

《组织行为学》实验教学大纲

一、课程的性质与任务

本课程是高校市场营销专业的专业必修课。

学生通过本课程的学习，初步掌握组织行为学的理论与方法，加深对人、团队、组织、领导的理解，从而提高管理技能。学生通过本课程的学习后，能综合运用心理学、社会学、人类学、生理学、生物学、经济学和政治学等知识，研究一定组织中人的心理和行为的规律性，从而提高对人的行为的预测和引导能力，以便更有效地实现组织预定的目标。

二、教学要求与教学方法

(一)教学要求

1. 通过本课程的学习,要求加深学生对人的理解,能够独立完成基本的人员分析工作。并增强团队合作精神,与他人合作共同完成较为复杂的团队工作。
2. 必须有实验室和测评软件。

(二)教学方法

本课程教学由简入深,主要采用以下教学方法:

1. 专业老师讲授实验要点。
2. 学生按实验要点具体操作。
3. 个别辅导。

三、教学学时分配和安排

本课共 18 学时,每次 6 学时,其具体安排如下:

实验一:心理学实验方法	6 学时
实验二:人格测验	6 学时
实验三:能力测验	6 学时

四、教学内容和要求

在系统掌握组织行为学相关理论的基础上,能从定量分析的角度的分析个人的差异性,了解组织行为学的前沿问题,为以后从事相关的工作奠定宽广的理论平台和工具基础。

实验一:心理学实验方法

目的要求:了解和掌握心理学实验过程和基本方法。

教学内容: 1、心理学实验结构;
2、心理学实验过程;
3、心理学实验环境;
4、心理学实验具体方法。

实验二:人格测验

目的要求：了解和掌握人格测验过程和基本方法。

教学内容：1、人格测验软件结构；
2、人格测验要素；
3、人格测验的过程
4、人格测验具体方法。

实验三：能力测验

目的要求：了解和掌握能力测验实验过程和基本方法。

教学内容：1、能力测验要素；
2、能力测验软件结构；
3、能力测验过程；
4、能力测验具体方法。

实验课程使用的实验软件：华瑞人才测评教学系统

软件中对应的模块：卡特尔 16PF 人格因素测验、加利福尼亚个性调查、瑞文智力测验、管理能力测验

实验课程的内容：心理学实验方法、人格测验、能力测验