《工商管理硕士（MBA）研究生核心课程指南》

**课程名称：组织行为学**

**课程编码：02**

**一、课程概述**

《组织行为学》是MBA项目培养计划中的一门核心课程。这门学科采用系统分析的方法，结合心理学、社会学、文化人类学和政治学等多学科的知识，研究组织中人的心理和行为规律，从而提高学员预测、引导和管理人的行为的能力，以便更好地实现组织目标。

本课程将深入而系统地分析影响组织效能的个体、群体和组织系统等方面的因素，让学员掌握解决组织问题的理念、技能和工具。课程将帮助职业经理人和商界领袖更好地激励组织中的人力资本；有效地整合组织内部的资源；并成功地应对内外部环境变化。课程将围绕变动环境中组织管理面临的人员管理的问题而设计，启迪学员理解不确定环境下组织当中的个人和群体的行为特性及其管理。通过讨论主流组织行为学理论及前沿的学术和实践知识，让学员理解组织行为管理的一般性规律。同时，课程将结合中国社会和文化的现实，启发学员透视当代中国组织管理所具有的特殊性，促进学员思考中国人的心理与行为的特征对管理实践的要求。对《组织行为学》的学习将帮助学员在工作中应对当前技术变革影响下，企业面临的商业模式和管理模式的巨大变化，实现组织目标。

**二、先修课程**

无

**三、课程目标**

通过系统化的课程学习，使得学员能够：

1. 掌握组织行为学的主要概念与理论；
2. 掌握分析组织中个体行为规律的方法；
3. 提升学员从事团队工作的理念和技能；
4. 理解建立个体与团队、组织相互契合的策略；
5. 掌握分析和解决组织问题的理念、技能和工具；
6. 理解发挥员工潜能并激活组织的人力资本的理念和方法；
7. 系统运用组织行为理论提升学员的领导力；
8. 认识影响组织变革的各种因素和力量；
9. 理解建立组织文化的策略和途径；
10. 扩展学员的全球视野，培养具有社会责任感的管理者。

**四、适用对象**

本教学大纲适用于全国各高等院校的MBA教学。

**五、授课方式**

该课程的授课方式以参与式教学方式为主，以学生为中心，通过多种方式让学生参与到课堂中，体验重要知识点，实践组织管理/领导技能；主要包括以下方式：

* 1. 课堂讲授
  2. 案例分析
  3. 角色模拟
  4. 结果反馈
  5. 小组研讨
  6. 学生课堂演示

**六、课程内容**

由于《组织行为学》课程在不同院校的学分是2-3分，本《指南》列出了《组织行为学》教学中涵盖的各个内容模块（表1）。在基本上保持《指南》中关于《组织行为学》包含的多个层面知识体系的情况下，不同院校、不同任课教师可根据所在学校相关课程的设置以及其他方面的需要，选取相关模块内容进行讲授，并鼓励有20%-30%的自选内容。《指南》中所列出的各个模块，可以根据教学需求在内容和教学时长上保持一定的灵活性。此外，《指南》建议任课教师在讲授过程中，结合中国企业管理实践和全球化时代特征，将基于中国情境和跨文化的研究融入到各模块内容中。

表1. 《组织行为学》课程内容

|  |  |
| --- | --- |
| **模块** | **具体内容** |
| 组织行为学导论 | - 人与组织：组织行为学的框架与视角 |
| 个体层面 | - 个人特性、情绪、态度、价值观  - 社会认知、判断与决策  - 工作动机的理论与应用  - 员工管理的实践 |
| 人际/团队层面 | - 组织中的人际互动  - 群体过程及群体行为  - 团队工作的过程与效能  - 谈判的理论与技巧 |
| 组织层面 | - 领导理论与中国企业的领导实践  - 组织的结构、制度与文化  - 企业的变革与管理  - 组织管理综合案例 |

**七、考核方式**

本课程以多种方式的考核促进学员对于知识的掌握和运用，注重对学员平时表现的评估：

1. 个人出勤
2. 课堂参与
3. 个人作业
4. 小组报告
5. 期末考试

**八、编写成员名单**

**组长：**

张志学，北京大学光华管理学院

**组员：**

陈国权，清华大学经管学院

李绪红，复旦大学管理学院

井润田，上海交通大学安泰经济与管理学院

谢小云，浙江大学管理学院

任 润，北京大学光华管理学院

**九、课程资源**

**（一）教材推荐：**

1. 陈国权（主编），2006年。《组织行为学》（21世纪清华MBA精品教材）。清华大学出版社。
2. 张志学，张建君（主编），2010年。《中国企业的多元解读》。北京大学出版社。
3. 斯蒂芬·P·罗宾斯、蒂莫西·贾奇著，孙健敏等译，2016年。《组织行为学》（第十六版），中国人民大学出版社。

**（二）参考书目推荐：**

1. 彼得·德鲁克著，2005年。《卓有成效的管理者》。机械工业出版社。
2. 稻盛和夫著，陈忠译，2009年。《阿米巴经营》。中国大百科全书出版社。
3. 赫伯特·西蒙著, 詹正茂译，2004年。《管理行为》（第4版）。机械工业出版社。
4. 亨利·明茨伯格著, 魏青江译，2012年。《卓有成效的组织》。中国人民大学出版社。
5. 杰克·韦尔奇，苏茜·韦尔奇著，蒋宗强译，2016年。《商业的本质》。中信出版社。
6. 拉斯洛·博克著，宋伟译，2015年。《重新定义团队－谷歌如何工作》。中信出版社。
7. 罗恩·阿什肯纳斯，戴维·尤里奇等著，姜文波等译，2016年。《无边界组织：移动互联时代企业如何运行》。机械工业出版社。
8. 菲利普·津巴多著，[陈雅馨](https://book.jd.com/writer/%E9%99%88%E9%9B%85%E9%A6%A8_1.html)译，2015年.《路西法效应:好人是如何变成恶魔的》。[生活·读书·新知三联书店](http://baike.baidu.com/view/1110095.htm)。
9. 罗伯特·西奥迪尼著，闾佳译，2016年。《影响力》。北京联合出版公司。
10. 斯图尔特·克雷纳著，闾佳译，2013年。《管理百年》。中国人民大学出版社。
11. 曹仰峰著，2017年。《海尔转型：人人都是CEO》。中信出版社。
12. 田涛，吴春波著，2017年。《下一个倒下的会不会是华为》。中信出版社。
13. Zhang, Z. X., & Zhang, J. (Eds.). 2014. Understanding Chinese firms from multiple perspectives. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.