟通与群体决策”论述信息沟通对个人、群体和组织的重要性, 三种沟通方式(书面、口头和非文字语言沟通)的内涵、作用、相互关系和使用技巧, 技术对信息沟通的作用, 沟通过程三环节(编码、传递和解码)的特点及产生失真的原因, 小群体沟通中四种不同的人际沟通网络(轮式、链式、圆式和全方位沟通)的特点和使用, 三类沟通渠道(正式/非正式, 单向/双向, 上行/下行/平行)的特点和建立方法, 沟通有效性指标(准确性、实时性和效率)的准确含义和衡量方法, 影响沟通有效性的障碍和提高方法, 群体决策的必要性、优缺点和选择方法, 群体决策中意见分歧产生的原因及解决方法, 群体决策中的行为特征(群体盲思、阿背伦悖论现象、群体偏移、群体极化), 改进群体决策的方法(头脑风暴法、德尔斐法和列名群体法)。第10章“跨文化中的人际行为”论述世界文化的主要种类, 国别文化之间的差异, 沟通中的文化障碍及原因, 不同文化背景的谈判对象和决策人物特点。第11章“谈判与冲突管理”论述冲突的普遍性和内涵, 关于冲突的不同观点, 冲突的分类方法, 冲突产生的原因, 冲

突的五阶段模型,冲突的五种行为意向,冲突管理的基本策略,谈判的内涵和类型,谈判的组成要素和过程,有效谈判的策略。第12章“领导行为”论述领导概念的本质,领导研究中的五大学派(特质理论、行为理论、权变理论、素质理论、领导力发展理论)的发展过程以及这些学派与领导过程本身的关系,不同学派中不同理论的主要观点以及实践方法,领导力发展和完善的方法。

第四部分为组织行为(第13~17章)。第13章“组织结构设计与分析”论述组织结构与组织战略/员工行为/组织结果之间的关系,组织结构设计的流程和各流程的具体内容,组织结构的几种主要分类方法,影响人们选择组织结构类型的各种因素及其具体影响方式,组织结构有效性的内涵及提高方法,面向组织学习的组织结构的五职能四形态特征模型。第14章“组织中的利益、权力和政治”论述利益相关者的概念及其对管理的意义,组织内外利益相关者的主要构成及分析方法,企业社会责任系统和社会支持系统的概念和内容,企业所有者建立维持共赢体系的基本思路和十个原则,权力的概念、种类和获取方法,组织政治行为的概念、种类、管理方法和道德标准。第15章“组织文化与管理”论述组织文化的概念、特征和功能,组织文化的层次模型和维度模型,主流文化/支流文化和强势文化/弱势文化的概念,分析、创建、维持和变革组织文化的方法。第16章“组织学习与学习型组织”论述当前环境下组织学习和学习型组织对组织生存发展的重要性,西方关于组织学习和学习型组织的不同定义和理论模型,组织学习系统理论(OLS)关于组织学习和学习型组织的定义,组织学习系统中九个子系统的概念及各子系统之间的关系,描述组织学习系统特征的象征性比喻,组织学习系统理论关于提升组织学习能力的若干方法和原则。第17章“组织发展与变革”论述当前组织面临的内外环境变化的主要方面和特点,组织管理系统保持稳定和需要变革的条件,组织变革的原因类型,组织变革过程的重要参数(变革主题、幅度、步长和路径)及管理方法,组织变革的内外部动力和阻力的来源,不同组织变革模式的主要观点以及对当今组织变革的指导作用,组织发展的内涵及对组织的意义,不同组织发展方法的内涵和实施途径。

第五部分为展望(第18章)。第18章“组织行为学研究发展展望”论述组织所处环境正在发生的变化及提出的新课题,信息网络技术给员工的角色、素质和伦理道德要求带来的变化,知识经济环境下的群体创造力问题,复杂动态环境下领导和决策行为研究的新趋势,组织结构的发展及实施中存在的问题,组织文化研究的新课题,经济转型对组织变革带来的挑战,组织学习领域的新发展,复杂性科学的基本概念及其对组织行为学发展的意义。

本书由清华大学经济管理学院陈国权教授任主编,设计全书的结构。全书共18章。陈国权编写了第1、2、3、7、8、9、12、13、14、15、16、17、18章,共13章。郑晓明编写了第4章,刘广灵编写了第5章,吴志明编写了第6



章，蒋璐编写了第10章，王雪莉编写了第11章。陈国权指导学生参与编写了5个“本章案例”，刘冰冰和陈国权编写了第2章的“本章案例”，郝亚泓和陈国权编写了第13章的“本章案例”，朱晓冬和陈国权编写了第14章的“本章案例”，吴泓和陈国权编写了第16章的“本章案例”，伍江成和陈国权编写了第17章的“本章案例”。全书由陈国权统稿。

本书适合各类工商管理专业的研究生、EMBA、MBA、本科生，管理培训学员，各种组织的领导和管理者，以及所有希望提升自己领导和管理能力的人士阅读。

在本书中，我们引用了很多国内外学者的理论、研究成果和学术观点，在此对他们表示衷心的感谢。我们在书中尽最大努力注明了引用文献的来源。如有遗漏之处，敬请著者谅解指正。

感谢清华大学经济管理学院各位领导对本书出版的支持。感谢陈国青副院长和仝允桓副院长的帮助。感谢张德教授和朱玉杰副教授的支持。感谢我的同事们给予的帮助。

感谢我的学生王文静、周为、王招春、赵慧群、傅悦、宁南、叶欣、邱群、张伟龙、邢志杰、赵辉和许多等在本书撰写过程中为准备相关材料和文字校对方面所做的工作。

感谢国家自然科学基金项目70272007、70572005和70321001的支持，本书中一些内容来自这些项目的研究成果。

感谢清华大学出版社编辑的热情支持和大力帮助，他们为本书的出版付出了很多心血。

感谢我的家人和朋友为本书完成所给予的各种形式的关心和支持。

最后要感谢您——读者。希望本书对您有帮助。

由于作者的时间和水平有限，书中难免有不妥之处，希望指正。我们将不断改进，使其日臻完善。

**陈国权**

2006年秋天 北京清华园

前 言 ..... I

第 1 部分 绪 论

第 1 章 绪论 ..... 2

第一节 学习组织行为学的目的和意义 ..... 2

第二节 组织行为学的定义、发展历史、学科体系和  
学科特点 ..... 4

第三节 组织行为学的研究方法 ..... 15

第四节 组织行为学的学科边界和发展趋势 ..... 25

第 2 部分 个体行为

第 2 章 知觉与归因 ..... 32

第一节 关于人的行为模式的概述 ..... 32

第二节 人的知觉 ..... 33

第三节 人的归因 ..... 43

第四节 如何提高知觉和归因的准确性和创造性 ..... 47

本章案例 如何在应聘面试中恰当地表现自己 ..... 53

<b>第3章 学习与决策</b> .....	58
第一节 学习的概念和重要性 .....	58
第二节 人如何通过学习获取新的知识 .....	59
第三节 人如何通过学习获得新的行为 .....	70
第四节 决策的重要性及相关概念 .....	74
第五节 决策的不同类型和理论 .....	77
第六节 个体因素对决策的影响及提高决策效能的因素 .....	82
本章案例 华北空中交通管理局如何管理员工的学习 .....	89
<b>第4章 个性与能力</b> .....	96
第一节 个性 .....	96
第二节 能力 .....	110
本章案例 Bob Kierlin 的企业“螺钉螺帽” .....	121
<b>第5章 价值观与态度</b> .....	123
第一节 价值观 .....	123
第二节 态度 .....	130
本章案例 卢作孚和民生公司 .....	145
<b>第6章 工作压力与情绪情感</b> .....	151
第一节 工作压力 .....	151
第二节 情绪与情感 .....	166
本章案例 天慧公司超负荷的员工 .....	174
<b>第7章 工作激励</b> .....	177
第一节 内容型激励理论 .....	177
第二节 过程型激励理论 .....	185
第三节 强化型激励理论 .....	190
第四节 综合激励理论 .....	192
第五节 管理实践中关于激励的一般原则 .....	193
本章案例1 硅谷高科技员工的激励 .....	200
本章案例2 沃尔玛在激励员工方面遇到的问题 .....	202

## 第3部分 群体行为

目

录

<b>第8章 群体行为分析</b> .....	206
第一节 群体的内涵、类型和作用 .....	206
第二节 群体管理的系统思想 .....	209
第三节 群体的行为特征 .....	211
第四节 群体发展的阶段模型 .....	216
第五节 群体有效性及其影响因素 .....	219
第六节 群体间绩效及其影响因素 .....	228
本章案例 A 机床厂的并行工程产品开发团队 .....	232
<b>第9章 群体沟通与群体决策</b> .....	243
第一节 关于沟通的基本概念 .....	243
第二节 信息沟通的一般过程模式 .....	246
第三节 信息沟通的不同类型 .....	247
第四节 沟通的有效性及其影响因素 .....	250
第五节 群体决策的必要性、特点和选择 .....	252
第六节 群体决策中的意见分歧和解决方法 .....	255
第七节 群体决策中表现出的特殊行为特征和改进措施 .....	259
本章案例 俄罗斯图—154 客机与美国波音 757 货机发生空中相撞事故 .....	268
<b>第10章 跨文化中的人际行为</b> .....	277
第一节 理解文化的特性 .....	278
第二节 跨文化沟通 .....	290
第三节 跨文化谈判 .....	293
本章案例 跨文化收购——联想并购 IBM PC 部门 .....	298
<b>第11章 谈判与冲突管理</b> .....	302
第一节 关于冲突的基本概念 .....	302
第二节 冲突产生的原因 .....	306
第三节 冲突的过程 .....	308
第四节 冲突管理 .....	311
第五节 谈判的基本概念 .....	315
第六节 谈判的要素与谈判过程 .....	319
第七节 有效谈判的策略 .....	322

本章案例 验光师之间的纠纷·····	327
<b>第 12 章 领导行为</b> ·····	330
第一节 领导的概念和领导理论概述·····	330
第二节 领导的行为理论·····	334
第三节 领导的权变理论·····	338
第四节 领导的素质理论·····	345
第五节 领导力发展理论·····	351
本章案例 世界第一总裁杰克·韦尔奇·····	356

## 第 4 部分 组织行为

<b>第 13 章 组织结构设计与分析</b> ·····	368
第一节 组织结构设计与分析中的战略分组·····	369
第二节 组织结构设计与分析中的战略联结·····	374
第三节 组织的战略整合·····	376
第四节 组织结构的選擇和有效性·····	378
第五节 当代复杂多变环境下的组织结构特征发展趋势·····	390
本章案例 会成生物科技有限公司·····	401
<b>第 14 章 组织中的利益、权力和政治</b> ·····	409
第一节 组织利益相关者及其利益需求分析·····	409
第二节 组织整合不同利益相关者利益的方法·····	416
第三节 组织中权力的管理·····	421
第四节 组织中政治行为的管理·····	425
本章案例 北京华旗资讯数码科技有限公司·····	430
<b>第 15 章 组织文化与管理</b> ·····	437
第一节 关于组织文化的基本概念·····	437
第二节 组织文化的描述方法和模型·····	438
第三节 组织文化的特征和作用·····	445
第四节 分析、建立、维持和变革组织文化·····	447
本章案例 北京汇智软件股份有限公司·····	457
<b>第 16 章 组织学习与学习型组织</b> ·····	466
第一节 组织学习和学习型组织在西方的发展概述·····	466

第二节	组织学习系统理论	470
第三节	组织学习系统理论关于学习型组织的形象比喻	480
第四节	发展组织学习能力和建立学习型组织的方法和原则	482
	本章案例 时尚出版集团	492
<b>第 17 章</b>	<b>组织发展与变革</b>	<b>504</b>
第一节	组织发展与变革的原因	504
第二节	组织变革的参数模型	506
第三节	推动变革过程的方法	508
第四节	组织发展的内涵与方法	513
	本章案例 华信通信系统控股有限公司	523

## 第 5 部分 展 望

<b>第 18 章</b>	<b>组织行为学研究发展展望</b>	<b>538</b>
第一节	信息网络技术环境下人的素质、行为和伦理	538
第二节	知识经济环境下的群体创造力、知识管理和激励	541
第三节	领导与决策行为	544
第四节	组织结构的变化与管理	548
第五节	组织文化	555
第六节	经济转型期的组织变革问题	560
第七节	组织学习和学习型组织	562
第八节	复杂性科学理论在组织行为研究中的应用	563

# 组 织

行为学

## 第 1 部分

PART

## 绪 论

### 第 1 章 绪论

# 第1章

## 绪论

### 学习目标

1. 充分认识学习组织行为学的目的和意义。
2. 了解组织行为学的概念、学科的由来、发展历史。
3. 掌握组织行为学的学科体系构成（包含的主要知识领域）和学科特点。
4. 深入理解组织、行为、组织行为三个重要概念。认识、掌握组织系统的各种特征。
5. 认识、掌握组织行为学的各种研究方法。
6. 了解组织行为学与其他学科的关系和未来发展趋势。

### 第一节 学习组织行为学的目的和意义

自从1978年实行改革开放二十多年以来，我国政治、经济、社会、科技和文化等事业得到了突飞猛进的发展，综合国力大大增强。载人航天的成功、三峡大坝的建成、青藏铁路的通车……这些举世瞩目的成就无不标志着中华民族正在努力实现国家的伟大复兴。对内建立和谐社会、对外发展世界和平，这种治国安邦的理念，标志着中华民族开始在世界舞台上日益展示其积极的力量和影响。抚今追昔，产生这种巨大的社会变迁最重要的原因之一，就是中国人的行为的改变——中华民族这些年表现出了前所未有的积极性和创造性！人是生产力中最活跃的因素，古今中外无数的事实表明，国家的成功、组织的成功、团队的成功以及个人的成功，都取决于人的正确行为。

组织行为学就是研究人的行为规律的一门学科。尽管人的行为是复杂的和变化的，但也是有规律的。只要我们能够掌握并运用这些基本规律，就能够使我们自己以及自己管理的团队和组织得到不断的发展和成长——由能管理好自己，发展到能管理好一个团队、管理好一个组织，进而能够治国安邦、影响世界。古人所说的“修身、齐家、治国、平天下”，就是体现了人们管理人的行为能力的发展过程和不断追求的境界。管理好自己、管理好他人/团队、管理好组织，这是每一个学习组织行为学的人应该努力追求的三个相互联系和相互支持的目标。

管理好自己。人是群体、组织和社会的细胞，群体、组织和社会的健康首先取决于每个个体的健康。管理好自己不仅关系到我们每个人的切身利益，而且对组织的发展极为重要。学习组织行为学的第一要务就是要能管理好自己，这样才能在组织中得到发展和成长。管理好自己要求我们做到：学会正视自己，不断理清自己内心深处的真实愿望，合理地确立自己的目标和定位；了解自身的价值观、态度、兴趣、偏好、性格、能



力等方面的特点，找到合适并能发挥自身长处的工作，做好职业规划；培养自己的敬业精神，在工作中充分发挥自身的潜力，热情而有创造性地工作，为组织效力；不断地学习和成长、超越自我、提升自我。总之，管理好自己就是要努力地让自己成为一个既对组织和社会很有价值，同时又能够实现自身追求和目标的人。

管理好他人/团队。人是社会性生物，每个人都生活在一定的工作群体和社会群体之中。如何管理好自己和他人的关系、自己和团队的关系，不仅影响个人在团队和组织中的升迁和发展，也会影响整个团队的成效。管理好他人/团队要求我们做到：学会正视他人，理解他人的愿望、需求和目标，采取有效的措施去激励他们；要善于认清他人的价值观、态度、兴趣、偏好、性格、能力、为人处事和思考问题的方式，努力给每个成员安排合适和能发挥他们长处的职位；要善于在团队内部建立有效的信息沟通、分工协作、解决矛盾冲突的机制；要学会建立一种共创共享的利益机制和伙伴文化；要促进团队成员之间进行信息、知识和经验的相互分享，并善于整合所有人的智慧来解决复杂问题。总之，管理好他人/团队就是要为自己建立一个有利于个人和组织发展的良好人际关系氛围，建立一个具有团队合作精神和凝聚力的团队，为实现整个组织目标服务。

管理好组织系统。随着自身的不断发展和组织的需要，人们可能会在一定的时期和环境里承担管理一个组织系统的责任。这里所说的组织系统可以是企业、民间组织、政府机构，也可以是国家和社会。由于组织系统的复杂性增加，所以相对于管理自己、管理他人/团队而言，管理组织系统对人们提出了更高的要求。要求管理者能深入认识到由人所组成的组织系统的本质，具有见树又见林的看清复杂系统的能力；要求管理者掌握必要的组织设计和分析的理论、方法和工具，从而正确地建构合理的组织结构、运作流程和制度体系，建立良好的内外利益关系，打造适合自身和环境的组织文化和价值观，建立不断学习和创新的机制；要求管理者能够使组织沿着正确的方向高效率地运行，组织既能达成现有的目标，保持内外部和谐和相对稳定性，又能不断发展和成长。总之，管理好组织就是要使整个组织系统保持持久健康的发展和可持续发展的竞争优势。

管理好自己、管理好他人/团队、管理好组织共同构成了一个人管理人的行为体系。它们分别是一个三角形的三条边，三者之间的关系是清晰可见的。第一，既然是三角形的三条边，它们之间就是缺一不可、相互依赖的关系。第二，它们是有一定的排列顺序的，人首先是要能管理好自己、管理好他人/团队，再发展到管理好组织系统。第三，它们之间需要保持合理的比例，才能维持平衡和发展。也就是说，管理好自己、管理好他人/团队、管理好组织系统这三者之间都必须随着另外两个方面的发展而调整另一个方面，只有这样才能维持整体的平衡和发展。

总之，管理者要真正同时做到管理好自己、管理好他人/团队、管理好组织系统不是件容易的事情。在当前改革开放、社会转型、全球化竞争的大环境下，中国的管理者面前既充满机会，同时也面临巨大的挑战。随着中国企业管理教育的发展，组织行为学成为了管理教育的核心课程，这一学科越来越引起学术界和实践者的重视。学习组织行为学的最终目的就是要提升管理者驾驭人的行为的能力，使个人、群体和组织都获得成功。