

<<知识型新员工组织社会化研究>>

图书基本信息

书名：<<知识型新员工组织社会化研究>>

13位ISBN编号：9787509616192

10位ISBN编号：7509616190

出版时间：2011-9

出版时间：经济管理出版社

作者：李从容

页数：204

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<知识型新员工组织社会化研究>>

内容概要

在企业管理实践中，知识型新员工不能很好地胜任工作，离职率居高不下，给企业带来了许多负面影响。

离职(倾向)的因素中组织承诺是一个很强的动因，现有许多企业和学者开始关注员工组织承诺问题。然而，对如何培养员工组织承诺、如何通过提高组织社会化程度提高知识型新员工的组织承诺、不同形式的信息搜寻行为如何对知识型新员工的组织承诺产生影响等问题，现有企业还没有很好的应对措施，现有学术研究也不能对此给予较为合理和权威的解释，这正是本书进行深入探索的基本动因。

本书采取新员工主动社会化视角，以知识型新员工为研究对象，构建了知识型新员工信息搜寻行为、组织社会化对组织承诺影响的理论模型，并对该模型中所涉及的假设关系进行了理论论证，通过追踪研究方法对其进行了科学的实证研究。

书中根据研究目的，将知识型新员工信息搜寻行为在中国文化情景下，分为直接询问和观察寻找两种形式；将组织社会化分为工作胜任、人际融洽、文化融合三个方面；将组织承诺分为情感承诺和持续承诺两种类型。

对各因素的操作性变量进行了定义，设计了实证研究的量表，并对同一群样本在两个时点做了大样本的追踪调研。

实证检验结果表明：本书提出的理论模型在整体上得到了验证。

<<知识型新员工组织社会化研究>>

作者简介

李从容，陕西省西安市人，西安建筑科技大学人文学院副教授，陕西省注册企业诊断师。2008年毕业于西安交通大学工商管理专业，获博士学位，2009-2010年赴美国弗吉尼亚大学达顿商学院访问。

研究方向：组织行为与人力资源管理、劳动经济学。

先后在《预测》、《科学学研究》、《科研管理》、《经济管理》等期刊发表论文30余篇，主持或参与完成国家教育部人文社会科学规划项目、国家自然科学基金、国家社会科学基金、省市社科规划和软科学项目20余项。

<<知识型新员工组织社会化研究>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 现实背景

- 一、企业遭遇知识型新员工组织适应问题
- 二、知识型新员工组织承诺低、离职率高
- 三、知识型新员工组织社会化过程中主动行为越来越重要

第二节 理论背景

- 一、知识型新员工组织社会化内容的结构度量缺乏
- 二、组织社会化影响新员工组织承诺的研究不够深入
- 三、新员工信息搜寻行为、组织社会化和组织承诺关系研究不够深入
- 四、知识型新员工主动社会化研究不足
- 五、组织社会化理论和实证研究发展不平衡
- 六、研究的逻辑线索

第三节 研究对象及基本概念界定

- 一、研究对象
- 二、基本概念的界定

第四节 主要研究内容

第五节 研究思路及方法

第二章 文献综述

第一节 组织社会化研究

- 一、对组织社会化自身的研究
- 二、组织社会化策略
- 三、组织社会化绩效研究
- 四、组织社会化交互作用研究

第二节 信息搜寻研究

- 一、信息搜寻行为
- 二、信息搜寻内容
- 三、信息搜寻来源

第三节 组织承诺研究

- 一、组织承诺的内涵
- 二、组织承诺的结构
- 三、组织承诺的相关研究

第四节 信息搜寻、组织社会化与组织承诺关系研究述评

- 一、组织社会化与组织承诺关系研究述评
- 二、信息搜寻与组织社会化关系研究述评
- 三、信息搜寻与组织承诺关系研究述评

本章小结

第三章 理论模型及假设

第一节 主要理论基础

- 一、不确定性减少理论
- 二、社会学习理论
- 三、社会认同理论
- 四、归因理论
- 五、社会交换理论

第二节 模型要素

- 一、公开询问和观察寻找

<<知识型新员工组织社会化研究>>

二、工作胜任、文化融合和人际融洽

三、情感承诺和持续承诺

第三节 要素之间的逻辑关系

一、信息搜寻行为与组织社会化之间的关系

二、信息搜寻行为与组织承诺之间的关系

三、组织社会化与组织承诺之间的关系

四、理论模型构建

第五节 提出假设

一、信息搜寻行为对组织社会化的影响

二、信息搜寻行为对组织承诺的影响

三、组织社会化对组织承诺的影响

本章小结

第四章 实证研究设计

第一节 因素测量

一、信息搜寻行为的测量

二、组织社会化内容的测量

三、组织承诺的测量

第二节 样本及数据收集

一、样本的选择

二、调查的实施

三、样本的基本信息

第三节 数据特征描述

一、数据的频数统计分析

二、数据的描述性统计分析

三、平均数差异的显著性检验——成对相依样本t检验

第四节 项目分析

第五节 探索性因素分析

一、球形检验

二、因素结构分析

三、信度检验

第六节 验证性因素分析

第七节 因果模型的验证设计

本章小结

第五章 实证检验结果

第一节 相关性分析

第二节 模型拟合结果

一、利用模型拟合指数对模型整体拟合进行评价

二、假设验证情况

第三节 假设验证结果

第六章 结果讨论

第一节 研究结果概述

第二节 对已通过假设的讨论

一、信息搜寻行为对组织社会化的影响

二、信息搜寻行为对组织承诺的影响

三、组织社会化对组织承诺的影响

第三节 对未通过假设的进一步说明

第七章 知识型新员工组织社会化的管理实践建议

<<知识型新员工组织社会化研究>>

第一节 组织方面采取的措施

- 一、通过人性化的组织支持帮助新员工实现初步角色转型
- 二、通过真实可靠的信息传播留住自我效能感高的应聘者
- 三、通过开创良好的信息通道,降低新员工主动社会化的成本感知
- 四、通过引导信息搜寻行为,提高信息解构能力,培养组扩、承诺
- 五、通过推进新员工组织社会化,提高工作绩效和组织承诺

第二节 大学方面采取的措施

- 一、为学生提供更多了解现实企业和工作岗位的机会
- 二、提升培养学生积极的人格特性

第三节 知识型新员工自身采取的措施

第八章 总结与展望

第一节 主要工作及结论

第二节 主要创新点

第三节 研究的局限及未来研究方向

附录

参考文献

后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>