

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

组织行为学

第八版
精要版

工商管理
精要系列

[美] 里基·W.格里芬 格利高里·摩海德 著

Ricky W.Griffin

Gregory Moorhead

刘伟 狄红秋 译

心理契约

个体就自己对组织的贡献以及组织对个体贡献回报的总体期待。心理契约主导着个体和组织间的基本关系。

组织公民

由员工自发进行的、在组织正式的薪酬体系中尚未得到明确的或直接的承认，但就整体而言有益于组织运作效能的行为的总和。

情绪智力

也称情商（EQ），是个体管理自我意识、情绪、激励自我、表现同情心和掌握社交技能的水平。

强化理论

主张行为是结果的函数。导致快乐的行为更有可能被重复，而带来不愉快结果的行为则不大可能被重复。

群体思维

一种存在于高内聚群体中的思维方式，群体对意见一致性的愿望压倒了对各种方案的现实评估。

组织行为学

以组织环境中的人类行为、组织和人类行为间的相互作用以及组织本身为研究对象的管理学科。

承诺升级

决策者有时在作出决策后对决策过分执著，即使知道决策是错误也仍然坚持。

偏见

有关他人优越或卑下的强化判断，可能导致对某一群体价值的过高评价和对另一个群体价值的过低评价。

组织承诺

也称工作承诺，是指个体认同或依恋组织的

激励

引导他人做出特定的行为而不是另一些行为的力量的组合。

同化

少数群体成员被迫学习多数群体成员行为方式的过程。在组织中，同化意味着聘请来自不同背景的员工，然后试图令他们融入组织文化。

刻板印象

基于某些特征或特质而形成的对于个人和群体的概括。

认知失调

当两组认知或知觉之间可能出现冲突或不一致的情况时，个体所体会到的焦虑。当人们的行为同态度不一致时，也会出现认知失调。

压力

个体对刺激的适应性反应，这些刺激对个体提出了超过正常水平的心理和生理要求。

创造力

个体提出新思想和从现有思想中发现新观点的能力，在决策情境的定义、方案的制订以及方案评估的过程中都扮演着重要的角色。



中国市场出版社
China Market Press

组织行为学

第8版·精要版

〔美〕里基·W.格里芬 (Ricky W.Griffin) / 著
格利高里·摩海德 (Gregory Moorhead) / 著
刘伟 狄红秋 / 译

中国 市场 出版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学: 第 8 版: 精要版/ (美) 格里芬 (Griffin, R.) 著; 刘伟, 狄红秋译. —北京: 中国市场出版社, 2011. 3

ISBN 978 - 7 - 5092 - 0721 - 5

I. 组... II. ①格... ②刘... ③狄... III. ①组织行为学 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 242339 号

Ricky W. Griffin Gregory Moorhead

Organizational Behavior, Eighth Edition

First published by Houghton Mifflin Company, Boston, Massachusetts, United States of America.

Copyright © 2007 by Houghton Mifflin Company.

Simplified Chinese Edition Copyright © 2011 by Scientific and Educational Press.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由中国市场出版社出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

书 名: 组织行为学: 第 8 版 (精要版)

作 者: (美) 格里芬 (Griffin, R.)

译 者: 刘 伟 狄红秋

责任编辑: 孙 忠

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼 (100837)

电 话: 编辑部 (010) 68033067 读者服务部 (010) 68022950

发行部 (010) 68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销: 新华书店

印 刷: 河北省高碑店市鑫宏源印刷包装有限责任公司

规 格: 787 × 1092 毫米 1/16 33.25 印张 593 千字

版 本: 2011 年 3 月第 1 版

印 次: 2011 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5092 - 0721 - 5

定 价: 66.00 元

使用指南

<http://www.glamourpress.com>

欢迎您使用由著名管理学家格里芬教授和摩海德教授撰写的经典教材《组织行为学》第8版精要版。自第一版上市以来的20多年时间里，本书一直是市场上的领导者。新的版本加强了原有的优势，根据研究和实践的发展也增添了新的特点。本书的主要特点包括：

- 语言简洁生动，学生能够享受到阅读的乐趣。作为管理学、特别是组织行为学领域中的著名专家，两位作者在保持概念准确性的前提下将组织行为理论及其应用以浅显易懂的形式呈现给读者。
- 强调基础的原理，让学生通过学习全面地掌握当代组织行为研究的基本成果。
- 立论严谨，注重研究的支持，丰富的注释为有志于研究的学生提供了获得原始文献的线索。
- 令人印象深刻的案例教学法。开篇案例和结尾案例的选取注重在当代的组织现象中为学生提供理解和应用理论的背景，大量的小型专题则就某一主题提供了及时的现实分析。每一部分还配有一个大型案例，对较为广泛的主题进行深入、全面的回顾。
- 把握理论和实践发展的前沿主题。例如在第2章将当代组织环境的变革（全球化、技术、多元化、伦理和公司治理）集中予以介绍。第13章则增加了战略、伦理、虚拟领导的新材料。
- 多样化的练习和习题，帮助学生灵活地掌握和运用所学。

限于篇幅原因，中文出版者将原版中注释部分省略，包括引文资料来源及补充说明，这些材料有助于读者了解本书正文部分的学术背景。有兴趣的读者请致信读天下客户服务（szpress@gmail.com）索取文件。请登录读天下网站（www.glamourpress.com）了解更多案例和教学资源。

本教材中文版开发商读天下为授课教师提供了教师课件（内容包括教师手册，中英文幻灯片）。采用本书作教材的高校老师可以申请教师课件，请致电或发电子邮件联系。

电话：010 - 68033067

传真：010 - 68023034

邮件：szpress@gmail.com

QQ：1291259423

天下风华 传递有思想的信息

Global Glamour

Delivering thoughtful messages

献 辞

For my daughter Ashley—A wife and successful business professional,
but still her daddy's sweet and shining star.

R. W. G

For my family: Linda, Alex, and Lindsay.

G. M.

提高学习效果的结构设计

本章概要

本章的学习要点

第1章 组织行为学概述

本章概要

- 什么是组织行为学?
- 组织行为学与管理过程
- 组织行为学与管理工作
- 当代组织行为学
- 组织行为学的情境理论

本章学习目标

- 定义组织行为学
- 理解管理过程的范围以及它们同组织行为学的联系
- 理解组织行为学与管理工作的联系
- 描述当代组织行为学

不论组织的规模、地点如何,它们之间至少有一个共同点,那就是任何组织都是由人构成的。企业战略方向的决策就是由这些人做出的。他们负责采购企业生产产品所需要的资源和销售产品。他们管理着企业的总账、仓库、信息系统。在工作日结束时打扫场地。不论管理者如何有效,所有组织的成功——或失败——是许多个人行为共同的结果。事实上,没有他人的协助,任何管理者都无法获得成功。

因此,每一位管理者——不论是产业界人通用电气公司、本田汽车公司、沃尔玛或美国航空公司负责人,还是红十字会、陆军这类非营利组织的负责人,或是篮球队、医院这类特殊机构的负责人,或是当地的必胜客或干洗店的负责人——都必须努力设法理解组织中的成员。本书的主题就是作为组织成员的人群,它还涉及组织本身管理组织的管理者。对组织和组织中成员的研究构成了组织行为学的研究领域。

1.1 什么是组织行为学?

“组织行为学”的准确含义是什么?为什么要研究组织行为学?对这两个基

本章学习目标

对概要的进一步解释,在复习时还可以对照自己掌握的情况

本章总结

对本章要点的回顾,复习知识的有力工具,评估自己对概念的掌握是否准确。

组织行为学案例

在这些案例中,你应当能够辨析与本章概念相关的内容/课堂讨论可以帮助你从其他同学的分析中受益。

本章总结

概要

组织行为学是研究组织环境下人类行为、人类行为与组织间的界面以及组织本身的学习。组织行为学所研究的重要现象自组织在我们生活中的重要作用。组织行为学与管理过程密切相关。事实上,管理实践本身就是一种管理过程。管理过程是指管理者如何把组织中的不同层面的成员、同一层面的成员、不同组织中的成员以及管理者自身的行为。

管理者的工作可以归纳为4大职能:规划、组织、领导、控制。规划是明确组织目标和确定如何实现规划的过程。组织是设计工作、将工作分解为可管理的单元以及在工作与工作之间建立权力关系的过程。领导是指激励组织成员共同工作实现组织目标的过程。控制是指根据组织目标监督和纠正组织的行为或行为的过程。

管理过程包括10项基本角色。要求管理者运用4项技能。管理工作的角色包括3项人际关系角色(精神领袖、领导者和联络者)、3项信息角色(监听者、传播者和发言人),以及4项决策角色(企业家、故障排除者、资源分配者和谈判者)。有效管理所需要的4项基本技能是技术技能、人际技能、概念技能和创新技能。

当代组织行为学试图描述,而不是仅仅描述行为与行为。组织行为学同心理学、社会学、人类学、政治科学、经济学、工程学以及医学的关系使它具备了多学科的性。组

织行为学的基本概念可以分为三大类:个体差异、人际过程和组织过程。这三大类同时构成了本书的结构框架。

组织行为学研究领域中重要的情境理论包括系统理论和情境理论。与组织绩效相关的指标包括许多重要的个体层面、群体层面和组织层面的结果。

讨论题

- 有人认为,理解人类行为是管理工作中唯一重要的任务。你同意这一说法吗?为什么?
- 组织行为学与管理、创新和创造力的相关性在哪里?有哪些不同?组织行为学与管理学有任何相似之处吗?
- 举出一些受人行为影响较大的管理工作的例子,再举出一些受环境影响较小的管理工作的例子。
- 根据你的经验或观察,举出4项基本管理职能的例子。
- 就每个人而言,哪些管理技能是关键的?哪些管理技能是关键的?如何改进它们?
- 假设你是一名经理。一位被他人称为技术能手,但人际能力较弱。另一位则相反。你会给谁一位?为什么?
- 有人认为组织中的个体有工作满意度以及获得成长和发展的机会的基本权利。你将如何支持这一主张?如何反对这一主张?
- 许多大学开设组织行为学或组织心理学课程。这些课程的内容和本课程非常相似。

CASE

发挥员工能力的100次方

Google公司是一家网络搜索引擎提供商。它的名字来自于“googol”,意思是10的100次方(1后面100个零)。它反映了这家企业对互联网上海量信息进行组织的能力。

Google公司名列世界前5位流量最大的网站,每月访问Google公司网站的个人多达5200万,其中一半来自美国以外。Google以使用户的形式提供了8亿网页的分类资料。它向提供公司网站链接的赞助商收取费用,而时薪由谷歌公司负责。同时避免了令人厌烦的跳出广告。

Google公司怎样做到持续开发创新技术以领先于竞争对手?成功的关键在于它的员工。

Google一开始是斯坦福大学两名研究生佩吉和布林创建的。此后公司一直保持着非正式的大师精神。公司员工每周可以有一天的时间研究自己的项目。自由实验的时间为公司带来了种种创新,例如网页的翻译功能。对于这家企业而言,创新的重要性是不言而喻的。Google公司的网站上写道:“我们很少讨论发布有什么东西——我们的主要竞争对手之一就是谷歌。谷歌和微软。”

协作是Google员工另一项关键技能。Google公司的设施包括会议室和共享办公空间。员工和CEO在一起吃午饭,参与同一个虚拟团队,使用同一个会议室。Google公司的网站上写道:“Google更重视能力而不是经验”。员工在公司等级中所处的地位并不对

重。在一个压力很大的环境中,Google公司的员工必须具备合作。员工可以在公司网站上传和分享文档。可以上传照片。其获得得经验是开心的事情。当Google公司需要新的技术时,他们并不采用传统的技术。相反,他们合作开发新的技术。为表现优异者提供奖金奖励和工作岗位。

尽管管理工作很重要,但Google公司的员工在生产力和效率和成本削减方面非常严格。为了保持对顾客的关注,在公司总部甚至办公室安装了一排巨大的世界地图。员工代表看当前的搜索数据,颜色代表或者搜索使用的语言。办公室也安装了显示当前搜索活动的装置。从员工可以保持对最近地区的搜索的关注。

Google公司对卓越的追求在公司网站上得到特别强调:“我们一直在寻找能够胜任挑战、勇于创造创新的员工。”公司利用员工的多元化推动创新。但在公司的业务方面却十分专注——搜索。公司网站上公布的核心价值就是“把一件事做得特别特别好”。Google公司哲学是“永无止境”,体现了公司追求完美的决心。

当然,Google还称不上完美。公司的高层领导是技术专家。他们在经营方面并无特长。在2004年谷歌公开上市过程中,管理层犯了一些严重的错误,以至于引起了证券交易委员会的质询。后来证明这些错误并非最

多样和丰富的练习，提高成绩

组织行为学（精要版）第8版

组织行为学练习：期望理论的动态性

练习目标：本练习可以帮助你认识期望理论的动态性及其复杂性。

练习形式：首先由你自己确定与期望理论有关的期望理论的各个方面，然后与课堂的同学分享你的发现。

练习步骤：假定你就是职场，你在课堂中所做的就是工作。

- 确定6-7种好绩效的结果（例如好成绩或教师的推荐），其中应当至少包括一种不期望的结果（例如缺乏自由时间）。
- 用10代表“最期望”，用-10代表“最不希望”，0代表“完全无所谓”，以此对每项结果的期望值进行打分。也就是说，对每项结果的期望值应当在10和-10之间。
- 假定你是一名管理者，估计每一项在结果的可能性，用百分比表示这一可能性。
- 将期望与可能性相乘，再将结果加总。这

总和就是你对高绩效的总估价。

- 评估你通过努力可以成为高绩效者的可能性，用百分比表示这一可能性。
- 将这一可能性与步骤4得出的总估价相乘，这一分数反映了你的激励动力，也就是你作出努力的激励。

现在将全部分为3-4个小组，将你们的激励动力进行对比，讨论为什么某些分数差异如此大，还要注意哪些成员的激励总分最相似，但其构成因素却不同。

后续问题

- 从这一练习中可以看出期望理论的哪些优势和缺陷？
- 这一练习能够被管理者管理一群下属吗？为什么？

第4章 组织中的激励

- 如果他人受到不公平的对待，我会为此感到不舒服。
- 如果我是经理，我会让所有的员工得到公平的对待。
- 如果我认为自己受到不公平的对待，我会感到强烈的改变激励。
- 如果我认为受到不公平的对待，我会离职。
- 短期的不公平并不重要，时间长了问题自然会解决。

	5	4	3	2	1
完全同意					
同意					
无所谓					
不同意					
完全不同意					

	5	4	3	2	1
完全同意					
同意					
无所谓					
不同意					
完全不同意					

	5	4	3	2	1
完全同意					
同意					
无所谓					
不同意					
完全不同意					

	5	4	3	2	1
完全同意					
同意					
无所谓					
不同意					
完全不同意					

培养管理技能练习

练习概要：人际技能——理解和激励个体和群体的能力——对于管理者处理好组织中公平和正义问题极为重要。这一练习帮助你理解如何运用这些技能。

练习背景：你是电子产业中的一名经理，管理着一组专业员工。其中一名叫布加的员工要求与你谈话，他相信自己知道他要谈什么，但不知道如何谈。

你是在10年前聘用布加的，在工作中他是一个可靠的员工，但不出色。例如，他的绩效从各方面来看都是令人满意的，但很少是出色的。因此，他多年来的绩效评估和加薪等总是居于中等水平。事实上，他今天的工资水平甚至低于同小组中年资较少而绩效更高的员工。

公司刚刚宣布在你的小组中设置一个领导者的职位，你知道布加希望得到这一职位。他认为只凭多年的努力就有机会得到这一职位。然而你的看法却不同，他的真正人选是托马斯，他在公司里的工作年资只有6年。

组织行为学练习 自测练习 培养管理技能练习

更多层次、更多维度的练习，更好的效果和成绩

组织行为学（精要版）第8版

测试题

TEST PREPARE

- T F 1. 激励是影响员工绩效的唯一因素。
- T F 2. 激励的人力资源理论假定员工工资和参与的程度与激励成正比。
- T F 3. 阿尔弗雷德的·赫茨伯格认为，在追求高层级需要时受挫的个体将退回到前一个层级。
- T F 4. 高成就者更倾向于工作，希望马上获得对绩效的反馈。
- T F 5. 根据公平理论，如果感到自己报酬太低，你会增加努力。
- T F 6. 强化理论认为行为是结果的函数。
- T F 7. 管理像工业这样的激励的最好方式是制定激励机制。
- 激励是下面所有要素的函数，除了：
a. 激励
b. 能力
c. 环境
d. 组织行为
e. 上述所有
- 管理者最易评估和满足的需要是：
a. 生理需要
b. 安全需要
c. 归属需要
d. 自我实现需要
e. 社会需要
- 为了消除赫兹伯格的“双因素理论”：
a. 首先要消除导致不满意的状况，然后专注于能够提高激励的因素
b. 首先专注于带来满意的因素，然后消除导致不满意的状况
- 首先专注于低层次需要，然后满足高层次需要
a. 首先满足高层次需要，然后专注于低层次需要
b. 令工作场所尽可能公平
- 基本的公平理论是：
a. 组织成员希望得到平等对待
b. 影响满意和不满意的因素是不同的
c. 心理资料至关重要
d. 组织成员希望得到公平对待
e. 管理者应当专注于激励、能力和环境以提高绩效
- 一名管理者要求激励员工完成一项困难的任务，根据布加的理论，他应当让员工相信：
a. 结果将会得到公平的分配
b. 完成任务将带来有价值的结果
c. 高绩效将减少不满意
d. 完成任务可以满足自我实现的需要
e. 奖励将提高满意
- 在例行的员工会议上，马克在会后讲笑话，如果马克的经理希望停止的方法减少这一行为的频率，他应当：
a. 下次当马克讲笑话时让他离开房间
b. 要求其他员工不要理解马克的笑话
c. 告诉马克如果他不讲笑话可以获得奖励
d. 继续直到他停止
e. 要求其他员工将马克的笑话更近一些
- 组织行为学修正，或 OIR Model，利用_____来激励不满意的员工行为。

课堂测验

马上复习，消理解，注意掌握相似概念的不同。

序 言

无论在哪里，变革都是管理者的口号。今天的管理者比过去任何时候都更需要全面和深入地理解自己所掌握的资产、工具和资源，从而更有效地进行竞争。对于渴望把握变革、率领组织和员工对变革作出恰当反应的管理者而言，理解构成组织的人群——操作员工、经理、工程师、支援人员、销售代表、决策者、专业人士、维护员工和行政员工——是极为关键的。

在准备这一版的《组织行为学》的过程中，我们再度得益于一个基本的目标，这一目标帮助本书在初版 20 年之后仍然保持着市场领导者的地位：今天的学生（明天的管理者）所学习的管理理论必须能够帮助他们创造、解释、判断和培养各种行为和关系。这一理论要求学生确切地把握组织中人类行为的基本方面——行为的基础——从而可以对他们将会遇见的新问题作出自己的回答。新的挑战无处不在，全球竞争、新技术、更新的和更快的信息处理方法、新的全球范围的不确定性、要求最好的品质与服务的顾客，新一代的管理者不得不回到基础——最基本的东西，在一个复杂的世界里将这些基本因素同有效的新经验结合起来，最终发展出创造性的新方案、流程、产品或服务，实现竞争优势。

一本帮助学生克服挑战的教材

本教材所承担的责任，是向学生提供各个领域中最基础的东西，它们得到该领域中最新研究成果和当代企业实践活动的支持。为了实现这一目标，我们对全书的结构进行了一些修改。以章的内部结构来说，在每章的开始部分列出本章要点和学习目标。在每章的结束部分，我们对学习技巧作出了持续的改进以更好地配合本章的内容。除了总结案例、实验练习和自测练习，我们还增加了管理技能培养练习。

内容与结构

《组织行为学》第8版保留了这部拥有20年成功历史的教材的总体结构，在这一框架内，我们也安排了某些令人激动的和创新的改变，令本书变得更加易于使用。

第1部分讨论了组织行为的管理内涵。第1章介绍了基本概念，讨论了组织行为研究的重要意义，将组织行为同更加宽泛的管理学问题联系起来。新设的第2章专门分析组织所面临的环境变革。本章的关键主题是全球化、多元化、技术、伦理和公司治理，以及新的雇佣关系。

第2部分包括6章，分析了组织中基本的个体过程：个体行为、激励、员工绩效、工作压力和决策。第3章介绍了理解组织中个体行为的基础方面，讨论了人的心理本质、人格的构成要素、个体态度、知觉过程和职场行为。本章还增加了关于情商的新材料。第4章主要讨论激励理论的两个基本领域：需求理论和过程理论。在前一版中，这部分内容曾经扩展到两章的篇幅，但现在的处理显得更加经济。第5章和第6章突破了单纯的理论分析，描述了组织在应用激励理论时实际采用的重要技术和方法。第5章讨论与工作有关的激励方法，第6章介绍了以奖励为基础的激励。第7章讨论了组织中个体行为的另一个重要因素——工作压力。我们还将上一版中位于第3部分的第8章（决策与问题解决）前移到第3部分，从而更加突出个体的决策（本章还包括有关创造性的材料，而有关群体决策的内容则移到群体行为的第9章）。

第3部分的讨论从组织中的个体行为过渡到人际行为，包括沟通、群体与团队、领导和影响过程、权力与政治，以及冲突与谈判。第9章和第10章分别讨论群体与团队。我们认为这些材料用一章的篇幅是不够的。因此，我们将小型群体的行为分析放在第9章，而在第10章介绍更具应用色彩的有关团队的材料。这样，读者可以先掌握更基础的内容，然后再学习较为复杂的组织中团队发展的问题。第11章描述了组织中沟通的行为特征。接下来，我们用两章的篇幅介绍领导理论，在第12章分析模型和概念，而在第13章中介绍当代观点。我们相信教师和学生会特别欢迎第13章，这一章增加了战略、伦理、虚拟领导的新材料，还包括了性别、跨文化现象对领导的影响。第14章讨论了权力、政治和职场公平的问题。第15章是本版中新增加的，专门介绍组织中的冲突和谈判。

第4部分讨论组织行为较为宏观和系统性的问题。16、17两章以组织结构和设计为主题。第16章描述组织的基本构成要素——劳动分工、专业化、集权化、正规化、责任和权力，最后介绍了古典理论。第17章更深入地描述了组织结构

为了配合变革、技术、竞争、全球性等问题而实施改变所涉及的要素和过程。第18章的主题是较难把握的组织文化。第19章的主题实际上是每一章都必须处理的根本问题，这就是有关组织变革的古典理论和当代观点。全书最后包括两个附录，介绍了组织行为的研究方法和组织行为学的历史基础。

本教材的特色

新版《组织行为学》保持了我们的一贯追求，致力于培养下一代经理。这一追求反映在本书的四大关键要素之中：强烈的学生导向、内容的当代性、真实的世界和应用的方法以及有效的教学手段。

学生导向

我们相信，学生、教师和其他读者都会同意，这部风格直率和活跃的教材学起来轻松，甚至可以从中获得阅读的乐趣。我们在保持内容丰富性的同时力求做到活跃、生动和平易。我们希望学生在上课的同时也乐于看书。大量的图表将正文中的概念以直观的形式表现出来。章末的材料一向深受欢迎，包括实验练习和诊断问题、自我评估和真实案例，它们展现了本章材料和实务之间的关系。

内容的当代性

在这一新版中，我们继续发扬了过去数版中所具备的呈现最前沿管理理论的特色，这些材料来自主流的出版物和学术出版物。在基本结构不做大的改动的前提下，各个部分中都补充了新的材料。

真实的世界、应用的方法

本书所提到的组织既有大型的知名组织，也有小型的、不知名的组织，学生们可以由此理解理论在不同类型组织中的应用。每章开头和结束时的案例的内容同本章的主题密切相关。每章还包括了两个专栏，分别阐述五种不同的专栏主题（技术、变革、全球化、多元化和伦理）。

有效的教学手段

- 每章以本章概要和学习目标开始。
- 章末设有讨论题，激发学生间的互动练习，对本章概念进行更完整的

研究。

- 章末的“组织行为学练习”帮助学生从课本学习过渡到现实世界的应用。章末的案例也起到同样的作用。
- 章末的“自测练习”为学生提供了将本章概念应用于简短自测和诊断的机会。
- “培养管理技能”练习帮助学生“自己动手”，将本章所讨论的内容付诸实际。
- 总结案例和专栏以真实的应用对本章概念进行了说明。
- 章末的“随堂测验”为学生提供了方便的复习和研究工具，教材的最后列出了所有的“随堂测验”答案。

* 本书由刘伟和狄红秋共同翻译，其中刘伟负责第1-17章和附录的翻译，狄红秋负责第18、19章的翻译。不当之处，欢迎批评指正。

目 录

序言	(1)
----------	-----

第1部分 组织行为学导论

第1章 组织行为学概述	(3)
1.1 什么是组织行为学?	(3)
1.2 组织行为学与管理过程	(7)
1.3 组织行为学与管理工作的	(8)
1.4 当代组织行为学	(11)
1.5 组织行为学的背景理论	(15)
第2章 变化中的组织环境	(27)
2.1 全球化与企业经营	(27)
2.2 多元化与企业经营	(32)
2.3 技术与企业经营	(39)
2.4 伦理与公司治理	(41)
2.5 新型的雇佣关系	(43)

第2部分 组织中的个体过程

第3章 个体行为的基础	(55)
3.1 组织中的个体	(55)
3.2 人格与组织	(59)

3.3	组织中的态度	(63)
3.4	组织中的知觉	(67)
3.5	职场中的行为类型	(70)
第4章	组织中的激励	(79)
4.1	激励的本质	(79)
4.2	激励的需要理论	(82)
4.3	激励的过程理论	(90)
4.4	激励的学习理论	(96)
第5章	通过工作激励员工绩效	(112)
5.1	激励与员工绩效	(112)
5.2	组织中的工作设计	(114)
5.3	员工卷入与激励	(119)
5.4	多样化的工作安排	(121)
第6章	通过奖励激励员工绩效	(134)
6.1	目标设定与激励	(134)
6.2	组织中的绩效管理	(138)
6.3	组织中的个体奖励	(143)
6.4	奖励体系的管理	(147)
第7章	压力管理与工作—生活平衡	(158)
7.1	压力的本质	(159)
7.2	压力的个体差异	(161)
7.3	压力的一般来源	(163)
7.4	压力的后果	(169)
7.5	职场中压力的管理	(171)
7.6	工作—生活的联系	(174)
第8章	决策与问题解决	(183)
8.1	决策的本质	(183)
8.2	决策的过程	(186)
8.3	决策中的相关行为因素	(195)
8.4	创造力、问题解决与决策	(198)

第3部分 组织中的人际过程

第9章 人际行为和群体行为的基础	(211)
9.1 组织中人际关系的本质	(211)
9.2 群体的本质	(214)
9.3 群体的类型	(216)
9.4 群体发展的阶段	(218)
9.5 影响群体绩效的因素	(220)
9.6 群体间动力	(225)
9.7 组织中的群体决策	(227)
第10章 组织中的团队	(240)
10.1 群体和团队的区别	(240)
10.2 团队的价值和成本	(244)
10.3 团队的类型	(247)
10.4 组织中团队的建设	(249)
10.5 团队的关键问题	(256)
第11章 组织中的沟通	(265)
11.1 组织沟通的本质	(265)
11.2 沟通的方法	(268)
11.3 沟通过程	(270)
11.4 电子化信息处理与远程沟通	(273)
11.5 沟通网络	(274)
11.6 沟通的管理	(279)
第12章 领导的传统模型	(292)
12.1 领导的本质	(292)
12.2 早期的领导理论	(294)
12.3 情境领导模型的兴起	(298)
12.4 LPC 领导理论	(300)
12.5 路径—目标领导理论	(304)
12.6 弗洛姆的决策树领导理论	(306)

第13章 领导的当代观点	(315)
13.1 当代情境理论	(315)
13.2 追随者眼中的领导	(318)
13.3 领导的其他选择	(321)
13.4 领导本质的变革	(323)
13.5 领导理论的新趋势	(325)
第14章 权力、政治和组织公正	(335)
14.1 组织中的影响力	(335)
14.2 组织中的权力	(339)
14.3 政治与政治行为	(346)
14.4 组织公正	(352)
第15章 组织中的冲突和谈判	(362)
15.1 组织中冲突的本质	(362)
15.2 冲突常见的类型和原因	(363)
15.3 冲突的反应	(368)
15.4 冲突的管理	(370)
15.5 组织中的谈判	(373)

第4部分 组织过程和特征

第16章 组织结构的基础	(385)
16.1 组织结构的本质	(385)
16.2 结构布局	(387)
16.3 结构与运营	(397)
16.4 责任与权威	(400)
16.5 结构的古典观点	(401)
第17章 组织设计	(414)
17.1 组织设计的权变理论	(414)
17.2 战略、结构—影响和战略选择	(415)
17.3 组织设计	(426)
17.4 组织设计的新发展	(434)

第 18 章 组织文化	(444)
18.1 组织文化的本质	(444)
18.2 组织文化的创建	(450)
18.3 描述组织文化的理论	(452)
18.4 组织文化热点问题	(457)
18.5 组织文化的管理	(459)
第 19 章 组织变革和组织发展	(471)
19.1 变革的推动力量	(471)
19.2 有规划的组织变革过程	(475)
19.3 组织发展	(478)
19.4 抵制变革的原因	(486)
19.5 如何成功实施组织变革和组织发展	(489)
附录 A 组织行为学研究方法	(498)
附录 B 组织行为学的历史发展	(507)

案例表

第 1 章

发挥员工威力的 100 次方

第 2 章

澳大利亚的多元化风格

第 3 章

波士顿最好的百吉饼店

第 4 章

CollabNet 公司克服“竖井效应”

第 5 章

惠普公司的多样化工作安排

第 6 章

美林公司的绩效管理

第 7 章

职业演奏家的压力

第 8 章

摩根斯坦利的决策与结果

第 9 章

丹佛野马队的群体决策

第 10 章

及时雨

第 11 章

家族企业的沟通

第 12 章

乔布斯的“现实扰动场”

第 13 章

埃森哲公司的领导者教育

第 14 章

沃尔玛员工的公正在哪里？

第 15 章

施乐公司处理劳资关系的独家秘诀

第 16 章

日产汽车公司新的组织结构

第 17 章

熊熊工作室的正确结构

第 18 章

全食市场公司大刀阔斧的文化

第 19 章

重启丰田