

PEARSON

Prentice  
Hall

B

BUSINESS  
ADMINISTRATION  
CLASSICS

工商管理经典译丛

Business Administration Classics

# 组织行为学 (第10版)

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR  
(Tenth Edition)

[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著

孙健敏 李 原 译

中国人民大学出版社



BUSINESS  
ADMINISTRATION  
CLASSICS

工商管理经典译丛

Administration Classics

# 组织行为学 (第10版)

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

(Tenth Edition)

[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins) 著

孙健敏 李原 译

**图书在版编目 (CIP) 数据**

组织行为学: 第 10 版/ (美) 罗宾斯著; 孙健敏, 李原译  
北京: 中国人民大学出版社, 2005  
(工商管理经典译丛)  
ISBN 7-300-06111-7

- I. 组…
- II. ①罗…②孙…③李…
- III. 组织行为学
- IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 002490 号

工商管理经典译丛  
**组织行为学 (第 10 版)**  
[美] 斯蒂芬·P·罗宾斯 著  
孙健敏 李原 译

---

**出版发行** 中国人民大学出版社  
**社 址** 北京中关村大街 31 号 **邮政编码** 100080  
**电 话** 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)  
010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)  
010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)  
**网 址** <http://www.crup.com.cn>  
<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)  
**经 销** 新华书店  
**印 刷** 河北涿州星河印刷有限公司  
**开 本** 787×1092 毫米 1/16 **版 次** 2005 年 1 月第 1 版  
**印 张** 44.5 插页 2 **印 次** 2006 年 2 月第 4 次印刷  
**字 数** 998 000 **定 价** 68.00 元

---

**版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换**

# 《工商管理经典译丛》 出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近5年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也必须适时更新版本，并增加新的内容，才能保持持久的生命力。我们将在推出更新版的基础上，增加《管理沟通》、《商业伦理》、《经济管理统计》、《企业的法律环境》、《管理信息技术》和《商业研究方法》等新的内容，同时还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是世界著名的培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、汤姆森学习集团、约翰威立出版公司等权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国和世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、

资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，是中国人民大学、北京大学和上海各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和社会实践中积累了丰富的经验，具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程，从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制，到版式、封面和插图的设计等各方面，都坚持高水平和高标准的原则，力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的MBA和工商管理专业核心课程的设置，并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置，以及企业管理培训的要求，故适应面较广，既可用于管理各专业不同层次的教学，又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版，我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会，德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大校长纪宝成教授，都给了我们强有力的支持，使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授，参与了原著的推荐、论证和翻译主持工作，原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此，谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国MBA和工商管理教育事业的发展，为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

**中国人民大学出版社**

2003年6月

# 译者前言

从翻译本书的第7版到现在，已经过去7年了。

7年，意味着什么？

意味着一本翻译的组织行为学教科书被国内大多数管理学科和商学院的师生所认可，被诸多企业的管理人员认可，在管理类图书泛滥成灾的环境中，仍然以10万多册的发行量位居同类教科书的榜首。

意味着组织行为学在管理学科中的位置，从无足轻重到至关重要的转变。

意味着译本英文教科书已经从1996年的第7版更新到第10版，几乎是两年一个新版本。

意味着开始翻译第7版时还在母亲腹中的一个胎儿，现在已经是小学二年级的小队长了。

意味着我们处在一个急速变革的时代。

这个世界变化的确实太快了，变革无所不在。教科书的内容也在变革，是变革，而不是一般的修订。从内容到形式，第10版的组织行为学都进行了变革。

内容更加实际，几乎每个概念和理论都有现实中的故事来诠释或注解。

根据发展的趋势，把不同内容的侧重点进行了调整。例如，增加了组织和工作设计的内容，领导的内容增加为两章。

案例全部更新了，包括每章前后的案例和文中引用的案例。

形式也变化了，变得更加实用。

我们在第7版的译者前言中强调了管理中人的重要性，那是为了引起人们对于管理问题的重新思考和认识，强调了管理的实质是对人的管理。

现在要强调的，是重新认识人是什么？人的哪些属性可以作为资源或资本。

当我们一直把能力作为衡量人才的指标时，非能力因素在组织管理中的作用却在让我们束手无策，因为如何提高员工对组织的忠诚度，已经成为一个世界性的难题。

为此，2000年诺贝尔经济学奖获得者海克曼教授提出了非认知能力的概念，国内也流行高尔曼的情绪智力或情商的概念。实际上，心理学早在30年前就提出了非智力因素的概念。戴尔·卡耐基的学说更是风靡全球。可是，如果说我们对于人的能力的认识已经到达一个层级，那么我们对于人的非能力因素的认识和把握还处在幼稚园阶段。我们迫切需要对人的个性、感情、价值观等特征的系统认识，因为这些因素已经渗透在工作和组织的所有方面。

值得欣慰的是，本书对这一趋势的描述非常到位。本书第10版的一个显著的特点是对人性的全面认识和分析，特别强调了感性的人，或者说还原人的感性的一面。有关情绪对人的行为的影响和决策中的直觉因素等在本书中被突显出来，对人性的关注和人文关怀体现在

字里行间。

实际上，人文关怀，企业中人性化的管理实践，从20世纪80年代末就在美国抬头的。1998年我到美国做访问学者的时候，曾经到很多企业去调研，有一个现象让我很费解：美国的很多小企业当时就在推行日托计划、住房购买补贴或提供住房、上下班交通补贴，甚至医疗、养老福利全包等，我的第一反应是，从形式上看，美国企业的人力资源管理正在步中国计划体制的后尘。当然，其背景和出发点不可同日而语。

本书更是给我们提供了举不胜举的例子来证明人文关怀这一主题。例如，很多管理者过去对工作场所中的“闲聊”表示反对，现在不一样了，他们认识到茶水间和咖啡厅里的讨论，并不像以前人们想像的那样都是与工作无关的活动，而是在交流工作感受。于是，西门子公司现在鼓励这种随意的碰头活动。当你看到思科公司在工作场所给员工提供24小时桑拿、高尔夫球场时，你会有什么感觉呢？当你看到全球的组织几乎都在不约而同地强调信任、诚实、沟通时，你会有什么想法呢？过去，工作与生活是两个完全不同的领域，当更多的人在寻求工作的意义时，当越来越多的人渴望把个人的职业与生活统一起来时，作为管理者该做些什么呢？美国西南航空公司的实践或许能给我们一些启示。

国内也有很多企业明确提出了人性化管理，我想强调一点：实施人性化管理的基本前提是首先要认识人性是什么，然后再谈应该怎么样。

国际化或全球化已经成为我们这个时代不可或缺的话题，其表现无所不在，教科书的内容也全球化了。本书的内容就是最好的证明，国际化和全球化的主题贯穿全书的每个部分。不仅介绍了北美，还有欧洲、非洲，当然少不了亚洲，更少不了中国。因为中国在国际经济发展中的作用已经是举世公认的。于是，关于中国的案例和概念增加了许多，可以说是从古到今，甚至把风水这样的概念也堂而皇之地写进了教科书。虽然我们对于作者所介绍的有关中国和中国文化的内容不敢苟同，但我们不得不承认作者所表现出来的全球化胸怀和视野，我们的感受只有两个字：佩服。

电子时代的组织管理不同于以往任何时候，从员工的行为到领导方式，从组织结构到企业文化，都要适应这种变化，本书几乎在每一章都有专门的部分来论述电子商务对企业的影响，并把电子组织、电子企业的概念引入了教科书。而且，作者身体力行，把教科书本身也电子化了，原来的很多内容移到了光盘里，很多资料通过光盘或网站来提供。很遗憾，中文版的读者无缘分享了。

企业道德和员工道德行为是近年来的热门话题，本书给予了极大关注，用大量篇幅讨论和解释这个问题。正如作者本人在前言中所说，把全球化、多元化和道德整合在一起，是本书的一大特色。

参与本书部分章节初稿翻译的还有滕玉成、李刚、罗红艳、孙晓丽、刘玉文、张立省、张明睿、彭文彬、冯静颖等。

几年来，我们在使用本书第7版的同时，也在不断结合中国企业的实际进行思考和研究，不断丰富自己在组织行为方面的知识和经验。但是，翻译本书，仍然是一个学习的过程，作者开阔的视野、宽广的胸怀、丰富的知识、敏锐的眼光以及灵活的表达，都让我们心悦诚服。这些成为我们这一年挑灯夜战、300多个日夜埋头苦干的最大激励因素。

尽管为了一个术语或者一个公司名字的译法不惜花费数小时的时间查阅资料或在网上检

索，尽管对每个句子都力求表达出作者的原意原味，尽管有机会对第7版的谬误进行修改，但我们还是不能保证不出现错误或纰漏，敬请各位读者不吝赐教。

孙健敏 李原



# 序言

自从1979年发行第1版以来，本书的读者已经超过了90万人。以前的版本被世界上1 000多所大学的学生用做教科书。如果世界上真的有所谓的“全球化教科书”，那么本书或许可以赢得这一殊荣。本书在世界上很多国家和地区都是销量第一的教科书，包括美国、加拿大、墨西哥、中美洲、南美洲、澳大利亚、中国香港、新加坡、泰国、菲律宾、中国台湾、韩国、马来西亚、印度尼西亚、印度、中国大陆、瑞典、芬兰、丹麦和希腊。还有很多语言的翻译本，包括德语、汉语、日语、朝语、泰语、西班牙语、葡萄牙语和印度尼西亚语。以及根据本国实际在内容和案例上做了修改的澳大利亚和加拿大版本。

## □ 历经25年仍然保留的特征

1979年以来，组织行为学发生了天翻地覆的变化。与这些变化同步，本书的内容也发生了很大变化，但第1版的很多特征还是保留了下来。实际上，我认为正是这些特征使得本书得以成功。这些特征包括对话式的写作风格、前沿的内容、大量使用最新的例子、三水平整合模型、正论—反论对话、每章末尾的教学指导，以及大量的补充资料。下面我来详细说明一下这些特征。

● **写作风格** 本书最有特色的就是写作风格。书的评论者和使用者经常告诉我，这本书的风格是“对话式的”、“充满趣味的”、“对学生友好的”以及“非常清楚易懂的”。我坚信这一版保留了传统。

● **前沿的内容** 本书是组织行为学中第一本用专门的章节讨论权力与政治、冲突、组织文化的教科书，并用两章的篇幅讨论动机和激励问题。在新版中仍然保留了前沿的内容，这些内容在其他组织行为学教科书中经常被忽略了。

● **最新的例子** 我的教学经验告诉我，学生可能记不住概念，但他们会记住例子。而且，一个好的例子足以使学生更好地理解一个概念。因此，与以前的版本一样，你会发现这一版采用了大量来自真实世界的最新例子，它们来自各种不同的组织——营利性的和非营利性的、大的和小的以及本地的和国际的。

● **三水平整合模型** 从第1版开始，本书就在三个水平上分析组织行为问题。从个体行为开始，过渡到群体行为，最后到组织系统，以便更充分地解释组织行为的复杂性。学生认为这样的方式符合逻辑，而且直截了当。

● **正论—反论对话** 这种辩论可以使看到关于组织行为争论的两种不同观点，可以激发他们的批判性思维。使用本书做教材的教师告诉我：他们发现这种对话是一种极好的工具，可以激发课堂讨论，使学生批判性地思考工作场所的组织行为问题。本版包括了19

个这样的对话。

● **教学指导** 本书保持了提供最完整的各色各样的教学指导材料的传统，其他教科书也提供这样的资料。包括本章小结、思考题、团队练习、道德困境练习以及案例分析。

● **补充资料** 本书提供了最丰富的教学支持资料，后面我们会详细描述这些资料的具体内容。

## □ 最近版本增加的特色

在最近的版本中增加的几个特色也获得了学生和教师的好评。这些特色也保留下来了，包括全球化、多元化、道德的整合以及神话还是科学等。

**全球化、多元化、道德的整合** 关于全球化和跨文化的差异，工作场所的多元化和道德等问题的讨论遍布全书。这些问题被结合到相关问题的章节中，而不是作为独立的章节。我发现，这种整合的方式使这些问题更密切地成为组织行为学的一部分，并突出了其重要性。在本版中，我把章末的“道德困境”练习从5个增加到12个。

**“神话还是科学”** 这个特征首先提出一个人们普遍接受的关于人类行为的“事实”，接着提供科学研究证据来证实或反驳。其中包括“上了年纪的人难以学会新技艺”；“幸福的员工是高产出的员工”；“重要的不是你知道什么，而是你知道谁”等。这些框图提供了足够的证据来证明，常识可能会误导你理解人的行为，组织行为学研究为我们提供了一种手段来检验常识的正确性。这些主题框的目的在于帮助读者认识建立在大量研究证据基础上的组织行为学能够给我们提供真知灼见，有助于我们理解和解释工作中人的行为。

## □ 第10版有什么新东西？

使用以前版本的人不难发现第10版最明显的变化是多了一章关于领导的内容，关于技能的覆盖面也扩大了。

增加了一章领导的内容，反映了越来越多的人认识到领导这一概念对于有效的组织绩效的重要作用以及快速膨胀的关于领导研究的成果。

从一章变成两章，使我能够把新的与领导有关的资料包括进来，例如框定问题、导师制、自我领导、在线领导以及关于跨文化领导的全球研究。

以前的版本有一个框图主题，叫做“从概念到技能”。无论是学生还是教师都向我表达了强烈的愿望：增加技能的覆盖范围。于是，在这一版中我设计了一个技能培养模块，这些模块被整合成我称为KSS的程序。KSS指的是培养有效的组织行为技能的三个成分：理解概念、自我认识和技能应用。

具体地讲，学生可以通过以下方式形成和改善他们的人际交往和行为技能：阅读一章，完成相关的自我评估练习，然后阅读和实践技能模块。

对这个新版本的更仔细的考察可以发现关于沟通的第10章被重新组织，并重写了。这是为了反映一个广泛和综合的研究领域的流行。

这一版在涵盖当代组织行为问题方面继续保持这个领域的领先地位。新增加的内容

包括：

- 客户服务（第 1、3、4 和 18 章）
- 工作/生活的平衡（第 1、17 和 19 章）
- 多元智力（第 2 章）
- 进化论心理学与预置行为（第 2 章）
- 民族文化特性的 GLOBE 指标（第 3 章）
- 巅峰体验的动机（第 6 章）
- 托马斯的内部动机模型（第 6 章）
- 工作场所中的偏差行为（第 8 章）
- 沟通中的沉默（第 10 章）
- 员工对组织政治的反应（第 13 章）
- 批量定制（第 16 章）
- 电子世界中的组织行为学（第 16 章）
- 风水与工作场所设计（第 16 章）
- 创造道德的组织文化（第 18 章）
- 组织中的灵修（第 18 章）
- 知识管理（第 19 章）
- 价值探索（第 19 章）

当然，整本书的研究基础已经进行了修改并针对第 10 版做了更新。

这些更新包括影响组织行为的最近的事件——特别是恐怖分子的“9·11 袭击”，安然公司的倒闭以及公司高管的犯罪行为，像世界电信公司和泰科国际公司等。我们讨论了这些事件，因为它们与价值观、道德、员工的刻板印象、信任、领导、组织行为、焦虑与压力以及管理变革等相联系。例如，我们描述了“9·11 袭击”后鲁道夫·朱利安尼的变革型领导，我们还解释了为什么安然公司的文化在公司倒闭中起了重要作用。

我个人特别钟情于关于客户服务和满意的新材料。我们都知道，对于任何公司的成功与失败来说，客户都起着至关重要的作用，无论是营利组织还是非营利组织。但是，组织行为学的作者们习惯于把与客户有关的内容留给我们的市场营销的朋友去写，这是个错误。越来越多的研究表明，客户满意与组织绩效直接相关，员工的态度和行为与客户满意度正相关。这一版我们解释了为什么组织行为学应该关注客户；在需要友好和帮助的服务行业中情绪表现的作用；员工的态度和行为如何塑造一个组织的“客户文化”，以及管理层如何使一个组织更加客户导向。

## □ 教学与学习资料<sup>①</sup>

这个新版的补充材料提供了丰富的教学和学习资料。

**教师手册** 教师手册完全更新了，包括教学提示和辅助学生学习的因特网练习。教师手

---

<sup>①</sup> 这一部分的版权未授予中国人民大学出版社。

册还包括丰富的今日商务录像案例信息，这是新版本增加的内容。

**测验题库** 测验题库也完全更新了，包括以论文和情境为基础的问题。测验题库还有电子版，可以通过 PRENTICE-HALL 测验经理软件获得。

**PPT** PPT 文件包括课文内容大纲和图表，可以通过因特网站 [www.prenhall.com/robbins](http://www.prenhall.com/robbins) 获得。

**教师资源光盘** 所有的与教材有关的资源都可以在一个地方获得，在 IRCD 中。你可以找到教师手册的电子版、Prentice Hall 测验经理软件以及全部的 PPT 文件。

**CW Companion 网站** 我们的网站的形式也更新了，以更加友好的界面为用户提供所有的特征。在网站上你可以发现密码保护的教师资源以及学生专栏，提供了是非判断、多项选择、因特网论文题等测验题目的样例。组织行为学第 10 版的网站可以从以下网址找到：[www.prenhall.com/robbins](http://www.prenhall.com/robbins)。

**WebCT 课程** 随着基于因特网的课程越来越流行，WebCT 已经成为处于市场领导地位的课程管理应用软件之一，它帮助教授和学生创造一种电子化的学习经验，变革他们的教育经验。

**今日商务录像案例** 这一版全新的内容是为大家提供了让人兴奋的今日商务录像案例。今日商务是一个快速更新的电视新闻杂志节目，使观众身临其境，可以观察到关起门来才能看到的事情，直接考察美国最有趣的公司以及经营这些公司的高层领导人。这些录像提供了非常有趣的、最新的内容，它们都与组织行为学第 10 版所讨论的问题有关，是特别针对与组织行为有关的题目选出来的。其中包括 Quova Post—X。所讨论的问题包括领导面临的挑战、激励员工、管理冲突以及文化多元化。

非常简单，就像 1、2、3……，及时了解我们新的课件，Prentice Hall 和 XanEdu 形成了一个团队，一起创造一种完整的课件，作为组织行为学第 10 版的补充材料，每一章都有这样的材料。这些课件可以是打印文稿，也可以是数字格式，如果与课本一起购买可以享受 10% 的折扣。你可以选择我们的完全课件，也可以根据你的需要定制，增加内容，从全世界最大的版权清晰的商业和学术档案中收集你所需要的资料，包括学术期刊、杂志、报纸和原始文稿等。我们的策划编辑会帮助你设计自己的课件。如果需要更多的信息，你可以与本地区 Prentice Hall 的代表联系，或者访问 [www.prenhall.com/custombusiness](http://www.prenhall.com/custombusiness)。

## □ 致谢

本书的出版完全是团队劳动的结果，它需要学者的评审以及天才的设计专家和装帧专家、编辑人员、市场策划人员以及销售人员。

首先让我对很多对以前的版本提出过修改建议和/或对新版本做过评审的教师表示感谢，这本书能够有巨大的改进得益于他们的建议：Kathleen Edwards, University of Texas, Austin; Leslie A Korb, University of Nebraska at Kearney; Timothy A. Matherly, Florida State University; Janice Miller, University of Wisconsin-Milwaukee; Clint Relyea, Arkansas State University; Stuart Sidle, Depaul University; and William D. Tudor, Ohio State University.

关于本书的设计和装帧，我想感谢 Cindy Spreder、Amanda Kavanaugh（内部设计师）和我的妻子 Laura Ospanik。Cindy 通过装帧过程为设计这本书做出了出色的贡献。感谢 Cindy 把全身心投入到这个项目中并容忍我持续不断的邮件和电话的打扰。一个充满深情的“谢谢你”给我的妻子劳拉。除了是这个世界上最伟大的妻子以外，她还是非常卓越的绘画艺术家。她设计了这本书前一版的封面（我自豪地告诉大家这个设计赢得了无数奖项）和这一版的封面。她还帮助修改书的内部设计、设计图表、寻找广告，对我在修改稿子的过程中计算机出现的错误进行迅速修复。谢谢亲爱的，感谢你的爱和支持。

我还要感谢 Prentice Hall 出版公司的 Shannon Moore、Kevin Glynn、Jennifer Glennon 和 Judy Leale，最后，我还要感谢 Prentice Hall 出版公司的销售人员，他们销售我的书已有半个多世纪了，感谢他们对本书许多版本所给予的关注。

**斯蒂芬·P·罗宾斯**

# 目录

<b>I 篇 导论</b> .....	(1)
<b>1 章 什么是组织行为学</b> .....	(3)
管理者做什么 .....	(5)
了解组织行为学 .....	(9)
对组织行为学有贡献的学科 .....	(12)
组织行为学中没有绝对的真理 .....	(14)
组织行为学面临的挑战与机遇 .....	(15)
变得有吸引力:开发组织行为学模型 .....	(23)
本章小结及对管理者的意义 .....	(27)
复习题 .....	(30)
讨论题 .....	(30)
团队练习:劳动力多元化 .....	(30)
道德困境:工作与个人生活之间什么样的平衡是恰当的 .....	(32)
案例分析 .....	(32)
<b>II 篇 个体</b> .....	(37)
<b>2 章 个体行为的基础</b> .....	(39)
传记特点 .....	(41)
能力 .....	(44)
学习 .....	(47)
本章小结及对管理者的意义 .....	(56)
复习题 .....	(59)
讨论题 .....	(59)
团队练习:积极强化和惩罚 .....	(59)
道德困境:行为校正是一种控制吗 .....	(60)
案例分析 .....	(61)
<b>3 章 价值观、态度和工作满意度</b> .....	(68)
价值观 .....	(70)
态度 .....	(77)
工作满意度 .....	(83)

本章小结及对管理者的意义 .....	(88)
复习题 .....	(90)
讨论题 .....	(90)
团队练习:与中国经营者进行谈判时面临的挑战 .....	(91)
道德困境:是贿赂还是礼物 .....	(92)
案例分析 .....	(92)
<b>4 章 人格与情绪 .....</b>	<b>(102)</b>
人格 .....	(104)
情绪 .....	(114)
本章小结及对管理者的意义 .....	(123)
复习题 .....	(125)
讨论题 .....	(125)
团队练习:什么是“团队人格” .....	(125)
道德困境:在工作中管理情绪 .....	(126)
案例分析 .....	(126)
<b>5 章 知觉和个体决策 .....</b>	<b>(137)</b>
什么是知觉及其为什么重要 .....	(139)
影响知觉的因素 .....	(139)
对人知觉:对他人做出判断 .....	(140)
知觉与个体决策之间的联系 .....	(146)
应该如何做出决策 .....	(146)
在组织中如何做出实际的决策 .....	(149)
决策中的道德问题 .....	(157)
本章小结及对管理者的意义 .....	(159)
复习题 .....	(161)
讨论题 .....	(161)
团队练习:决策偏见 .....	(162)
道德困境:面对五项道德决策,你会怎么做 .....	(163)
案例分析 .....	(163)
<b>6 章 基本的动机概念 .....</b>	<b>(169)</b>
界定动机 .....	(171)
早期的动机理论 .....	(172)
当代动机理论 .....	(176)
当代动机理论的整合 .....	(190)
启示:动机理论受到文化制约 .....	(191)
本章小结及对管理者的意义 .....	(192)
复习题 .....	(194)
讨论题 .....	(195)

团队练习:人们想从工作中获得什么 .....	(195)
案例分析 .....	(196)
<b>7 章 动机:从概念到应用</b> .....	(207)
目标管理 .....	(209)
员工认可方案 .....	(211)
员工卷入方案 .....	(213)
浮动工资方案 .....	(218)
技能工资方案 .....	(221)
灵活福利 .....	(223)
动机中的特殊问题 .....	(224)
本章小结及对管理者的意义 .....	(227)
复习题 .....	(229)
讨论题 .....	(229)
团队练习:目标设置任务 .....	(230)
道德困境:美国 CEO 的报酬是否太高了 .....	(230)
案例分析 .....	(231)
<b>Ⅲ 篇 群体</b> .....	(239)
<hr/>	
<b>8 章 群体行为的基础</b> .....	(241)
群体的定义和分类 .....	(243)
群体发展的阶段 .....	(245)
群体行为的解释 .....	(247)
群体的外部环境条件 .....	(248)
群体成员资源 .....	(249)
群体结构 .....	(250)
群体互动过程 .....	(261)
群体任务 .....	(262)
群体决策 .....	(262)
群体决策技术 .....	(266)
本章小结及对管理者的意义 .....	(268)
复习题 .....	(270)
讨论题 .....	(271)
团队练习:评估职业地位 .....	(271)
道德困境:2001 年 9 月 11 日后的歧视 .....	(272)
案例分析 .....	(272)
<b>9 章 理解工作团队</b> .....	(282)
为什么团队如此普及 .....	(284)
团队与群体:二者有何不同 .....	(284)



团队类型	.....	(285)
警惕:团队并非总是问题的答案	.....	(289)
建设高效工作团队	.....	(290)
使个体转变成团队队员	.....	(295)
团队管理方面当前面临的问题	.....	(297)
本章小结及对管理者的意义	.....	(299)
复习题	.....	(301)
讨论题	.....	(301)
团队练习:建设高效的工作团队	.....	(302)
案例分析	.....	(303)
<b>10章 沟通</b>	.....	(311)
沟通的功能	.....	(313)
沟通的过程	.....	(314)
沟通的方向	.....	(315)
人际沟通	.....	(316)
组织沟通	.....	(319)
沟通渠道的选择	.....	(323)
有效沟通的障碍	.....	(326)
有关沟通的当前问题	.....	(328)
本章小结及对管理者的意义	.....	(334)
复习题	.....	(335)
讨论题	.....	(336)
团队练习:专注的倾听技能的影响	.....	(336)
道德困境:说谎是不对吗	.....	(336)
案例分析	.....	(337)
<b>11章 领导的基本观点</b>	.....	(341)
什么是领导	.....	(343)
特质理论	.....	(344)
行为理论	.....	(345)
权变理论	.....	(348)
本章小结及对管理者的意义	.....	(356)
复习题	.....	(357)
讨论题	.....	(358)
团队练习:领导者真的有效吗	.....	(358)
案例分析	.....	(358)
<b>12章 当代领导问题</b>	.....	(365)
信任:领导的基石	.....	(367)
作为“意义塑造师”的领导者	.....	(371)