

高等 学校 心理 学专 业课 程教 材



国家精品课程教材

管理心理学



赵国祥 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校心理学专业课程教材
国家精品课程教材

管理心理学

Guanli Xinlixue

赵国祥 主编

李永鑫 王明辉 丁桂凤 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

管理心理学是心理学的应用性分支学科。本书主要内容围绕“一条主线”——管理活动中的人的心理活动规律和“四个支撑点”——对人性的认识与分析是管理的基础,个体工作行为积极性的激励是管理的核心,群体中良好人际关系的建立是管理活动取得成效的保证,组织中领导行为的有效性是决定管理活动效能的关键等展开阐述。本书的特色体现为:第一,对管理心理学的基础知识进行了系统的介绍;第二,理论分析和指导实践应用相结合;第三,有机地吸纳了国内外的研究成果;第四,参考了国内外优秀教材的编写体例;第五,精选了与每章内容相匹配的案例。

本书适用于心理学、管理学等邻近专业本科教学。

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/赵国祥主编. —北京:高等教育出版社,
2010.7

ISBN 978-7-04-029354-8

I. ①管… II. ①赵… III. ①管理心理学-高等学校-教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 109979 号

策划编辑 单玲 责任编辑 张然 封面设计 王隼
版式设计 王艳红 责任校对 王雨 责任印制 尤静

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 化学工业出版社印刷厂

开 本 787×960 1/16
印 张 25
字 数 440 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2010年7月第1版
印 次 2010年7月第1次印刷
定 价 36.30元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 29354-00

前 言

管理心理学于20世纪80年代初被介绍到中国。1979年,第一机械工业部首先提出要重视管理心理学的研究。随后,一些学术界人士对国外管理心理学的发展概况和理论问题作了介绍。与此同时,中国心理学会筹建了工业心理学专业委员会。1986年4月,工业心理学专业委员会召开了首次专业会议。会上明确提出,我国的工业心理学应为两个方面:工程心理学和组织管理心理学。此后,我国的心理学工作者和管理科学工作者共同努力,向工业部门和其他领域介绍管理心理学的知识,各地举办了管理心理学讲习班。这些工作对管理心理学知识在我国管理干部中的普及起了积极作用。随后,许多高等学校在举办的干部进修班、培训班和心理系中逐渐开设了管理心理学课程。

管理心理学作为心理学的应用性分支学科被人们认识、重视,既是管理活动的必然产物,也有一个发展的过程。在19世纪末20世纪初,当“只见物不见人”的管理理念盛行的时候,心理学在管理中处于被忽略的状态。虽然在1912年,被称为“工业心理学之父”的胡果·闵斯特伯格出版了《心理学与工业效率》,阐述了在工业活动中要重视人的情感因素,安排工作岗位时要考虑人的特点等观点,心理学学者莉莲·吉尔布雷于1915年出版了《管理心理学》,阐述了在企业管理中要重视营造良好的人际关系氛围、要重视人的需要、要注重发挥人的积极性等观点,但是,心理学在管理中的作用一直没有被管理者所认识。20世纪30年代以后,霍桑实验打破了传统的管理理念,树立了“以人中心”的新理念。从此,管理活动中心理问题成了研究的热点,心理学学者用心理学的方法研究管理中的各种心理问题,为有效的管理活动提供心理学理论依据,指导管理者开展有效的管理工作。与此同时,心理学研究者也积累了大量的研究成果,为管理心理学学科的建立奠定了良好的基础。20世纪50年代初期,管理心理学作为一门心理学的分支学科,受到了学术界和管理实践者的高度重视。

20世纪80年代初管理心理学被介绍到我国的时候,并没有受到重视。究其原因,一是对管理心理学不了解,不知道管理心理学是什么;二是管理心理学没有在管理实践中应用,不知道管理心理学能起什么作用。但随着我国经济社会的快速发展,再加上一批心理学学者不懈的宣传和对管理实

践中问题的研究及帮助管理者解决实际中的问题,管理心理学逐渐被人们认识和了解,并引起了学术界和管理实践者的重视。

作者自1985年读硕士研究生时定位管理心理学研究领域的二十多年来,一直从事管理心理学的研究与教学工作。1986年,在管理心理学资料非常匮乏的情况下,经过一番努力,完成了管理心理学的教案,为河南省委组织部举办的干部培训班、开封市委党校、干部学校、河南大学教育系、管理系开出了管理心理学课程;在开设课程过程中,一边讲课,一边收集资料,补充内容,并开展研究工作。为了构建科学的、适合我国国情的管理心理学内容体系,参阅国外的教材、文献和国内不太多的资料,并经过对企事业、行政管理单位的大量调查,收集了一批来自管理实践的第一手材料,在此基础上,反复思考、研究,针对管理心理学的内容结构体系,撰写了《管理心理学需要研究的问题》一文,发表在《心理学探新》1987年第二期上,该文比较系统地阐述了管理心理学内容结构体系的思想观点,提出“一条主线,四个支撑点”的指导思想。“一条主线”,即以管理活动中的人的心理活动规律为主线,贯串全书内容之中。“四个支撑点”:第一个支撑点,是对人性的认识与分析。对人性的认识与分析是管理的基础,一切的管理活动都建立在对人性的认识基础之上。对人性的认识不同,所形成的管理理念就会不同,并直接影响着管理制度的制定和管理措施的施行。第二个支撑点,是个体工作行为积极性的激励。个体工作行为积极性的激励是管理的核心。在对人性认识的基础上,如何激发人的工作积极性,充分发掘人的内在潜能,关键在于采取什么样的激励措施。采取的激励措施不同,所收到的管理效果也就不同。第三个支撑点,是群体中良好人际关系的建立。群体中良好人际关系的建立是管理活动取得成效的保证,在管理活动中,要想充分调动人的工作积极性,发掘人的内在潜能,就必须在群体中营造一个和谐的氛围,而和谐氛围的营造,是以群体中良好人际关系的建立为前提的。第四个支撑点,是组织中领导行为的有效性。组织中领导行为的有效性是决定管理活动效能的关键。组织活动是否有效,领导是关键,领导者自身素质的高低既决定对人性认识的程度,也决定激励措施的选择,更决定其管理理念的先进程度和决策行为的风格、质量,而没有先进的理念和科学的、高质量的决策,就不会有高效率的管理成效。“四个支撑点”有着严密的内在逻辑性。在这个指导思想的引领下,进行书稿的撰写工作,初稿形成后,在教学中试用,边讲授,边修改完善。经过多遍讲授,又经过数次修改,形成了书稿,在此基础上又进行补充,于1989年出版了《管理心理学原理与应用》。该书出版后,被国内二十多所大学选作教材,重印了8次,发行四十多万册。1995年进行了大的修订,出版了修订本《管理心理学》,被重印6次,发行二十多

万册。

通过 20 年来的建设和使用,“管理心理学”课程 2005 年被评为河南大学校级精品课程,2006 年被评为河南省精品课程,2007 年又被评为国家级精品课程。在进行精品课程的建设、申报评审过程中,充分发挥从事管理心理学教学、科研工作团队(赵国祥博士、教授、博士生导师,丁桂凤博士、教授,李永鑫博士、教授,王明辉博士、副教授)的作用,对《管理心理学》又进行了大幅度的修订。参加修订的团队成員在一起进行了多次讨论,又听取了高等教育出版社编辑的意见,确定了修订的原则:一是充分吸收国内外同类教材的优点;二是为本科生提供本课程系统的基础知识和基本原理;三是既便于教师教学使用,又便于学生自学时使用;四是语言通俗易懂,插入一些相关资料、案例分析等,引发学生的学习兴趣。各章成稿后,参加编写的所有成员又逐章进行了讨论,并对书稿进行修改。赵国祥教授对全书进行了修改和统稿,李永鑫教授、王明辉副教授参加了大量的协助统稿工作。

修订后的《管理心理学》由 4 篇 15 章组成。第一篇“理论基础”,包括:第一章“绪论”(赵国祥,第一、二节;李永鑫,第三节),第二章“人性假设理论及相应的管理理论”(赵国祥),第三章“个性与管理”(李永鑫),第四章“社会知觉与管理”(丁桂凤),第五章“情绪、情绪劳动与管理”(丁桂凤)。第二篇“激励理论及其运用”,包括:第六章“激励与内容型激励理论及其在管理中的应用”(赵国祥),第七章“过程型激励理论及其在管理中的应用”(赵国祥),第八章“行为改造型激励理论及其在管理中的应用”(赵国祥)。第三篇“群体人际关系与管理”,包括:第九章“群体心理与管理”(赵国祥);第十章“群体人际关系的静态解剖与管理”(赵国祥);第十一章“群体人际关系的动态分析与管理”(赵国祥)。第四篇“领导与组织心理”,包括:第十二章“领导心理与管理”(赵国祥),第十三章“领导有效性理论”(赵国祥,第一、二节;王明辉,第三、四节),第十四章“组织变革与组织发展”(王明辉),第十五章“组织文化及其功能”(王明辉)。

《管理心理学》的修订完善历时三年。在成书的过程中,我们参阅了大量国内外相关资料,有机地吸收了一些新的观点和研究成果,目的是为心理学、管理学等有关专业的本科生编写一本好的基础教材。在编写过程中,我们参考了大量相关的国内外文献,对同行们为此成果所付出的辛勤劳动,我们表示敬意和感谢!

赵国祥

2009 年 12 月于路石斋

目 录

第一篇 理论基础

第一章 绪论	2
第一节 管理心理学的研究对象和任务	3
一、管理心理学的研究对象	3
二、管理心理学的研究任务	5
第二节 管理心理思想和管理心理学的历史沿革	7
一、早期的管理心理思想概述	7
二、管理心理学的历史沿革概述	12
第三节 管理心理学的研究方法	22
一、观察法	22
二、调查法	23
三、测验法	24
四、实验法	25
五、个案法	26
第二章 人性假设理论及相应的管理理论	30
第一节 人性理论的含义和意义	31
一、人性理论的含义	31
二、人性理论对管理理论的形成和管理实践的意义	31
第二节 “经济人”人性假设及相应的管理理论	32
一、“经济人”人性假设理论的含义	33
二、X 理论的基本内容	33
三、与“经济人”人性理论和 X 理论相对应的管理措施和方法	33
四、对“经济人”人性假设理论的简要评析	34
第三节 “社会人”人性假设及相应的管理理论	35

一、“社会人”人性假设理论的含义	35
二、“社会人”人性假设理论与霍桑实验	35
三、“社会人”人性假设及相应的管理理论	36
四、对“社会人”人性假设理论的简要评析	37
第四节 “自我实现人”人性假设及相应的管理理论	38
一、“自我实现人”人性假设理论与 Y 理论的含义	38
二、“自我实现人”人性假设与 Y 理论影响下的管理活动的特点	39
三、对“自我实现人”人性假设理论的简要评析	40
第五节 “复杂人”人性假设及相应的管理理论	41
一、理论形成的历史背景	41
二、“复杂人”人性理论的基本内容	41
三、超 Y 理论的意义	41
四、对“复杂人”人性假设理论的简要评析	42
第三章 个性与管理	46
第一节 管理中的价值观	47
一、价值观、工作价值观与管理价值观	47
二、价值观与管理实践	50
第二节 能力与管理	54
一、能力概述	54
二、能力与管理实践	55
第三节 气质与管理	57
一、气质的概念	57
二、气质的类型和行为特征	58
三、气质与管理实践	60
第四节 性格与管理	62
一、性格及其结构	62
二、性格与管理实践	63
第四章 社会知觉与管理	69
第一节 社会知觉概述	70
一、社会知觉的概念	70
二、社会知觉的类型与特征	71
三、影响社会知觉的因素	73

四、社会知觉偏差	75
第二节 组织中的印象管理	82
一、印象形成	83
二、印象管理的动机	85
三、组织中的印象管理策略	86
四、印象管理识别	91
第五章 情绪、情绪劳动与管理	94
第一节 情绪概述与管理	95
一、情绪概述	95
二、情绪的特性与管理	97
第二节 情绪的发生机制及其在管理活动中的作用	99
一、情绪的发生机制	99
二、情绪与管理活动效率	100
三、情绪的自我管理	108
第三节 组织管理中的情绪劳动	110
一、情绪劳动的内涵	111
二、情绪劳动的特征	112
三、情绪劳动的结构	113
四、情绪劳动的理论基础	115
五、情绪劳动的策略	117
第四节 情绪的预测及消极情绪的预防、转化和调节	118
一、情绪预测的方法	118
二、消极情绪的预防原则	120
三、管理人员化消极因素为积极因素七法	122

第二篇 激励理论及其运用

第六章 激励与内容型激励理论及其在管理中的应用	128
第一节 激励和激励理论概述	129
一、激励简述	129
二、激励理论概述	129
第二节 西方的内容型激励理论	130

一、马斯洛的需要层次理论	130
二、赫茨伯格的双因素理论	134
三、奥尔德弗的 ERG 理论	137
四、麦克利兰的成就需要激励理论	139
第三节 西方内容型激励理论在管理中的应用	140
一、深入分析、透彻了解被管理者的需要	141
二、重视保健因素	142
三、重视被管理者高层次需要的激发和培养	143
第七章 过程型激励理论及其在管理中的应用	148
第一节 期望理论与公平理论	149
一、期望理论	149
二、公平理论	150
第二节 目标设置理论	153
一、目标设置理论的产生及其基本内容	153
二、目标设置理论的发展	154
第三节 过程型激励理论在管理中的应用	156
一、运用期望理论,增强管理工作的激励力量	156
二、运用公平理论,维护被管理者的生产、工作积极性	157
三、设置适当的工作目标,激发被管理者的生产工作积极性	158
第八章 行为改造型激励理论及其在管理中的应用	163
第一节 强化理论	164
一、四种基本的强化类型	165
二、强化的基本方式	166
第二节 挫折理论	167
一、挫折心理与挫折行为的表现	167
二、挫折容忍力及其影响因素	168
三、产生挫折的原因分析	169
第三节 行为改造型激励理论在管理中的应用	170
一、运用强化激励,提高管理效能	170
二、运用挫折理论,降低挫折的消极影响	172

第三篇 群体人际关系与管理

第九章 群体心理与管理	178
--------------------------	------------

第一节 群体心理概述	179
一、群体的概念	179
二、群体的特征	179
三、群体的维度	180
四、群体的种类	181
五、群体的功能	184
第二节 群体活动的内在机制	185
一、群体的冲突与竞争	185
二、群体的规范和压力	189
三、群体的凝聚力	193
四、群体的士气	195
第三节 正式群体和非正式群体之间的调谐	197
一、非正式群体产生和存在原因的分析	198
二、非正式群体的特性和功能	199
三、调谐正式群体和非正式群体之间关系的原则和方法	200
第十章 群体人际关系的静态解剖与管理	205
第一节 群体人际关系的维度	206
一、人际关系维度划分的原则	206
二、人际关系的四维建构	207
第二节 群体人际关系的类型	208
一、人际关系四维因素的不同组合类型	208
二、人际关系的基缘类型	211
三、人际关系的范围类型	212
四、人际关系的需要类型	212
五、人际关系的相互作用类型	212
第三节 影响人际关系的因素	215
一、主观因素	216
二、客观因素	216
三、增进彼此吸引的因素	217
第四节 人际关系的测量与人际关系能力培养	222
一、人际关系测量	222
二、人际关系指数	225

三、人际关系能力的培养途径和方法	227
第十一章 群体人际关系的动态分析与管理	232
第一节 群体人际交往概述	233
一、人际交往概念的分析	233
二、人际交往与活动	234
第二节 人际交往的中介因素分析	235
一、语言因素与交往	235
二、非语言因素与交往	238
三、距离与交往	241
第三节 人际交往中的信息沟通	243
一、信息沟通的含义	243
二、人际交往中信息沟通的要素和过程	243
三、人际交往中的信息沟通网络	244
四、人际沟通的障碍与调整	247

第四篇 领导与组织心理

第十二章 领导心理与管理	252
第一节 领导心理概述	253
一、领导的概念	253
二、领导者的职能	253
三、领导者的影响力	264
第二节 领导者的素质	266
一、领导者的政治素质	266
二、领导者的知识结构	267
三、领导者的能力结构	267
四、领导者的个人修养水准	269
五、领导者的气质和风度	269
第三节 领导者的领导艺术	270
一、领导者的决策艺术	270
二、领导者的授权艺术	273
三、领导者的人际关系调谐艺术	275

第四节 领导的选拔和培训	277
一、领导者的选拔	277
二、领导者的培训	281
第十三章 领导有效性理论	287
第一节 领导特性理论	288
一、传统的特性理论	288
二、现代特性理论	290
第二节 领导作风理论	292
一、勒温的领导作风理论	292
二、李克特的领导系统理论	294
三、坦南鲍姆和施米特的“专制—民主连续统一体”模式	296
四、领导作风与生产绩效关系的研究	297
第三节 领导行为理论	298
一、领导行为导向理论	298
二、领导行为四分图理论	298
三、领导行为方格理论	299
四、领导行为 PM 理论	301
第四节 领导权变理论	304
一、费德勒的权变模型理论	305
二、弗鲁姆和耶顿的领导—参与模型理论	306
三、豪斯的通路—目标模型理论	308
四、卡曼的领导生命周期理论	309
五、领导风格抉择模型理论	312
第十四章 组织变革与组织发展	315
第一节 组织概述	316
一、组织的概念分析	316
二、影响人的心理的组织因素	319
三、组织管理的心理原则	322
第二节 组织变革的概念与理论模型	324
一、组织变革的概念	324
二、变革的理论模型	324
第三节 组织变革的因素分析	327

一、组织变革的动力	327
二、组织变革的阻力	329
第四节 组织变革的技术与方法	332
一、常见的组织变革技术	332
二、组织变革的具体方法	335
第五节 组织发展	337
一、组织发展的内涵	337
二、组织发展的具体方法	339
第十五章 组织文化及其功能	344
第一节 文化和组织文化	345
一、文化的概念	345
二、组织文化的概念	345
三、组织文化的作用	346
第二节 组织文化研究的历史背景及理论基础	347
一、组织文化产生的时代背景	347
二、组织文化产生的理论基础	348
第三节 组织文化的分类	351
一、按照组织文化的内在特征	351
二、按照组织文化对其成员影响力的大小	352
三、按照组织文化所涵盖的范围	352
四、迪尔和肯尼迪的组织文化分类	353
五、按照权力的集中或分散	354
六、按照流程标准	355
第四节 组织文化的评测	356
一、组织文化的分析模型	356
二、组织文化的评测方法	364
第五节 组织文化的创建	366
一、组织文化的产生	366
二、创建组织文化的方法	367
三、员工学习组织文化的途径	370
参考文献	377

第一篇

理论基础

第一章

绪 论

内容概要

本章主要阐述了管理心理学的概念,研究对象和研究任务,早期管理心理思想的产生以及管理心理学的历史沿革和研究方法。

学习目标

理解管理心理学的概念和内容结构体系,把握管理心理学的研究任务,了解本学科发展的历史、现状及发展趋势,掌握管理心理学的研究方法。

管理心理学是在管理科学和心理科学的边缘上发展形成的一门新兴学科。管理心理学既是心理科学的一个重要的应用分支,又是管理科学的重要组成部分。作为正在发展成熟中的一门新兴学科,管理心理学具有很强的理论性和知识的系统性;而作为一门根植于管理实践的新兴应用性学科,管理心理学又具有很强的实践性和实用性。

管理心理学是一门由于社会实践强烈需要而产生的新兴学科,所以,它自身蕴涵着巨大的发展潜力。在社会需要的强大推动作用下,管理心理学获得了迅速的发展,尤其是进入20世纪90年代以来,管理心理学的专著和研究成果在数量和质量上都有空前的提高。

第一节 管理心理学的研究对象和任务

一、管理心理学的研究对象

每一门学科都有自己专门的研究领域和独特的研究对象,并以此区别于其他邻近学科。那么,管理心理学的研究对象是什么?管理心理学具体应用于哪些领域?形成了哪些应用分支?这些问题,都是每个学习管理心理学的人应首先搞清楚的。

(一) 研究对象、定义和分支学科

关于管理心理学的研究对象,近些年国内出版的部分管理心理学专著和教材在阐述上很不一致,看法上也存在一定的分歧。我们认为,只有对管理心理学在整个心理科学中的位置进行系统分析,才能准确地确定管理心理学的研究对象。

如果把心理科学视作一个母系统,那么,管理心理学与教育心理学、医学心理学、军事心理学等科学一样,同属于心理科学的一级子系统。而且,这些一级子系统之下包含二级子系统。例如:管理心理学的子系统有企业管理心理学、学校管理心理学、行政管理心理学等。相对于这些更低一层级的子系统,管理心理学又是一个母系统。因而,管理心理学的研究对象,既不能与它同一级的应用学科的研究对象相重复,又不能与它的应用分支如企业管理心理学等的研究对象相重复。一些管理心理学专著将管理心理学的研究对象确定为“企业管理活动中或经济管理活动中人的心理活动规律”,其不妥之处,就在于它将管理心理学的研究对象与企业管理心理学的研究对象混为一谈。

从以上分析可以看出,管理心理学的研究对象,不应该是人类某一实践