

Mc
Graw
Hill

Education

人力资源管理精选教材译丛

HUMAN RELATIONS IN ORGANIZATIONS
APPLICATIONS AND SKILL BUILDING

组织中的人际关系 技能与应用

[第6版]

〔美〕罗伯特·N·卢西尔 (Robert N. Lussier) 著
贾佳 刘宝巍 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

HUMAN RELATIONS IN ORGANIZATIONS
APPLICATIONS AND SKILL BUILDING

组织中的人际关系 技能与应用

[第6版]

〔美〕罗伯特·N. 卢西尔 (Robert N. Lussier) 著
贾佳 刘宝巍 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记 图字:01-2005-1903

图书在版编目(CIP)数据

组织中的人际关系:技能与应用:第6版/(美)卢西尔(Lussier, R. N.)著;贾佳,刘宝巍译. —北京:北京大学出版社,2010.7

(人力资源管理精选教材译丛)

ISBN 978-7-301-16619-2

I. ①组… II. ①卢… ②贾… ③刘… III. ①企业管理-人际关系学-教材 IV. ①F272.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第119041号

Robert N. Lussier

Human Relations in Organizations: Applications and Skill Building, sixth edition

ISBN: 0-07-255983-7

Copyright © 2005 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Peking University Press.

本书中文简体字翻译版由北京大学出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: 组织中的人际关系:技能与应用(第6版)

著作责任者:[美]罗伯特·N.卢西尔 著 贾 佳 刘宝巍 译

责任编辑:张迎新 邸晓燕

标准书号:ISBN 978-7-301-16619-2/F·2545

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

电子邮箱: em@pup.pku.edu.cn

印 刷 者:三河市欣欣印刷有限公司

经 销 者:新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 37印张 944千字

2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

印 数:0001—4000册

定 价:75.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

丛书序

20 世纪 90 年代以来,顺应我国经济体制改革与组织发展的迫切需要,我国各类院校的管理学院或商学院纷纷试点开展 MBA 教育和相关的管理培训活动,并且十多年来取得了令人瞩目的进展。与此同时,与我国数百万家企业组织对于造就优秀管理者的需求相比,MBA 教育的规模与质量都还远远不够。从工商管理教育的质量提升而言,我们在课程设计、师资队伍、教学模式和教材与案例建设等方面打下了坚实的基础。我们看到,在师资队伍方面,各校的师资力量在聘请和引进海外著名大学教师与毕业博士生回国从事 MBA 教学工作的基础上得到显著加强。在 MBA 的教材开发方面,近年来在国内多家出版社的努力下,已经翻译或者直接引进了一大批国外经典的工商管理教科书,这对我国工商管理教育水平的提高起到了很大的促进作用。但是,需要指出的是,迄今为止,我国各类出版社引进的教科书大多属于基础性或常规教材,例如,已有多种版本的《组织行为学》和《人力资源管理》等。在若干重要领域,还急需相对聚焦和整合性的教材系列。为了进一步提高我国工商管理专业教科书的水平,我们需要更加关注组织行为和人力资源管理的关键领域,例如,经理人员如何提高综合管理技能、如何与下属进行有效沟通、如何在组织中协调好团队关系,以及如何应对全球化与信息化的挑战等。这些问题无疑都是组织管理和领导力培养中的重要课题,同时也是导论性的组织行为学和人力资源管理教材无法系统介绍和深入讨论的。为此,北京大学出版社组织出版了这套《人力资源管理精选教材》,在专题系列教材和创新教材方面迈出了重要的一步,可谓高瞻远瞩。

自从霍桑实验发现企业组织不仅是一个技术经济系统,同时也是一个社会经济系统以来,组织中的人际与群体关系对工作绩效和员工工作生活质量的重要影响受到了广泛的重视,一系列新的概念不断产生,成为工商管理教育中的重要内容。因此,在学习中除了掌握和理解员工一般工作态度、价值观、个性特征、人际关系和工作行为以外,心理契约、组织公民行为、公司社会责任、决策技能、创业特质、团队引领能力、职业生涯管理能力、组织的变革能力和自我创新能力等新的要素,成为组织行为学和人力资源管理中的关键概念。同时,需要掌握和理解团队建设与管理的能力,需要具有制订团队决策的能力和激励团队成员的能力,需要具有有效的管理沟通能力,需要具有进行组织设计与组织变革实施的人力资源管理政策等。更重要的是,MBA 课程日益强调学习技能、整合框架和应用策略。这也要求在 MBA 教学活动中将学生对概念和技术的掌握、对这些基础知识的应用和技能的提高等内化到校园内外的教学活动和工作中去。《人力资源管理精选教材》正是这样的教科书。该系列教材的特色主要包括以下几个方面:

第一,这些教材都是在国外 MBA 教学中应用多年,不断修订和不断改进的高阶版本,其价值和有效性已经在多年教学实践中得到了验证,因此对我国工商管理教育具有重要的参考价值。

第二,与很多其他教科书相比,这些教材的最突出特点在于其内容的选取以具有大量而丰富的最新管理研究成果作为基础,而不是以一般观点为基础的普通教材。

第三,这些教材通过提供和编排大量高质量的练习、案例、自我评估工具,以及视频教学辅助材料的使用,使前后各个章节内容相互联系,将概念、方法的应用和实际技能的切实提高紧密地结合在一起。这样,在学完这些课程的内容之后,学生对管理能力的掌握将不仅局限在概念和框架层次上,而是可以深入到能够直接应用的水平。

近年来的管理教育讨论,日益提倡管理教育要接近实际、服务实际和能够学以致用。除了对教学案例的重视外,体验式的课堂练习与应用也取得了改进管理教育质量的实质性效果。这套系列教材通过加强学生在教学过程中的练习与应用来提高学生将课堂经历直接应用于实践的能力,为我们开拓了一种更符合我国现阶段工商管理教学为实践服务要求的新视角。我们期待着这套新专题教材在各类高校的工商管理课程教学中成为教师和学生喜爱的精品教材。

浙江大学管理学院 王重鸣

2006 年 1 月

前言

John Nirenberg 在《力量的工具》一书中问道：“为什么许多学生学了很多知识，却很少能将其应用到个人生活和职业中？”这一点不足为奇，因为大部分教科书仅仅关注概念及例子，没有进一步发展学生应用知识的能力以及使用概念的技能。管理教育与学习协会的 Russ Ackoff 认为，我们应该教学生学会如何学习。《知与行的差距》一书的作者 Pfeffer 和 Sutton 提出，从他们的研究中得到的最重要的结论是，真正得以应用的知识往往是通过“干中学”获得的，而不是从“读”、“听”和“想”中得到的。本书的目的是帮助学生应用概念，培养个人生活及职业所需的技能，真正学会“干中学”。

我在 1988 年写了本书的第 1 版。之后 AACSB^① 和 SCANS^② 提出了技能发展及成果评估的理念，帮助教师提高学生应用概念的能力及发展组织行为和人际关系技能。和同类书不同，本书不仅仅告诉你概念。以关于如何找工作及获得晋升的“构建人际关系网”这一节为例，我会告诉你如何一步一步地构建人际关系网，此外还提供自测练习、应用练习、技能强化练习等。因此，你将不仅了解概念，还能切实发展技能。

或许有人会问：“这种重技能培养的方法有用吗？”事实是，本书已经出了 6 版，每个版本的销量都在增加。John Bigelow 在《管理教育杂志》上发表的论文“管理技能类课本：排行榜”中将本书排为组织行为学通用课程教材第一名。评论家们认为这是一本讲述“如何与他人一起工作”的最佳教材。虽然现在同类教材也增加了练习，但评论家还是认为其他教材在应用及能力强化练习的质量和数量上都不及本书。

兼顾整体性与灵活性

本书继续采用平衡三叉法。

① 美国国际商学院联合会。——译者注

② SCANS 指美国获得必备技能委员会，该委员会提出要培养学生创造思考、独立自主、人际关系、团队合作、结合信息化作业且能提高学习动机及培养应用专业的能力。——译者注



第一,这些教材都是在国外 MBA 教学中应用多年,不断修订和不断改进的高阶版本,其价值和有效性已经在多年教学实践中得到了验证,因此对我国工商管理教育具有重要的参考价值。

第二,与很多其他教科书相比,这些教材的最突出特点在于其内容的选取以具有大量而丰富的最新管理研究成果作为基础,而不是以一般观点为基础的普通教材。

第三,这些教材通过提供和编排大量高质量的练习、案例、自我评估工具,以及视频教学辅助材料的使用,使前后各个章节内容相互联系,将概念、方法的应用和实际技能的切实提高紧密地结合在一起。这样,在学完这些课程的内容之后,学生对管理能力的掌握将不仅局限在概念和框架层次上,而是可以深入到能够直接应用的水平。

近年来的管理教育讨论,日益提倡管理教育要接近实际、服务实际和能够学以致用。除了对教学案例的重视外,体验式的课堂练习与应用也取得了改进管理教育质量的实质性效果。这套系列教材通过加强学生在教学过程中的练习与应用来提高学生将课堂经历直接应用于实践的能力,为我们开拓了一种更符合我国现阶段工商管理教学为实践服务要求的新视角。我们期待着这套新专题教材在各类高校的工商管理课程教学中成为教师和学生喜爱的精品教材。

浙江大学管理学院 王重鸣

2006 年 1 月

3. 情境应用。每一章都包含了2—5个情境应用方格,每个方格有5—10个问题(全书共325个问题),要求学生将概念应用于简短、具体的例子中。情境应用有助于培养学生的批判性思考能力。

4. 案例分析——互联网的使用和回顾性问题。每一章都有一个来自于现实组织的案例。在案例的结尾提供了该组织的网站,学生可以浏览该网站以获取关于案例的最新信息。教师手册中有“如何利用网络搜索案例相关资料”的内容。第2章—15章包括了回顾性问题,问题包含了前面章节中出现过的概念。例如,第11章案例问题中有5个问题和第11章有关,最后4个问题和第4章、第5章、第6章、第8章和第10章的概念有关。这样,学生可以不断回顾和整合各章节的概念。

5. 客观题案例。在每一章的结尾都有一个短小的客观题案例。其独特之处在于案例问题的“客观性”,一般有10个选择题和一个或几个开放性问题。这些案例要求学生将概念应用于分析人和组织。

6. 互联网练习。登录 mhhe.com/lussier6e,网站中包括自我测试和其他练习。

7. 应用测评题库和教师手册。测评题库包括了教材中的工作应用题、情境应用题及案例选择题,可用来评价学生的批判性思考技能。除了开篇案例已经在各章中贯穿分析外,上述所有应用性问题均可在教师手册中找到参考答案。

技能强化

1. 自我测试练习。每一章都有2—5道(总共45道,平均每章3道)自我测试练习,帮助学生了解自己。部分自我测试练习和技能强化练习紧密相联,可一起使用。每项练习中都包括了完成练习、分数统计及自我测试三部分。本书的另外一个新特点是增加了人格类型测试(见第3章),并且在其他所有章节中学生都可以了解到其人格特点与其对概念的使用有何联系。

2. 小组技能强化练习。大概30%的技能强化练习以小组(2—6个成员)活动为主。因此,学生需要分成小组。

3. 角色扮演技能强化练习。约10%的技能强化练习主要通过行为模型来发展技能,具体介绍如下。因此,学生需要3人一组进行角色扮演。

4. 技能强化评估测试题库和教师手册。测试题库包括了评估技能强化效果的问题。教师手册给出了技能强化练习的详细指导和答案,阐述了怎样对学生进行测试,并提供了指导说明。

5. 技能强化目标和 SCANS 能力要求。每个技能强化练习的第一部分都列出了“目标”,“目标”之后是该练习可以锻炼的 SCANS 能力。

6. 个人和小组技能强化练习。约60%的技能强化练习主要集中在个人能力的培养上,且大部分是在课外准备练习的过程中获得的。然而,课堂小组练习由于有概念使用和答案分享,因此可以加强技能强化的效果。教师可以灵活选择:(1)让学生在课外和课堂上完成准备练习,检查答案,总结评价并引导课堂讨论,而不进行小组练习;或者(2)根据练习指示,课堂上进行小组练习。



- 清晰简明地理解人际关系及组织行为(HR/OB)概念(独一无二);
- 批判性地思考如何在商务世界中应用 HR/OB 概念(共七种类型的应用练习);
- 发展学生的 HR/OB 技能(共六种类型的技能强化练习)。

本书各章独立却又浑然一体。除了教材及相关配套资料,新版还包括了用来评估学生在概念、应用及技能三方面学习情况的测试题。为了保证全书的整体性及课程体验的严密性,我亲自编写了教材及教师手册中几乎所有应用练习及技能强化练习。

概念、应用和技能强化练习在前言、正文和教师手册/测试题库中均被清晰地标注,易于查找。本书一整套的资料提供了更高质量和更多数量的应用和技能强化材料,教师可以根据目标自由选择使用相关特色设计,从而创造出独特的课程风格。正是由于这一点,本书是市场上最具灵活性的教材。下面我将解释关于概念、应用和技能强化练习的特色设计。

概念

- 以研究为基础,更新了内容。本书以研究而非观点为基础。第6版得到彻底的更新。全书有超过1350篇参考文献,平均每章90篇,比第5版增加了22%。参考文献中,76%是新引用的,约90%的参考文献是2000年及以后出版的,2000年以前的文献主要是经典著作,如Maslow的激励理论和Fiedler的领导理论。

- 涵盖范围广。本教材比大部分同类教材包含了更多的主题。

- 系统性强。本教材有两种组织方式:首先,本书各部分以管理教育的能力模型为基础,依次讲述个人技能、人际技能和领导技能的培养。其次,本书还遵照组织行为学的方法,讨论从个人到小组再到组织层次的行为。系统效应在全书中得到讨论。第2章到第15章的案例中,都有涉及前面章节内容的问题,从而将各个章节的概念整合起来。

- 主题重现。第2章到第15章每章的第1节都讨论该章相关概念如何影响行为、人际关系及绩效。另外,大部分章节都讨论了相关概念在全球化环境中及电子化组织中的差异。

- 概念测试题库。测试题库包括了关于概念及每一章出现的关键术语的判断题和选择题。测试题库也包括了每一章的学习目标,可作为简答题来测验对概念的理解。在教师手册和测试题库中可以找到关于学习目标的答案。

应用练习

1. 开篇案例。每一章都用一个案例开头。开篇案例会贯穿全章,从而使学生更好地理解如何将概念应用于实际组织中。

2. 工作应用。贯穿每一章大概会有11个工作应用问题(全书共有172个),要求学生结合自己的工作经验来应用概念。工作经验可以是以前的工作或当前的工作、兼职工作、暑期工作或全职工作。工作应用要求学生进行批判性的思考,将概念与真实世界联系起来。

第2章。增加了关于控制点及情绪智能的讨论。关于着装和打扮的讨论被移到第15章职业生涯管理部分。

第3章。增加了对归因理论、自我认知、工作满意度的全球差异等内容的讨论。新增了一节讨论道德伦理问题。为了更好地讲述第1篇的个人技能主题,部分道德问题从第5版的第9章移到第6版的第3章。道德伦理的范围也被改变和扩大了。增加了关于道德行为的自我测试练习,问题的质量和数量也得到了提高。

第4章。增加了对沟通过程的讨论,包括了沟通障碍(来自第5版第5章)。增加了性别差异和高(低)语境文化的讨论。在“克服全球障碍”部分,更新了克服障碍的五种指导建议。此外,六种反应类型被减为五种。

第5章。关于当代组织的次小节被完全改写和更新,包括了学习、团队、虚拟组织、无边界组织及电子组织,并讨论了当代组织是如何影响人际关系的。写作技能部分增加了情境应用。第5版中的第4章“处理情绪化的员工”被扩展为包括情感劳动、性别差异及全球差异。

第6章。扩大了工作环境暴力的概念范围,包括了愤怒和暴力的诱因、应对自己及他人的愤怒、潜在暴力的信号、组织和个人对暴力的阻止,还增加了两个工作应用题。对几种冲突管理类型的差异有了更新的解释。

第7章。全球领导能力多样化部分被重新组织和更新,包括了特定国家在领导能力、电子组织和网络领导能力方面的差异。增加了信任的内容,讨论了关于信任和乔哈瑞窗口的三个层次和五个维度。

第8章。“激励理论是否全球适用”被重新改写,增加了新的参考文献。有更多具体国家关于激励和跨文化的例子。每个激励理论都进行跨文化应用的讨论。此外,还专门解释了在电子组织和传统组织中的激励的区别。

第9章。“权力”部分新增了关于影响策略的讨论,说明如何说服不属于你职位权力范围内的人。此外,还增加了权力距离与电子组织的区别。

第10章。第10章是全新的章节。包括如何构建人际关系网以及谈判和影响过程。

第11章。增加了对全球虚拟团队的讨论。

第12章。头脑风暴的讨论被扩大,列出并解释了四种头脑风暴的规则。还增加了对大脑写作及电子头脑风暴的讨论。增加了一节关于 Victor Vroom 的规范领导决策模型的内容。此外,还讨论了决策的全球差异。

第13章。整合了第5版的第12章和第14章,在“组织发展”中涉及更广的人力资源管理的内容。对文化的讨论也增多了。

第14章。更新了关于职业女性的相关数据,提出通过构建人际关系网格打破玻璃天花板的重要性。增加了关于家庭性别角色的论述。

第15章。增加了如何撰写简历、如何撰写并发送电子简历的内容。原来在第5版第2章的“衣着和礼仪”部分被放在了该章。

致谢

我要感谢我的导师及多部著作的合作者 Joel Corman 对我在 Suffolk 大学研究生学习期间及之后的建议及鼓励。

特别要感谢对第 6 版提出独到建议的各位评阅人：

Boyd Dallos, Lake Superior College

Sally Martin Egge, Cardinal Stritch University

Brian E. Perryman, University of Phoenix

Glenna Vanderhoof, Southwest Missouri State University

Marion Weldon, Edmonds Community College

Lee Higgins, Southeast Community College—Beatrice Campus

Janet Weber, McCook Community College

此外,还要感谢过去 5 版的各位评阅人：

William Weisgerber, Saddleback College

Andy C. Saucedo, Dona Ana Community College

Charleen Jaeb, Cuyahoga Community College

John J. Heinsius, Modesto Junior College

Roger E. Besst, Muskingum Area Technical College

Rebecca S. Ross, Shenango Valley School of Business

Thomas E. Schillar, University of Puget Sound

Rosemary Birkel Wilson, Washtenaw Community College

Thomas J. Shaughnessy, Illinois Central College

Edward J. LeMay, Massasoit Community College

Julie Campbell, Adams State College

John Gubbay, Moraine Valley Community College

Ruth Dixon, Diablo Valley College

John J. Harrington, New Hampshire College

Robert Wall Edge, Commonwealth College

Abbas Nadim, University of New Haven

Steve Kober, Pierce College

Dee Dunn, Commonwealth College

Marlene Frederick, New Mexico State University at Carlsbad

Linda Saarela, Pierce College

David Backstrom, Allan Hancock College

Rob Taylor, Indiana Vocational Technical College

Warren Sargent, College of the Sequoias

Jane Binns, Washtenaw Community College
Charles W. Beem, Bucks County Community College
Robert Nixon, Prairie State College
Leo Kiesewetter, Illinois Central College
Stephen C. Branz, Triton College
William T. Price, Jr., Virginia Polytechnic Institute and State University
Jerry F. Gooddard, Aims Community College
Rex L. Bishop, Charles Community College
Bill Anton, DeVard Community College
Stew Rosencrans, University of Central Florida
John Magnuson, Spokane Community College
Doug Richardson, Eastfield College
还要感谢提出修改建议的学生们:
Doug Nguyen, Truckee Meadows Community College of Nevada
Richard Gardner, New Hampshire College
Peter Blunt, New Hampshire College
Christianne Erwin, Truckee Meadows Community College
Robert Neal Chase, New Hampshire College

联系方法

这本书为你们而写,所以请告诉我你对此书的看法。写信给我并告诉我你喜欢和/或不喜欢的地方,尤其是你认为可以改进的地方,我将会对你的反馈作出回应。如果我采纳了你的建议,你的名字和所在的学校将会出现在下一个版本的致谢部分。我真诚地希望你可以通过此书提高人际关系技能。

春田大学管理系管理学教授罗伯特·N. 卢西尔
春田, MA 01109
413-748-3202
rlussier@spfldcol.edu

Contents

目 录

第 1 篇 个人技能:行为、人际关系和绩效从自我开始

第 1 章 行为、人际关系和绩效	3
1.1 为什么人际关系技能如此重要	4
1.1.1 我能从本书中学到什么	4
1.1.2 对人际关系的几种错误理解 和相应的解释	4
1.1.3 人际关系的目标	6
1.1.4 全人管理法	7
1.2 行为、人际关系和组织绩效	8
1.2.1 行为层次	8
1.2.2 个人行为、团队行为与组织 绩效之间的关系	10
1.2.3 行为、人际关系和组织绩效 之间的关系	11
1.3 人际关系研究:过去、现在和 未来	13
1.3.1 人际关系学是一门交叉性 学科	13
1.3.2 早年的研究:Frederick Taylor 和 Robert Owen	13
1.3.3 Elton Mayo 和霍桑试验	14
1.3.4 20 世纪 30 年代到 70 年代的 研究	15
1.3.5 20 世纪 80 年代的研究	15

1.3.6 20 世纪 90 年代的研究	16
1.3.7 当代的研究和 21 世纪面临的 问题	16
1.4 培养人际关系技能	18
1.4.1 人际关系准则	18
1.4.2 如何处理人际关系中遇到的 问题	22
1.5 本书的写作目的和结构安排	23
1.5.1 写作目的	23
1.5.2 结构安排	24
1.6 人际关系技能评估	25
第 2 章 人格、学习和感知	36
2.1 人格、压力、智力以及学习、感知 和第一印象对行为、人际关系和 绩效的影响	37
2.2 人格	38
2.2.1 人格的形成	40
2.2.2 大五人格模型	40
2.3 压力	43
2.3.1 什么是压力	43
2.3.2 压力的积极作用	43
2.3.3 压力过大产生的问题	44
2.3.4 压力产生的原因	44
2.3.5 压力症状	46
2.3.6 压力控制	46
2.4 智力和学习	49
2.4.1 智力	49



2.4.2	学习类型	50
2.4.3	学习型组织	54
2.5	感知	55
2.5.1	感知的特性	55
2.5.2	影响感知的偏见	55
2.6	形成良好的第一印象	58
2.6.1	首因效应及4分钟障碍	58
2.6.2	形象树立	58
第3章	态度、自我认知、价值观和道德	67
3.1	态度、工作满意度、自我认知、 价值观与道德如何影响行为、 人际关系与绩效	68
3.2	态度	69
3.2.1	态度是什么,态度重要吗	69
3.2.2	态度是如何形成的	69
3.2.3	管理者的态度及其对绩效的 影响	70
3.2.4	改变态度	72
3.3	工作满意度	75
3.3.1	工作满意度的本质及重要性	75
3.3.2	工作满意度的决定因素	75
3.3.3	美国人的工作满意度	77
3.4	自我认知	77
3.4.1	自我认知及其形成	78
3.4.2	自我效能感	78
3.4.3	归因理论与自我认知	79
3.4.4	构建积极的自我认知	80
3.5	价值观	82
	职场信仰	84
3.6	道德	86
3.6.1	道德行为会有回报吗	88
3.6.2	个性品质与态度、道德发展 以及环境如何影响道德 行为	88
3.6.3	人们如何为不道德行为辩解	90

3.6.4	道德决策的人际关系原则	90
-------	----------------------	----

第2篇 人际技能:人际关系的基础

第4章	人际沟通	103
4.1	人际沟通怎样影响行为、人际 关系以及绩效	105
4.2	沟通过程及沟通障碍	105
4.2.1	信息发出者将信息编码并 选择传递渠道	107
4.2.2	信息发出者传递信息	107
4.2.3	信息解码并决定是否需要反馈	108
4.2.4	反馈:做出反应或者传递 新信息	108
4.3	传递信息	112
4.3.1	信息计划	112
4.3.2	面对面传递信息	112
4.4	接收信息	113
4.4.1	倾听的层次	115
4.4.2	积极投射型倾听的技巧	116
4.5	对信息做出回应	118
4.5.1	反馈	118
4.5.2	征求反馈	118
4.5.3	回应方式	120
第5章	组织结构和沟通	131
5.1	组织结构和沟通如何影响行为、 人际关系和绩效	132
5.2	组织结构	133
5.2.1	组织的原则	133
5.2.2	分部门经营	135
5.2.3	当代组织	137
5.3	组织沟通	139
5.3.1	纵向沟通	140
5.3.2	横向沟通	140
5.3.3	小道消息	141

5.3.4	沟通网络	142
5.4	信息传输渠道	143
5.4.1	口头沟通	144
5.4.2	书面沟通	144
5.4.3	写作技巧	145
5.4.4	非语言沟通	149
5.4.5	渠道的综合使用	150
5.5	情绪	151
5.5.1	情绪劳动	151
5.5.2	管理情绪化的员工	152
5.6	批评	153
5.6.1	接受批评	153
5.6.2	给予批评	153
第6章	冲突管理	173
6.1	人际动力学如何影响行为、 人际关系和绩效	174
6.2	交流分析	175
6.2.1	自我状态	176
6.2.2	交流的类型	177
6.2.3	生活定位及肯定	179
6.3	自信行为	180
6.3.1	被动型行为	181
6.3.2	攻击型行为	182
6.3.3	被动—攻击型行为	182
6.3.4	自信行为	183
6.3.5	应对愤怒和防止工作场合 暴力	185
6.4	冲突管理类型	188
6.4.1	冲突产生的原因和避免冲突	188
6.4.2	强迫型冲突风格	192
6.4.3	逃避型冲突风格	192
6.4.4	迁就型冲突风格	192
6.4.5	妥协型冲突风格	193
6.4.6	协作型冲突风格	193
6.5	用协作型冲突风格方式解决 冲突	195
6.5.1	提出冲突解决方案	195
6.5.2	回应冲突解决方案	197
6.5.3	调解冲突解决方案	197
6.6	总结	198
 第3篇 领导技能：影响他人		
第7章	领导与信任	215
7.1	领导怎样影响组织行为、人际 关系和绩效	216
7.2	领导特质理论	217
7.2.1	Ghiselli 的研究	218
7.2.2	当代的研究	218
7.3	领导行为理论	220
7.3.1	基本的领导类型	220
7.3.2	二维领导模式	220
7.3.3	领导方格论	222
7.3.4	变革型领导	224
7.4	领导的权变理论	225
7.4.1	权变领导理论	225
7.4.2	领导行为连续体	227
7.4.3	规范性领导理论	229
7.4.4	情境领导理论	230
7.5	· 情境管理	231
7.5.1	情境的定义	235
7.5.2	选用适当的情境管理类型	236
7.5.3	情境管理模型应用	238
7.6	比较各种领导理论	239
7.7	领导替代	240
7.8	领导的多样性和全球化	240
7.9	信任	242
7.9.1	信任的类型	243
7.9.2	建立信任	244
第8章	激励绩效	256
8.1	激励的重要性	257
8.1.1	什么是激励以及它为什么 重要	257
8.1.2	激励是如何影响行为和人际	



关系的	258	9.5 垂直政治	309
8.2 内涵激励理论	259	9.5.1 与老板的关系	309
8.2.1 需求层次	259	9.5.2 与下级的关系	310
8.2.2 ERG 理论	261	9.6 水平政治	311
8.2.3 双因素理论	261	9.6.1 与同事的关系	312
8.2.4 明确需求理论	264	9.6.2 与其他部门人员之间的关系	312
8.2.5 组织如何满足员工的需求	266	9.7 权力、政治和礼节全球通用吗	314
8.3 过程激励理论	267	第 10 章 人际关系网与谈判	324
8.3.1 期望理论	267	10.1 人际关系网和谈判如何影响	325
8.3.2 公平理论	269	行为、人际关系和绩效	325
8.4 强化理论	270	10.2 构建人际关系网	326
促使雇员工作和按时工作的	272	10.2.1 构建人际关系网的原因和	328
组织强化方法	272	现实性	328
8.5 激励技巧	273	10.2.2 自我评价和设定目标	329
8.5.1 给予赞扬	273	10.2.3 准备一分钟自荐	330
8.5.2 目标及目标管理	275	10.2.4 发展人际关系网	331
8.5.3 工作丰富化	277	10.2.5 安排会谈	332
8.5.4 工作设计	278	10.2.6 维持人际关系网	334
8.6 激励理论全球通用吗	280	10.2.7 同盟	334
激励的文化差异	280	10.3 谈判	335
第 9 章 道德权力与政治	290	10.3.1 谈判	336
9.1 权力、政治和道德如何影响行为、	291	10.3.2 谈判过程	337
人际关系和绩效	291	10.4 人际关系网和谈判在全球	344
9.2 权力	292	适用吗	344
9.2.1 组织权力	293	10.5 施加影响的过程	346
9.2.2 权力基础及如何扩大权力	293	第 4 篇 领导技能:团队和组织	
9.2.3 影响策略	296	行为、人际关系和绩效	
9.3 组织中的政治	300	第 11 章 团队动力和领导	357
9.3.1 组织政治的本质	300	11.1 团队如何影响行为、人际关系	358
9.3.2 培养政治技能	301	以及绩效	358
9.4 商业道德和礼节	302	11.1.1 团队绩效模型	358
9.4.1 I 型道德和 II 型道德	302	11.1.2 团队类型	359
9.4.2 道德的政治和非道德的政治	303	11.2 团队结构	361
9.4.3 道德规范	304	11.2.1 领导	361
9.4.4 礼节	305		