

《组织行为学》

Organization Behavior

(2天12学时精简版)

中国海洋大学 李大志 博士

【课程简介】

《组织行为学》是管理类各专业的一门专业基础课程。

《组织行为学》是研究组织中人的心理活动与行为规律，用科学和方法改进管理工作，以调动人的积极性的一门科学。

本课程体系基于笔者二十余年深入研究中国传统文化,融会诸子百家的学术精华,结合企事业单位多年管理实战的经验和高端EMBA的系统学习,总结了在中国本土文化背景下的管理科学和领导艺术的独特现象,依据《组织行为学》理论,全面解析企事业单位领导干部面临的种种管理问题,通过管理中的情境案例研讨,让领导者深刻体会在中国的文化背景下与各级同仁沟通交流、学习成长、科学决策、组织团队、创新变革等诸多领域里的独特的本土文化特点,发展并不断完善了适合东方管理文化的领导科学与文化系统,并给出了六十四种科学而实用的管理工具和方法。与一般《组织行为学》课程相比,本课程体系理论架构严谨,最贴近东方文化背景下的实际领导情景,可操作性极强,已经被数万名各行各业的领导厉行实践,效果极佳。

【课程目标】 提升各级领导干部综合管理素质；领导能力，使各级层管理干部逐步实现从优秀走向卓越。

【课程对象】 企事业单位各级管理干部

【授课方式】 教授演讲，情景分析，问题讨论、工具应用 案例分析

【课程时间】 2天

【课程大纲】

第一天: 群体管理视野的《组织行为学》理论与实践

第一章 组织行为学概述

教学目的与要求：使学生掌握组织行为学的基本概念与研究对象、研究内容，了解管理心理学的体系结构和发展历程，理解管理心理学研究的原则、方法、任务与意义。

第一节 组织行为学概述

- 一、组织行为学的基本概念
 - 二、组织行为学的理论基础与内容体系
 - 三、学习组织行为学的意义
- 第二节 组织行为学的演进与发展
- 一、组织行为学的早期研究
 - 二、从人群关系运动到组织行为学的产生
 - 三、组织行为学的新发展

第二章 组织文化

教学目的与要求：掌握组织文化的内涵，了解组织文化理论的发展历程，理解组织文化对组织行为的影响，探讨建设良好的组织文化的有效途径，提高组织管理水平。

第一节 组织文化概述

- 一、组织文化的含义
- 二、组织文化的结构
- 三、组织文化的类型
- 四、组织文化的构成要素
- 五、组织文化的作用

第二节 组织文化的塑造

- 一、加强企业家的培养
 - 二、改善组织内部环境
 - 三、提高组织产品文化内涵
 - 四、培育优良的组织精神
 - 五、加强组织文化建设的心理机制
- 案例分析与研讨

第三章 群体心理与领导力

教学目的与要求：使学生了解群体、人际关系的基本概念，理解高效团队的特征，能正确分析与处理团队内的人际关系，提高团体合作能力。

第一节 群体概述

- 一、群体及其类型
- 二、群体行为
- 三、群体动力
- 四、团队建设

第二节 领导力

- 一、西方人性假设的发展
- 二、从天赋说到情境领导力的理论演进 权变理论简介
- 三、领导魅力

案例分析与研讨

第二天: 个体管理视野的《组织行为学》理论与实践

第四章 沟通

教学目的与要求：使学生掌握沟通的基本概念，了解沟通的过程，理解沟通的障碍与改善的对策，能正确分析并处理管理中的人际沟通问题。

第一节 沟通概述

- 一、沟通含义
- 二、沟通过程
- 三、沟通种类
- 四、信息沟通网络

第二节 沟通的障碍与改善

- 一、常见障碍
- 二、沟通的改善
- 三、群体决策

第三节 沟通原则与技巧

- 一、沟通原则
- 二、沟通技巧

案例分析与研讨

第五章 激励

教学目的与要求：使学生理解激励的基本概念，理解激励的主要理论，并能运用激励理论解决管理中的激励问题。

第一节 激励概述

- 一、激励的含义
- 二、激励的过程

第二节 内容型激励理论

- 一、马斯洛与奥德弗的需求层次论
- 二、阿尔德弗的 ERG 理论
- 三、赫兹伯格双因素理论
- 四、麦克利兰的需要理论

第三节 过程型激励理论

- 一、弗隆的期望理论
- 二、洛克的目标理论
- 三、斯金纳的强化理论

第四节 状态型激励理论

- 一、亚当斯的公平理论
- 二、挫折理论

案例分析与研讨