

高等学校应用创新型人才培养系列教材

工商管理专业



国家精品资源共享课配套教材

组织行为学

袁 凌 吴文华 熊勇清 编著

为科学。本书从个体行为、群体行为和组
系统介绍组织行为学的基本原理及其在管
第二章个体行为基础、第三章工作环境中的
管理、第六章群体行为基础、第七章人
政治与领导权力、第十章组织设计与组织
管理。

梳理相关的知识点，理清章节结构；在每
丰富教学内容；在每章最后专门设置了
每个案例力求内容通俗易懂，让学生能够
章后面还附有关键名词、思考题、本章实
化教学中的互动效果。

高等教育出版社

高等学校应用创新型人才培养系列教材

/工商管理专业

国家精品资源共享课配套教材

组织行为学

袁 凌 吴文华 熊勇清 编 著

Zuzhi Xingweixue

内容简介

组织行为学是研究一定组织中人的心理与行为规律的科学。本书从个体行为、群体行为和组织行为三个方面探讨组织管理中人的心理与行为规律,系统介绍组织行为学的基本原理及其在管理实践中的应用。全书共分为十二章,第一章导论、第二章个体行为基础、第三章工作环境中的激励、第四章工作设计与工作压力、第五章组织公民行为管理、第六章群体行为基础、第七章人际沟通与团队建设、第八章群体冲突管理、第九章组织政治与领导权力、第十章组织设计与组织结构、第十一章组织变革与组织发展、第十二章组织文化管理。

本书每章前面有引例和知识结构图,用来帮助学生梳理相关的知识点,理清章节结构;在每个章节中插入了有趣的小链接,用来拓展学生的知识面,丰富教学内容;在每章最后专门设置了案例分析一节,用来弥补学生的实践经验不足,精选的每个案例力求内容通俗易懂,让学生能够近距离感受组织行为实际问题的复杂性。另外,本书每章后面还附有关键名词、思考题、本章实训、延伸阅读,用来巩固学生对知识点的记忆与运用,强化教学中的互动效果。

本书作为高等学校工商管理专业应用创新型人才培养系列教材之一,适合经济与管理类专业本科生选用。

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/袁凌,吴文华,熊勇清编著. --北京:
高等教育出版社, 2015. 1

高等学校应用创新型人才培养系列教材

ISBN 978-7-04-041493-6

I. ①组… II. ①袁… ②吴… ③熊… III. ①组织行为学-高等学校-教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 262313 号

策划编辑 雷雪
责任校对 孟玲

责任编辑 雷雪
责任印制 朱学忠

封面设计 姜磊

版式设计 杜微言

出版发行 高等教育出版社

社址 北京市西城区德外大街4号

邮政编码 100120

印刷 北京信彩瑞禾印刷厂

开本 850 mm×1168 mm 1/16

印张 21.5

字数 450千字

购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598

网址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

网上订购 <http://www.landrac.com>

<http://www.landrac.com.cn>

版次 2015年1月第1版

印次 2015年1月第1次印刷

定价 34.20元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 41493-00

应用创新型人才的培养是在我国当前经济发展和人才需求形势下对教育、教学模式改革提出的崭新课题。十八大报告指出,要“全面实施素质教育,深化教育领域综合改革,着力提高教育质量,培养学生社会责任感、创新精神、实践能力”;“重点扩大应用型、复合型、技能型人才培养规模”已被明确写入了国家中长期教育改革和发展规划纲要。为了实现应用创新型人才培养目标,高等教育出版社首先倡导对教材的编写模式进行重大改革,针对若干应用性强的学科,组织撰写“高等学校应用创新型人才培养系列教材”,使其成为继“面向21世纪课程教材”之后,高等教育出版社为顺应新形势、完成新使命而发起的重大教材建设工程。“高等学校应用创新型人才培养系列教材/工商管理专业”就是在这样的背景下组织出版的,系列教材以理论的创新应用为最终目标,突出了理论、实践、创新等三方面教学任务的相互协调,实现“知识传授、能力训练、智慧启迪”。

任何应用都是对一定理论的应用,工商管理专业的应用创新型人才培养系列教材同样离不开对理论的清晰讲述,但不能沉迷于对理论的赘述,要重点把握“结构、语言、深度”三个关键点,即结构清晰、理论完整;深入浅出、朴实无华;深度适宜、留有空间。系列教材在注重理论的完整性、系统性的基础上,以经典理论为结构主线阐述知识要点及其逻辑关系,对理论进行了较大幅度的“瘦身”,让教材变薄,使理论精练;同时注意把握本科教育与高职教育的差异性,能够简洁地将编著者自身的或本领域最新的研究成果融入教材之中,保持普通高等教育的“象牙塔”特色,注重理论讲解的“到位性”。每章开篇引入“本章知识结构图”,明确全章重要知识点之间的逻辑结构,帮助学生克服在初学一门课程时容易出现的只知局部、不知整体的“盲人摸象”现象。每章章末补充“延伸阅读”,为学生提供一些课外阅读材料,让有深入学习兴趣的学生

有章可循。

解决了理论知识的组织之后，如何引导理论走向实践，是本系列教材建设面临的重要任务和更大挑战。本系列教材在侧重揭示基本原理和知识的基础上，立足现实，注重增加实践环节与应用指导，从而解决实际问题，引导学生逐步实现知识体系与岗位技能、专业素质与行业发展的顺利过渡。工商管理作为应用性学科，案例教学和实践训练是培养学生学以致用能力的一个重要平台。案例的适用性是案例教学能否更好地发挥作用的关键因素。系列教材强调案例选择应力求贴近生活，在唤起学生切身感受的同时也给学生更大的可行性去对案例事件进行深入的调查研究，从而在案例环节就搭建起理论走向实践的桥梁。每章开篇以小案例引入主题，同时配以案例启示，启发学生思考，引起学生学习兴趣；在正文中及时插入与理论知识相匹配的小链接，以引发学生对理论的思考；章末案例引导学生综合运用全章知识，深入调查思考。每章结尾都专门设置“本章实训”栏目，涉及管理观察、管理设计、管理模拟、开放性话题讨论等多种形式，实训任务的设计详细地给出了实训目的、内容、组织方式、实施步骤、评价标准，提高了实训任务的可操作性，使之真正成为应用创新型人才培养的一个重要环节。

本系列教材的建设必须为培养创新型人才服务，才能适应时代潮流。如何培养创新型工商管理人才是摆在所有工商管理教育工作者面前的重大课题。创新来自于理论，创新来自于实践，创新更来自于激情。因此，培养创新型工商管理人才的关键在于“引导学生从理论走向实践，在实践中激发创新热情”。本系列教材创新的落脚点在于“激发热情”，使学生摆脱过深、过难、过繁的理论学习，引导学生抓住重点、把握结构、展望前沿，为学生的创新思维留出时间和空间；将实践引入课堂，使之成为教学的有机组成部分，在实践中理解理论，在实践中发现新问题、探索新方法，甚至创造新理论；利用现代信息技术，为教师教学、学生学习建造一个畅通的、专业的、活跃的交流平台，使思想在这里碰撞，合作在这里达成，资源在这里分享。

教材编写及相关资源建设，是一个复杂而系统的工程。为出版精品教材，“高等学校应用创新型人才培养系列教材/工商管理专业”编委会采用了多种手段和措施保证系列教材的质量。首先，对每种教材的主编提出了明确的资格条件，通过广泛征集、自我推荐等方式，吸引优秀教师、企业人才参与编写；其次，按照应用创新型人才培养系列教材的建设目标，制定统一的教材编纂模板，保证系列教材结构的一致性和内容的完整性；再次，邀请全国著名专家、教授召开研讨会，集思广益，对每本教材的大纲、样章进行认真审阅、严格把关，力争精益求精；最后，编委会对每本教材的内容进行认真审核，并为每本教材配有一至两位审稿专家。

在高等教育出版社和全国许多高校教师、企业家的辛勤付出和努力之下，我们很高兴地看到，“高等学校应用创新型人才培养系列教材/工商管理专业”陆续和全国读者见面。我们衷心希望本系列教材的出版对提高应用创新型工商管理人才的培养水平做出贡献，对其他应用性学科的教材建设起到借鉴和推动作用。同时，借系列教材陆续出版

的机会，向所有对系列教材的构思、组织、撰写、审校、编排出版等做出贡献的专家学者和工作人员表示最诚挚的感谢！

应用创新型人才培养系列教材的建设是一项复杂的系统工程，也是一次新的尝试，固然有许多经验值得总结，也难免出现疏漏或不妥之处，恳请广大读者不吝赐教，帮助我们不断提高系列教材的质量。

杨善林

2014年6月8日

在管理学科的诸多领域中，组织行为学作为一门实践性、应用性很强的综合学科，有着非常重要的地位。组织行为学以管理学、心理学、政治学、社会学和生理学等学科为基础，对个体、群体和组织中人的心理与行为进行深入研究，致力于提高管理行为的有效性以达到组织目标。现代企业管理的一个显著特点是“以人中心”的管理，任何一个管理者如果不能有效地提升员工的素质与积极性，发挥组织和群体的效能或者融合团队的能量，那么这个企业中的资金、土地、原料、设备、信息等物质因素都不能实现其真正价值。因此，帮助企业管理者学习和掌握组织行为管理的基本理论和基础知识是本书的首要出发点。

在全球化和信息化的时代背景下，组织行为学不断朝着更综合化、更具普遍性和更为多元化的方向前进。人本主义与积极心理学的思想给组织行为学发展注入了新的活力，使得组织行为学更多地去关注怎样引导和激励消极、懒惰的员工，研究更有效地解决冲突、压力和工作倦怠，改进不良的态度和对组织变革的抵制；在重视合作的价值观下，团队精神、群体动力和知识信息管理等内容日益成为组织行为学中的重要组成部分，诸如组织公民行为等角色外行为也渐渐受到管理者的重视；组织的全球化定位使得对于组织内的文化产生与融合的研究日益深入，跨文化管理的问题受到广泛的关注。鉴于此，在新经济、新环境下探讨组织行为管理的新问题和新方法是本书的另一个出发点。

编者从事组织行为学教学与科研 20 余年，不仅对该学科有着深入的了解，而且积累了宝贵的教学与实践经验，取得了一系列的教学研究成果。湖南大学于 20 世纪 90 年代初正式开设“组织行为学”课程，编者于 1997 年组织编写出版了《组织行为学》教材，该教材于 2000 年修订再版；2003 年又牵头组织编写出版了包括《组织行为学》在

内的工商管理系列教材,依托该系列教材的教学改革项目于2004年获湖南省优秀教学成果三等奖;2007年《组织行为学》列入普通高等教育“十一五”国家级规划教材建设项目,2008年《组织行为学》按国家规划教材的要求修订再版,再版后的《组织行为学》于2009年获湖南省普通高等教育优秀教材奖;2010年“组织行为学”课程先后成为普通高等教育湖南省精品课程和国家级精品课程建设项目;2013年该课程又入选了普通高等教育国家级精品资源共享课建设项目。本书凝结了许多人的辛勤汗水,也是编者对20多年组织行为学教学与研究的总结。

本书沿用了国内普遍接受的个体行为、群体行为、组织行为的编写顺序,补充了组织行为学研究的最新成果。本书共分为十二章。第一、二、四、五、六、七、八、十二章由湖南大学工商管理学院袁凌教授编写,第三、九章由厦门大学管理学院吴文华教授编写,第十、十一章由中南大学商学院熊勇清教授编写。在本书编写过程中,陈琛、余悦、张磊磊、代波等同学在查找文献、整理材料和校对文稿方面做了大量工作。

作为工商管理专业的系列教材之一,本书在编写过程中得到了湖南大学工商管理学院、厦门大学管理学院、中南大学商学院和高等教育出版社的领导的大力帮助与支持,引用了部分国内外组织行为学研究者的最新成果与文献,在此一并对领导、学者及帮助本书编辑出版的高等教育出版社表示诚挚的感谢。

本书从结构安排到内容筛选几经讨论确定,并组织了经验丰富的教授团队编写,非常希望能奉献给读者一本满意的教材。但由于时间和学识所限,书中的不当或疏漏之处在所难免,恳请同行和读者提出宝贵意见,以期日后再版时使本书日臻完善,从而给读者奉上更为适用而又合意的《组织行为学》教材。

编者

2014年9月于岳麓山

• • •	001	第一章 导论
	001	引例
	002	本章知识结构图
	003	第一节 组织与组织行为
	007	第二节 组织行为学的形成与发展
	014	第三节 组织行为学的内容与研究方法
	016	第四节 组织行为学的基本理论
	023	第五节 案例分析
	025	本章小结
	026	关键名词
	026	思考题
	026	本章实训
	028	延伸阅读
• • •	029	第二章 个体行为基础
	029	引例
	030	本章知识结构图
	030	第一节 知觉与归因
	035	第二节 气质与能力
	040	第三节 性格与情绪

048	第四节	态度与价值观
053	第五节	案例分析
055		本章小结
055		关键名词
055		思考题
056		本章实训
058		延伸阅读

• • •	059	第三章	工作环境中的激励
	059		引例
	060		本章知识结构图
	061	第一节	需要与动机
	063	第二节	行为与激励
	065	第三节	激励理论
	080	第四节	管理工作中的激励实践
	085	第五节	案例分析
	086		本章小结
	087		关键名词
	087		思考题
	088		本章实训
	089		延伸阅读

• • •	091	第四章	工作设计与工作压力
	091		引例
	092		本章知识结构图
	093	第一节	工作设计
	099	第二节	工作压力
	104	第三节	工作生活平衡
	112	第四节	案例分析
	114		本章小结
	115		关键名词
	115		思考题
	115		本章实训

117 延伸阅读

- • • 119 第五章 组织公民行为管理
 - 119 引例
 - 120 本章知识结构图
 - 120 第一节 组织承诺
 - 122 第二节 心理契约
 - 127 第三节 组织公民行为管理策略
 - 133 第四节 案例分析
 - 134 本章小结
 - 135 关键名词
 - 135 思考题
 - 135 本章实训
 - 136 延伸阅读

- • • 137 第六章 群体行为基础
 - 137 引例
 - 138 本章知识结构图
 - 139 第一节 群体行为概述
 - 143 第二节 群体规范与压力
 - 148 第三节 群体士气与凝聚力
 - 154 第四节 群体决策
 - 160 第五节 案例分析
 - 162 本章小结
 - 162 关键名词
 - 162 思考题
 - 162 本章实训
 - 164 延伸阅读

- • • 165 第七章 人际沟通与团队建设
 - 165 引例
 - 167 本章知识结构图

	167	第一节	人际沟通
	176	第二节	团队建设
	182	第三节	群体中的团队管理实践
	186	第四节	案例分析
	188		本章小结
	188		关键名词
	188		思考题
	189		本章实训
	191		延伸阅读
• • •	193	第八章	群体冲突管理
	193		引例
	194		本章知识结构图
	195	第一节	群体冲突概述
	201	第二节	群体冲突模式和过程
	206	第三节	企业冲突管理
	212	第四节	案例分析
	213		本章小结
	213		关键名词
	214		思考题
	214		本章实训
	215		延伸阅读
• • •	217	第九章	组织政治与领导权力
	217		引例
	218		本章知识结构图
	218	第一节	组织政治
	222	第二节	领导与权力
	227	第三节	领导理论
	236	第四节	领导权力管理
	239	第五节	案例分析
	242		本章小结
	242		关键名词

	243	思考题
	243	本章实训
	245	延伸阅读
• • •	247	第十章 组织设计与组织结构
	247	引例
	248	本章知识结构图
	248	第一节 组织理论
	252	第二节 组织设计
	256	第三节 组织结构
	265	第四节 案例分析
	266	本章小结
	267	关键名词
	267	思考题
	267	本章实训
	268	延伸阅读
• • •	269	第十一章 组织变革与组织发展
	269	引例
	270	本章知识结构图
	270	第一节 组织变革
	286	第二节 组织发展
	289	第三节 创建学习型组织
	296	第四节 案例分析
	297	本章小结
	297	关键名词
	297	思考题
	298	本章实训
	298	延伸阅读
• • •	299	第十二章 组织文化管理
	299	引例

300	本章知识结构图
301	第一节 组织文化理论
307	第二节 组织文化建设
312	第三节 企业组织跨文化管理
314	第四节 案例分析
316	本章小结
316	关键名词
317	思考题
317	本章实训
318	延伸阅读

• • •	319 参考文献
-------	----------

第一章 导 论

引例

办公室里的微笑

办公室政治文化可以悄然改变我们的微笑？近日，在新奥尔良举行的神经科学年会上，美国认知神经科学家 Sook Lei Liew 验证了这一现象。他指出，我们会根据对方官位级别、权力大小和地位高低来做出要么分享微笑、要么隐藏微笑的反应。

毫无悬念的是，研究指出中国员工对直接上司照片做出的反应最快。所以，你不用奇怪为什么办公室的“马屁精”们总能面对领导谄媚言笑。反之，高高在上的老板们经常摆出的“苦瓜脸”也得到了解释——对于权力低于自己的员工，选择隐藏微笑并无大碍。

加州大学圣地亚哥分校的认知神经科学家埃文·卡尔（Evan Carr）使用了一种称为面部肌电扫描的技术对 55 名男生和女生进行反应测试，这些学生被分成了两组，分别是自我感觉权力较大的一组和自我感觉权力不大的一组。测试者给他们播放关于一些人的视频，告知他们此人身居高级职位或者此人职位低下。

卡尔把他们看视频时因不自觉地微笑而产生的肌肉运动记录下来，记录精确到毫秒。他发现，他们是否会不知不觉地模仿对方——以微笑回应对方的微笑，在某种程度上似乎取决于效仿者自身的权力意识以及他们正在“对镜观察”的那个人的社会地位。研究人员发现，当人们觉得自身拥有足够的权力时，他们甚少以笑容回应身居高位者的微笑，且会自动克制自己去效仿一个迷人笑容的冲动。卡尔说：“这样你可能会觉得自己更有竞争力。”



拓展资源

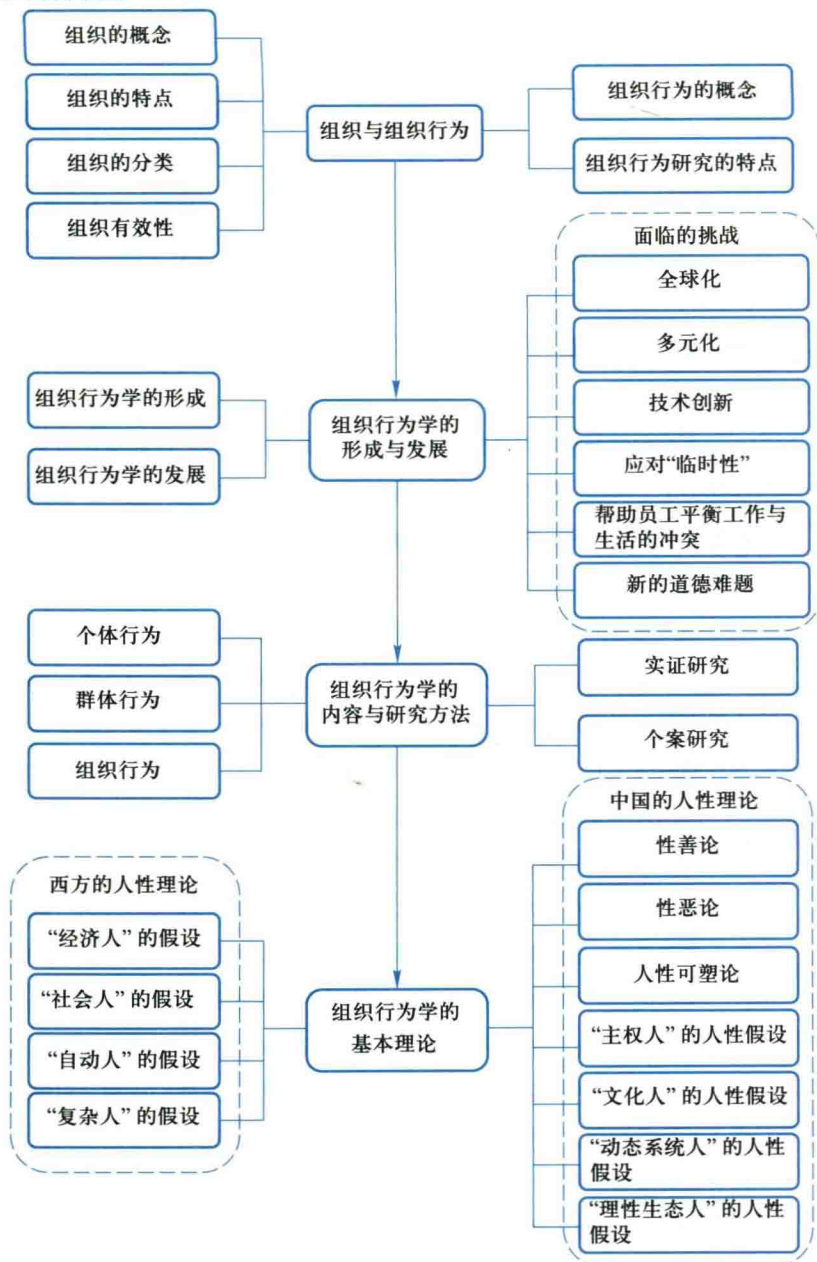
更多资源请扫描右侧二维码，或访问爱课程网→资源共享课→组织行为学/袁凌→第一部分组织行为学概述。



管理启示

为什么人们在具有办公室政治文化的情境下，对老板的脸是最敏感的？为什么当觉得自己权力不大时会自觉对每一个人的微笑做出回应，而自我感觉权力大的人会自动克制自己去效仿迷人笑容的冲动？本书的目的就是要帮助读者了解这些现象的原因以及解决方法。通过对组织行为学的学习，可以帮助管理人员了解组织中个人、群体以及组织行为的复杂性，进一步探讨解决问题的方法，提升他们理解、解释、预测和控制人的行为的能力。

本章知识结构图



组织行为学是研究一定组织中人的心理与行为规律的一门科学。它是以行为学为基础，与心理学、社会学、人类学、工程学等学科相交叉的一门边缘学科。社会的发展，尤其是经济的发展促进了企业组织的发展，组织行为学越来越受到人们的重视。

第一节 组织与组织行为

一、组织概述

（一）组织的概念

在组织行为学中，组织是指为了实现既定的目标，按一定规则和程序而设置的多层次岗位及其有相应人员隶属关系的权责角色结构，如工商企业、政府机关、军队、学校、医院、社会团体等。组织之所以存在，是因为它能够满足人们在日常生活和社会活动中的种种需要，这些需要日趋复杂化、多样化，仅仅通过孤立的个体活动无法自我满足，于是出现了人们的群体活动。在群体活动中，为了协调不同个体的行为，就会按照一定的关系建立特定的规则。这种活动正式化、稳定化与规则化的结果就导致了组织的出现。

（二）组织的特点

1. 组织是由人组成的集合

组织是由人构成的，同时组织活动也需要一定的物质资源。因此，组织既有物质结构，又有社会结构。组织活动的资源配置是通过人来完成的，正是人群形成了组织，没有人群便没有组织。

2. 组织有明确的使命和目标

任何组织都有其基本的使命和目标，企业是为了生产产品、提供服务来满足顾客需要，教育机构是为了培养人才，医院的存在是为了给病人提供健康服务等。组织的使命和目标说明了组织存在的理由。

3. 组织具有专业的分工和协作

组织的存在是由于自身的使命和目标，这些使命和目标是社会所必需的，但单个人又不能完成的。为了完成自己的目标，组织必须开展实际的业务活动（统称作业工作），如医院的诊治、学校的教学、工业企业的生产等。组织是直接通过作业活动来完成组织目标的，而作业活动的开展又离不开相应的人力资源（员工）、物力资源（原材料和机器设备）、财力资源（资金）和信息资源（各种数据和情报）等的运用，否则作业活动就成了“无米之炊”。形成分工关系的个人、群体、部门是组织的一部分，他们