

“十一五”

应用型高等院校经管专业规划教材  
商务电子化系列

# 管理心理学

(高职高专版)

主编 吴亚红 梁清山



南京大学出版社

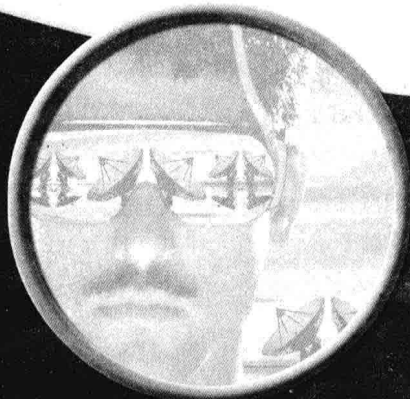
“十一五”

应用型高等院校经管专业规划教材  
商务电子化系列

# 管理心理学

(高职高专版)

主编 吴亚红 梁清山



南京大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/吴亚红,梁清山主编. —南京:南京大学出版社,2009. 1

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材. 商务电子化系列

ISBN 978 - 7 - 305 - 05627 - 7

I. 管… II. ①吴…②梁… III. 管理心理学—高等学校:技术学校—教材 IV. C93—05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 175383 号

出版者 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093

网 址 <http://press.nju.edu.cn>

出版人 左 健

丛 书 名 “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列

书 名 管理心理学

著 者 吴亚红 梁清山

责任编辑 宋雪飞 黄继东 编辑热线 025-83592193

照 排 南京南琳图文制作有限公司

印 刷 南京人民印刷厂

开 本 787×1092 1/16 印张 13.75 字数 350 千

版 次 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1—3000

ISBN 978 - 7 - 305 - 05627 - 7

定 价 28.00 元

发行热线 025-83594756

电子邮箱 [sales@press.nju.edu.cn](mailto:sales@press.nju.edu.cn)(销售部)

[nupress1@public1.ptt.js.cn](mailto:nupress1@public1.ptt.js.cn)

---

\* 版权所有,侵权必究

\* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书销售部门联系调换

## “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

### 商务电子化系列学术委员会

**主任委员** 洪银兴(南京大学党委书记,教授、博士生导师)

钱志新(南京大学教授、博士生导师)

**委 员** (以汉语拼音为序)

陈传明(南京大学商学院副院长、管理学院院长,教授、  
博士生导师)

姜波克(复旦大学教授、博士生导师)

林桂军(对外经济贸易大学副校长,教授、博士生导师)

马君潞(南开大学教授、博士生导师)

王家新(南京审计学院院长,教授)

徐从才(南京财经大学校长,教授)

徐康宁(东南大学经济管理学院院长,教授、博士生导师)

许承明(南京财经大学副校长,教授)

张二震(南京大学商学院党委书记,教授、博士生导师)

赵曙明(南京大学商学院院长,教授、博士生导师)

# “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

## 商务电子化系列编写委员会

**主任委员** 钱志新(南京大学)

**副主任委员** 左 健(南京大学)

王传松(南京商友资讯商务电子化研究院)

**委员单位** (以汉语拼音为序)

安徽工业大学

安徽科技学院管理学院

常州纺织服装职业技术学院

大庆石油学院

广东海洋大学

哈尔滨商业大学

杭州职业技术学院

河南工业大学

河南科技大学

黑龙江大学

湖南石油化工职业技术学院

湖州职业技术学院

淮海工学院

黄河水利职业技术学院

江海职业技术学院

江门职业技术学院经管系

开封大学

连云港职业技术学院

辽宁信息职业技术学院

鲁东大学经贸学院

南京大学出版社

南京工业职业技术学院

南京农业大学

南京商友资讯商务电子化研究院

南京信息职业技术学院

南京晓庄学院

南京邮电大学

南京正德职业技术学院

南京中医药大学

内江师范学院

齐齐哈尔大学

青岛酒店管理学院

青岛科技大学

三明学院

山东技师学院

山东商务职业学院

山西旅游职业学院

汕尾职业技术学院

温州大学

芜湖职业技术学院经管系

武汉理工大学华夏学院

西安建筑科技大学

西北大学

西南民族大学

西南政法大学

宜宾职业技术学院

义乌工商职业技术学院

云南交通职业技术学院

漳州职业技术学院

浙江工商职业技术学院

郑州轻工业学院

## 出版说明

当前,经管类专业的教学已进入一个全面创新的新阶段。在计算机网络条件下建立模拟的实验实训环境,是信息技术革命在经管类专业教学中的一种创新。这对经管类专业的教学来说,是一次颠覆,是培养应用型、技能型、复合型经济管理人才的重要方式。

经管类专业的实验实训环境的形成不仅仅是实验实训方式的创新,而且必将推进课程体系、教学内容和教学方式的创新。可以预见,经管类专业教学将会发展为课堂教学与实验实训环境教学并重,乃至以实验实训环境教学为主的教学方式。

与此同时,以信息化为特征的现代技术手段也进入了企业生产和流通的各个环节,国内外的许多企业都把信息技术应用到各类商务活动中。实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势,也是企业信息化的核心所在。高等院校经管类专业的教学应当要适应商务电子化发展对人才的需求。

“商务电子化”与通常所讲的“电子商务”有着质的区别。从商务过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术手段和技术工具。而商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节的全面应用,是企业整个商务活动的电子化和信息化管理。

在高校教学与企业应用两大需求的导向下,为培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,经管类专业传统的教材已经不能适应新的教学方式的需要了。按新的发展要求,南京大学出版社与南京商友资讯商务电子化研究院合作组织有关应用型高等院校编写了“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”教材。

这套“商务电子化”系列教材分为本科与高职高专两类,具有以下特色:

### (1) 实验实训教学——现代教育技术推进全新的教学模式

本系列教材,为配合实验实训教学,要求实例采用视频演示的方式来讲授知识,提供课堂实例的多媒体视频演示与实验的全程录像,更方便老师授课和学生自主学习,也推进了现代教育技术在教学中的应用。

同时,对于实验条件相对落后的学校来说,也是一个很好的互补。学生通过实验录像,可以看到真实的实验环境,巩固学习效果。

### (2) 教改课题——提供教师交流平台

作为中国高等教育学会教育科学“十一五”规划重点研究课题——“商务电子化条件下经管类专业课程改革与实践”——的主要科研成果,本系列教材顺应了当前经管学科的教学改革大潮,在“十一五”规划的大局下,定位于全面提升学生的执业能力,共同打造兼具实用性、创新性,反映最新教改成果,体现先进技术的技能型教材。

### **(3) “双证”培训体系——增强学生就业竞争力**

作为中国信息产业部推广“技能+学历”的“双证”培训体系的重要合作伙伴,本系列教材在编写时也充分考虑到了相关行业的职业资格认证要求,对与职业资格认证有关的课程,在内容安排和习题设置上与相关认证紧密结合,使学生对相关职业资格认证有一个清晰的了解,以帮助学生获取“双证书”——学历证书和职业资格证书,增强学生的就业竞争力。

### **(4) “职业性”设计实例与实验——重视对学生职业技能的培养与训练**

本系列教材的编写以“提高学生实践能力,培养学生的职业技能”为宗旨,编写体例包括:导入案例、教学知识点、案例分析、技能训练、复习与思考、综合实训这六个部分。同时,按照企业对经管专业学生的实际需求,以“项目驱动法”来设计实例与实验,使学生能够在了解相关理论的基础上,具备相应的实际操作技能。

### **(5) 立体化的教学资源网——提供网站优质服务与教学支持**

面对“十一五”规划的新形势,为了继续深化课程与教学改革,更深入地解决课改与教改中的重点与难点问题,我们不仅提供优秀的纸质主教材,还将提供电子教案、教学大纲、实验录像、视频演示、网络课程等教学配套资源,形成纸质出版物、电子音像与网络出版物等有机结合的立体化教学解决方案。老师可以通过网络平台,获得更多、更好的教学资源;学生通过网络平台,随时随地都可以进行学习。网络平台方便师生进行信息交流,实现资源共享。

愿“商务电子化”系列教材能为新的时代背景下,我国经管类专业的课程与教学改革的发展做出应有的贡献。同时,这套教材还在不断的完善中,欢迎各高等院校的教师共同参与。

南京大学出版社

2007年8月

## 致 教 师

---

本教材的编写是从高职高专经济管理类专业的人才培养方案的整体要求出发,突出了理论教学与实践教学、经济管理与心理测定技术、文字教材与电子网络教材紧密结合的特点。各校教师在使用本教材的过程中,要注重从本校教学实际出发,密切联系实训平台,将教材与技能训练有机地融为一体,基本教学知识点以“够用”为度,强化技能训练,培养学生的职业应用能力。

本课程的教学时数 70 学时左右,其中实训时数为 30 学时左右,主要的实训方式结合课堂教学及电子信息平台,以案例分析、基本技能训练、心理测定等为主。另外可以充分利用学生的课余时间,将实训的内容从小课堂拓展到大课堂,真正做到高职教学特色的实战训练。

## 致 学 生

---

本教材突出高职教学的应用性,注重学生技能的培养,学生在学习的过程中要在掌握管理心理学基本原理的基础上,在老师的指导下,通过案例分析、观念应用、技能训练、心理测定等多种方式,结合实际,合理使用文字教材与电子教材,不断提升思维能力和分析能力,早日成为掌握现代管理心理学理论和实务知识的人才。

# 前言

本教材是高职高专经济管理类专业核心骨干课程的教科书,是中国高等教育学会教育科学“十一五”规划课题《商务电子化条件下经管类专业课程体系的研究》系列教材成果之一,是一部适应管理思想与教学改革、信息化平台与课程建设有机结合的教科书,同时也可作为各类企事业、党政机关及相关领域的科研工作者学习培训的参考书。

本教材从高职高专经济管理类专业的人才培养方案的整体要求出发,主要针对高职高专经济管理类专业(三年制)教学的要求,加强基本理论的教学和基本技能的训练,将理论与实践、文字教材与电子教材紧密结合起来,在编写过程中,力求突出以下三个特点:一是前瞻性强,内容上科学先进准确是教材的本质要求。在编写过程中我们力求由浅入深,份量适中,结构合理。对管理心理学的核心概念都给予清晰的界定,便于学生深入理解管理心理学的真谛,更注重把最新的知识内容、最新的教改精神、管理心理学创新的新发展融入教材之中,以突出本教材的前瞻性,适应 21 世纪管理心理学思想的变化趋势。二是可读性强,体例风格创新,教材的生命力在于创新。在编写过程中,我们针对高职学生的特点,设置了学习目标(知识目标、能力目标)、核心概念、教学知识点、讨论案例、知识归纳、观念应用、习题思考、技能训练、知识结构图表等栏目,教材从栏目到版式风格的创新,使教材突出了生动性、趣味性和可读性。三是应用性强,强化能力培养、强化职业技能的训练,是本书的立足点。本书不仅阐述了基本理论、基本观点,更注重引导学生掌握方法和技能。每章主要采取案例教学、观念应用、技能训练等方式,来培养和引导学生分析、策划、操作等实际能力,在围绕基本理论观点、结合实际、灵活运用教法、合理使用文字教材、电子教材的基础上,不断培养高职学生的思维能力和分析能力。

本书在编写过程中,既系统地阐述了管理心理学的基本概念、基本理论与基本方法,又注重介绍了国内外研究的新成果和实战的新经验,特别是编著了综合训练与心理测定的内容,是本书最大的特色。全书共分为六篇十章,主要从概述、个体心理、群体心理、组织心理、领导心理、综合实训与心理测试等六大模块,介绍管理心理学的基本概念、基本理论与实际操作的基本方法,为了突出教材的创新性、应用性与生动性,每一章都具有学习目标、核心概念、教学知识点、案例分析、思考与训练五大结构,便于教与学的双方突出学习的互动性、可操作性、实用性。第六篇综合实训与心理测试,是本教材内容与体例创新的一大特点,编者从品味小故事、小思考、阅读、心理测试等板块的设计,突出了高职教材强化学生技能培养的特点,便于教师指导学生强化技能训练。

本书由辽宁信息职业技术学院吴亚红教授、辽宁石化职业技术学院梁清山副教授任主编。沈阳广播电视大学孟军副教授、辽宁信息职业技术学院张立伟副教授任副主编。吴亚红负责拟订全书的内容构架和体例要求,并对全书进行编纂、修改、定稿。具体的编写分工:第一章、

第二章、第三章由吴亚红编写；第四章、第五章、第六章由梁清山编写；第七章、第八章由孟军编写；第九章、第十章由张立伟编写。吴亚红、梁清山分别编写了综合实训与心理测试部分。在编写过程中，我们参阅了不少相关著作和教材，在此一并表示衷心的感谢。

由于水平有限，书中难免有一些缺点和不成熟之处，敬请广大读者批评。

吴亚红

2008年4月

# 目 录

## 第一篇 概述

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 第一章 管理心理学的研究对象.....       | 1  |
| 第一节 管理心理学的研究对象.....       | 1  |
| 第二节 管理心理学的研究意义.....       | 9  |
| 第三节 管理心理学的研究方法 .....      | 11 |
| 第二章 管理心理学的起源与发展 .....     | 16 |
| 第一节 管理心理学的理论起源 .....      | 16 |
| 第二节 管理心理学的开创阶段 .....      | 17 |
| 第三节 管理心理学的发展 .....        | 20 |
| 第四节 中国管理心理学的发展概况及应用 ..... | 21 |

## 第二篇 个体心理

|                      |    |
|----------------------|----|
| 第三章 人的个性 .....       | 33 |
| 第一节 个性概述 .....       | 33 |
| 第二节 气质与管理 .....      | 36 |
| 第三节 性格与管理 .....      | 40 |
| 第四节 能力与管理 .....      | 45 |
| 第四章 人的需要 .....       | 54 |
| 第一节 人的需要 .....       | 54 |
| 第二节 人的动机 .....       | 59 |
| 第五章 人的态度 .....       | 67 |
| 第一节 态度概述 .....       | 67 |
| 第二节 态度的形成、改变与测量..... | 71 |
| 第三节 态度与工作满意度 .....   | 75 |

|                 |    |
|-----------------|----|
| 第六章 人的激励 .....  | 81 |
| 第一节 激励概述 .....  | 81 |
| 第二节 激励理论 .....  | 83 |
| 第三节 激励与管理 ..... | 88 |

## 第三篇 群体心理

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 第七章 群体心理概述 .....    | 94  |
| 第一节 群体概述 .....      | 94  |
| 第二节 群体心理与行为 .....   | 98  |
| 第八章 群体人际关系 .....    | 111 |
| 第一节 群体中的人际关系 .....  | 111 |
| 第二节 群体中的冲突与沟通 ..... | 119 |
| 第三节 团队的建设 .....     | 127 |

## 第四篇 组织心理

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第九章 组织心理 .....    | 133 |
| 第一节 组织概述 .....    | 133 |
| 第二节 组织效能 .....    | 138 |
| 第三节 组织变革与发展 ..... | 145 |

## 第五篇 领导心理

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 第十章 领导心理 .....    | 156 |
| 第一节 领导心理概述 .....  | 156 |
| 第二节 领导者的影响力 ..... | 159 |
| 第三节 领导理论 .....    | 162 |

## 第六篇 综合实训与心理测试

|               |     |
|---------------|-----|
| 一、基础篇 .....   | 171 |
| 二、个体心理篇 ..... | 175 |
| 三、群体心理篇 ..... | 184 |
| 四、组织心理篇 ..... | 188 |
| 五、领导心理篇 ..... | 195 |
| 参考文献 .....    | 199 |

# 第一篇 概述

## 第一章 管理心理学的研究对象

### 【学习目标】

• **知识目标:**通过本章的学习,了解管理心理学的概念和内容,认识研究管理心理学的意义,掌握管理心理学与相关学科的关系。

• **能力目标:**运用管理心理学的研究方法,树立以人为本的管理思想,提升分析和预测人们行为的能力。

### 【核心概念】

管理心理学      管理学      心理学      人本主义心理学

## 第一节 管理心理学的研究对象

### 一、管理心理学的研究对象

管理心理学,是研究人的心理活动规律的科学。它是用管理学、行为学、心理学、社会学、生理学、伦理学、人类学等学科的原理,以研究人的心理行为和人际关系、人的积极性为对象的一门综合性的科学,同时也是一门边缘科学。

实质上,管理心理学是从现代管理科学和行为科学发展过程中派生出来的一门新兴的独立学科。主要是研究人的行为激励问题,探索人的心理活动,通过激励人心和行为的各种途径与技巧,达到最大限度提高效率的目的。

#### (一) 管理心理学独特的研究对象是“人”

##### 1. 企业要靠人来实现目标

“企业就是人”,即使是未来社会的管理中,最主要的管理仍然是对人的管理。因此,研究企业中人的行为心理规律,以调动人的积极性,是今后社会的主题。

##### 2. 企业的首要资源是人

从现代企业管理的角度来看,企业中人、财、物资源中,人是最重要的资源。在现代科学技术发展中,重视人的因素,发挥人的主动精神,挖掘人的潜在能力,是极为重要的。因此,管理心理学着重研究人的行为心理,对充分运用人力资源,将起到非常重要的作用。

##### 3. 企业管理的主体是人

现代企业管理的特点是强调以人为中心的管理,科学技术越发展,就越要重视人的因素,

建立以人为中心的管理制度。因此,管理心理学着重研究企业中人的心理活动的规律性、人的行为的模式等,将有助于企业领导更能充分了解人的心理规律,使之能在科学分析的基础上,采取科学管理方法,促使企业管理取得最佳的成就。

### (二) 管理心理学的核心是激励和调动人的积极性

“现代企业的竞争是人才的竞争”。“人”是财富的焦点。对企业而言,钱是赚不完的,真正的财富是人,只有激励和调动人的积极性,充分发挥每个人的才能,做到“人尽其才”,才能增强企业的竞争力。

管理心理学认为,激励是指推动人朝着一定方向和水平从事某种活动,并在工作中持续努力的动力。通过激励,在某种内部或外部刺激的影响下,使人始终维持在一个兴奋状态中。将“激励”用于管理,就是通常所说的调动人的积极性问题,这一问题是现代管理的一项关键任务,也一直是管理心理学的核心内容和研究热点之一。激励的水平越高,完成目标的努力程度和满意感也越强,所取得的工作效能也越高。反之,激励水平低,缺乏完成组织目标的动力,工作效率也就越低。正如著名激励大师金克拉所言:“激励是金,它是万金箴言,使人产生希望,使人对生活、工作、事业充满信心,它是前进的动力”“激励是人能力的一部分,它就像一个火车头,火车全都跟着它跑”。可见激励的作用之大。

激励的目的是调动员工的积极性、创造性,也就是要使下属满怀热情、干劲十足地去完成既定的目标。

人是“社会人”,只有找到合适的方法,才能更好地激励员工。对员工进行激励,不仅是一个人力资源管理问题,也是一个管理心理学问题。

## 二、管理心理学研究的主要内容

### (一) 个体心理

任何企事业单位都由众多个体所组成,所以研究管理活动中个体心理活动的规律对于组织的发展是十分重要的。个体心理是指组织中的管理者与被管理者、经营者与生产者、领导者与被领导者等个体所具有的心理特征。包括人的社会知觉、气质、能力、性格、态度、价值观、需要、动机等问题。

### (二) 群体心理

在社会生活中,人们由于共同的目标或相同的需要、兴趣、情感,会组成某种群体。这些群体内部个人与个人之间,群体与群体之间相互联系、相互影响、相互作用、相互制约,从而影响到个人的工作效率和企业的管理效率。学习研究群体心理,掌握群体心理的基本理论,了解群体的种类、规模、结构、规范、沟通、冲突、决策等方面的心理学问题,有助于掌握群体心理的规律,了解建立有效群体、优化的方法与途径。

### (三) 组织心理

组织心理就是研究在各种组织系统中,组织环境对人们完成组织目标所构成的心理和行为影响。主要包括组织心理的基本理论、组织的发展与变革等内容。组织心理研究的目标是

通过对组织环境、组织结构的分析与设计,从而找到建设有效性组织的途径。

#### (四) 领导心理

领导者是领导行为的主体,是领导行为的指导者、指挥者和组织者,对组织的成败起着举足轻重的作用。因此,领导者的素质、领导者的水平以及领导作风、领导方法、领导艺术等成为管理心理学的一个重要内容,对领导者在领导过程中的心理活动规律的研究是管理心理学的主要对象之一。

### 三、管理心理学基础

管理心理学是一门在多学科交叉渗透的基础上发展起来的边缘性、综合性应用学科。主要的基础是管理学和心理学基础。

#### (一) 管理学基础

##### 1. 管理的定义

管理是指一定组织中的管理者,通过实施计划、组织、人员配备、指导与领导、控制等职能来协调他人的活动,使别人同自己一起实现既定目标的活动过程。

管理是通过计划、组织、控制、激励和领导等环节协调人力、物力和财力资源,以期更好地达成组织目标的过程。

管理就是协调人际关系,激发人的积极性,以达到共同目标的一种活动。

管理就是通过信息获得、决策、计划、组织、领导、控制和创新等职能的发挥来分配、协调包括人力资源在内的一切可以调用的资源,以实现单独的个人无法实现的目标。

以上这些定义从不同的角度,阐述了管理的含义(如图1-1所示),我们可以从中认识到任何组织都离不开管理,都需要靠管理来实现预定目标,组织只有职能的不同和存在形式的不同。

综合上述分析,所谓管理就是在特定的环境下,对组织所拥有的资源(人力、财力、技术、时间、信息等)进行有效的计划、组织、领导、控制、创新、指挥、决策、协调等职能,以期达到既定的组织目标的过程。

##### 2. 管理的几层含义

管理是为实现组织目标服务的,是一个有意识、有目的的行为过程。管理是任何组织都不可或缺的,但绝不是独立存在的。管理本身不具有自己的目标,不能为管理而管理,只能使管理服务于组织目标的实现。任何组织,大到国家、军队,小到企业、学校、事业单位都有着共同的、明确的既定目标。随着社会的发展,科学技术的进步,组织的既定目标向多元化方向转变。如盈利组织,既有盈利目标,还有员工福利目标、环境保护目标、社会公众利益目标等。另外,组织机构内部有分工协作的系统结构,这些分工、协作以规章制度的形式规定下来,以使每个人明确自己的职责与义务。这其中的任何一方面,都需要通过管理的协调才能使组织目标的

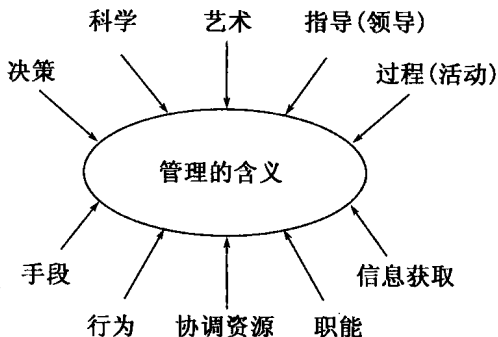


图 1-1 管理的定义

实现成为可能。

管理的核心是对人的管理。组织内的任何活动都离不开管理,组织内的活动无论作业还是管理,看起来是管事,其实都离不开对人的管理。管理既要管事,更要管人,处理好人际关系。如管理者和下属的关系、管理者与管理者之间的关系、组织内成员之间的关系等。

管理的任务就是获取、开发和利用各种资源来确保组织效率和效果双重目标的实现。也就是说,管理负责把资源转化为成果,将投入转化为产品或服务。管理要通过综合运用组织中的各种资源使组织用最少的资源投入取得最大的、最能满足需要的成果产出,来实现组织的目标。资源中的人员是最重要的。管理在于设计、创造一种环境,形成一种组织氛围,激励部属努力工作,提高效率,完成任务。

管理工作是在一定的环境条件下开展的,环境既提供了机会,也构成了威胁。管理存在于任何组织中。组织是一种社会机构,其活动会受到外部环境诸如政治、经济、社会文化、民族、宗教、价值观等因素的制约和影响。正视环境的存在,一方面要求组织创造优良的社会物质环境和文化环境尽其社会责任;另一方面管理的方法和技巧必须因环境条件不同而随机应变,没有一种在任何情况下都能奏效的、通用的、万能的管理方法。审时度势、因势利导、灵活应变,对管理成功是至关重要的。

### 3. 管理学的特点

管理学是研究组织行为中的管理活动,研究组织内的管理者履行职责的客观规律和一般方法的一门科学。它由一系列管理原理、管理过程、管理职能、管理制度、管理方法等组成的科学理论体系。管理学作为一门系统研究与阐述管理活动的客观规律和一般方法的、新兴的、发展中的科学,主要具有以下三个特点:

(1) 综合性。管理学的综合性是由管理活动的复杂性、多样性决定的。管理学主要研究组织中的管理活动,将实践经验上升为管理理论,再用管理理论去指导实践工作,这需要有广博的科学文化知识为基础。社会中存在经济、社会、文化乃至军事、政治等不同类型的组织,要从这些不同的组织管理活动中概括出具有普遍意义的管理原理,需要综合运用政治、经济、社会、文化、法律、哲学等多方面的知识,研究管理活动中对人的激励和人际关系、社会关系的协调等,又需要广泛应用心理学、社会学、行为科学、伦理学、历史学、人类学的理论和方法。

(2) 广泛性。管理学的广泛性也称为普遍性。社会是由各种组织组成的,管理活动普遍存在于各种组织中。管理学具有一般性,其一般原理适用于各级各类组织的管理,无论是经济组织中的工商企业、服务企业,还是社会组织中的各级政府部门、社会团体等等。因为它们都是由人组成的,为了完成组织目标而集合的,组织运行都要调配使用一些物质资源,存在着管理活动的共性,存在着一般规律和共同方法。管理学正是这些共同原理与方法的概括总结,是各种组织管理的共同基础。每一个人处在组织当中,要和各类组织发生交往和联系。一个人不是组织的某级管理者就是被管理者。组织管理得好,个人就受益;反之,个人的利益会受到损害。掌握了管理学的基本理论和方法,组织就会取得较高的效率和较好的效果,否则组织就会遇到生存与发展的危机。因此,管理学的学习与应用和每个人都有广泛而密切的联系。

(3) 实践性。管理学的实践性表现为只有把管理理论与管理实践相结合,才能真正发挥管理学的作用。管理面临的是一个复杂的内外部环境,管理者只有把管理理论灵活地运用于管理实践,创造性地运用管理科学知识去解决各种具体的管理问题,才能取得理想的管理效果。因此,它不同于哲学、数学等纯粹的思维理论科学,是一门为管理者提供管理理论、管理原