



高等学校管理类专业基础课程教材

管理心理学

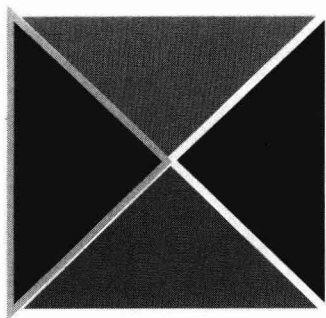
□ 纪德尚 主 编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS



高等学校管理类专业基础课程教材



管理心理学

Guanli Xinli Xue

□ 纪德尚 主 编



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

内容简介

本书是根据我国各类组织对管理类专业人才的要求,在“坚持以人为本,促进学生全面发展,培养创新型人才”的教育目标指导下,力求以实现激发学生主动学习、探究知识的内在动力和兴趣,培养学生独立思考和创新能力为目标的创新之作。

全书围绕管理心理学的教学实际和读者的需求,以管理心理学导论为引子,对管理实践中的个体、群体和组织三个层面的心理与行为规律,以及所涵盖的基本理论、概念、原理、方式和方法等进行了精心编排,内容包括了管理心理学导论、知觉与决策、态度与价值观、能力与个性、个体差异测评与激励、情绪控制与压力管理、群体与群体动力、团队建设与凝聚力、团队管理与效能、沟通与冲突管理、组织结构设计与优化、组织文化与组织变革、领导力与组织管理等单元。

本书遵循精练、实用、创新的编写原则,充分体现了语言精练但不失逻辑,强调理论但不忽视应用,兼顾学科体系完整但更注重学科前沿跟踪的编写理念。

本书既可以作为高等院校管理学专业的教科书,也可以作为非心理学、非管理学类专业的通识课程教材,同时也可以作为组织管理实践者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学 / 纪德尚主编. -- 北京: 高等教育出版社, 2012. 9

ISBN 978-7-04-036146-9

I. ①管… II. ①纪… 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(2012)第207990号

策划编辑 张欣

责任编辑 奚玮

封面设计 王洋

版式设计 杜微言

插图绘制 黄建英

责任校对 刁丽丽

责任印制 毛斯璐

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
印 刷 国防工业出版社印刷厂
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 22
字 数 390千字
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>
版 次 2012年9月第1版
印 次 2012年9月第1次印刷
定 价 32.10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 36146-00

前 言

管理心理学是由管理学与心理学相互交叉、相互渗透而产生的一门新兴的综合性学科。它融合了管理学、心理学、社会学和行为科学等的相关知识,研究管理实践中的个体、群体和组织的心理与行为规律,用以认识、解释、预测和管理人的行为。这种注重人、关注管理过程中人性内心世界的对象把握,彰显着人性化管理的先进管理理念,体现着以人为中心的管理宗旨和践行人本管理的学科本色。

管理心理学作为一门学科,注重对管理过程中人的心理活动和行为规律的理论探讨;作为一种管理实务,更加注重管理心理学基本原理和规律在管理实践中的应用;而作为教材,又必须服务于《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》关于“坚持以人为本,促进学生全面发展,培养创新型人才”的教育目标。

管理心理学自创立以来,备受管理学、心理学领域研究者及管理实践者关注。近年来,管理心理学教材出版不少,每部教材特色各异,总的趋势是体例日趋丰富、内容越发精细、字数越来越多、教材越来越厚,而留给学生独立思考的空间却越来越小。在知识不断更新的时代,过于周全和详细的教材内容与资料不利于激发学生主动学习、探究知识的内在动力和兴趣,也无益于培养学生独立的思考习惯和创新能力。出于以上考虑并结合教学实践,我们主张教材应回归简单,力求体现以下特点:

(1) 精练性。本书只为学生提供核心要义和基础理论,内容包括基本概念、经典研究、重要思想、核心理论、基本方法和管理启示等,力求逻辑清晰、语言精练,把足够的思考空间留给学生,为学生主动学习创造条件。

(2) 实用性。本书内容坚持从管理心理学应用性的特点出发,不会为了精练而只讲理论,更不会讲理论而忽视应用,而是在理论与实践之间搭建一条实用的桥梁,为理论复归实践、实践以理论引领,提供类比、进而提供方法。

(3) 灵活性。本书编排不包括供教学或学习使用的辅助工具,比如案例、阅读材料等内容。这种编排设计的目的,一是给学生学习留下更多的想象空间,激发学生创新学习的动机;二是给教师教学留下充分的发挥余地,方便教

师根据教学实际灵活安排课程。

(4) 创新性。本书力求把最前沿的理论、观点、知识融进教材的体系中,使教材在不失学科特色和满足体系完整性要求的前提下,尽可能反映管理心理学学科的研究成果和发展动向。

本书由纪德尚担任主编并制定撰写大纲,本书成稿是团队协作完成的结果,负责各章编写的人员如下:纪德尚(郑州大学公共管理学院教授)编写第一章;王儒雅(美国亚利桑那大学、中国文化研究会企业文化专家组成员)编写第二章;吕瑞萍(河南财经政法大学教授)编写第三、第四章;杨爱花(西安文理学院副教授)编写第五章;高芙蓉(河南财政税务高等专科学校博士)编写第六章;赵海霞(清华大学博士后、副教授)编写第七、第八、第九、第十章;何汇江(中原工学院博士、副教授)编写第十一、第十二、第十三章。本书完稿后赵海霞参与了部分章节的统稿,最后由纪德尚对全书统稿、定稿。

本书在编写过程中,先后得到了高等教育出版社文科出版事业部经管分社张冬梅社长,以及北京大学当代企业文化研究所研究员、中国文化研究会企业文化专业委员会主任王超逸等有关专家的帮助和指导,郑州大学教育系心理学博士、教授葛操审阅了部分章节,并提出了修改意见。对此我们表示最真挚的谢意!同时也由衷感谢本书责任编辑奚玮,以及策划编辑张欣在编辑出版中所做的大量工作。在编写过程中参考并引用的国内外专家的有关研究成果,已列在书后的参考文献中,有的在文中注明了出处,在此对所有文献的作者谨致深深的谢意。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏、不妥之处,敬请专家、学者和广大读者批评指正!

纪德尚
2012年3月

目 录

第一章 管理心理学导论	1
第一节 管理心理学的学科性质	1
一、管理与管理心理学	1
二、管理心理学的界定	3
三、管理心理学的研究内容	4
第二节 管理心理学的产生与发展	6
一、管理心理学的思想萌芽	6
二、管理心理学的产生过程	7
三、管理心理学的理论发展	9
第三节 管理心理学的理论基础	13
一、管理心理学的管理学理论基础	13
二、管理心理学的心理学理论基础	16
三、管理心理学的社会学理论基础	19
四、管理心理学的文化学理论基础	21
第四节 管理心理学的研究原则与研究方法	23
一、管理心理学的研究原则	23
二、管理心理学的研究方法	24
第二章 知觉与决策	28
第一节 知觉概述	28
一、知觉的概念	28
二、知觉的种类	29
三、知觉的特征	30
第二节 社会知觉	33
一、社会知觉的概念和特征	33
二、社会知觉的类型	34
三、社会知觉的影响因素	35
第三节 知觉偏差与归因理论	37
一、知觉偏差的若干效应	37
二、归因理论	39
三、归因理论在管理中的应用	42
第四节 人的自我知觉与决策	44

一、人的自我知觉·····	44
二、自我知觉与决策·····	45
三、自我知觉在决策中的应用·····	48
第三章 态度与价值观 ·····	51
第一节 态度概述·····	51
一、态度的内涵·····	51
二、个体态度的理论·····	54
三、个体态度的形成与转变·····	57
四、工作态度的类型·····	60
第二节 个体价值观概述·····	61
一、价值观的内涵·····	62
二、西方价值观理论·····	63
三、价值观的形成与转变·····	65
四、工作价值观·····	67
第三节 工作满意度·····	69
一、工作满意度的内涵·····	69
二、工作满意度对工作行为的影响·····	70
三、提高工作满意度的方法·····	72
第四节 态度、价值观与管理·····	72
一、管理与人的工作态度·····	73
二、管理与人的价值观·····	74
第四章 能力与个性 ·····	77
第一节 个体能力概述·····	77
一、能力的内涵·····	77
二、能力结构理论·····	79
三、能力的形成、演变与发展·····	80
四、能力与性向·····	83
第二节 个性概述·····	84
一、个性的内涵·····	84
二、个性形成的机制·····	85
三、大五人格模型·····	87
四、影响行为的其他人格特质·····	89
第三节 个体差异与职业匹配·····	91
一、能力与工作的匹配·····	91
二、气质与职业的匹配·····	91
三、性格与职业的匹配·····	93
第四节 管理启示·····	98

一、管理行为中个体因素的功能	98
二、管理者的用人之道	99
第五章 个体差异测评与激励	102
第一节 个体差异测评	102
一、个体差异测评概述	102
二、个体差异测评的方法	103
三、个体差异测评的发展	106
四、个体差异测评的分类	107
第二节 个体差异测评的内容	109
一、个体态度测评	109
二、个体价值观测评	112
三、情绪、情感测评	113
四、人格特质测评	115
五、职业能力测评	119
六、智商情商测评	120
第三节 有效激励与管理	121
一、有效激励概述	121
二、激励理论	122
三、个体差异测评与激励的关系	125
四、激励在管理中的应用	126
第六章 情绪控制与压力管理	130
第一节 情绪概述	130
一、情绪与情感的内涵	130
二、情绪的功能	131
三、情绪理论及其发展	132
第二节 情绪智力与管理	135
一、情绪智力的内涵	136
二、情绪智力的基本结构与功能	137
三、情绪智力在管理中的运用	138
第三节 工作压力与工作业绩	140
一、工作压力概述	140
二、工作压力与工作绩效的关系	145
三、工作压力管理	146
第四节 工作倦怠	149
一、工作倦怠的内涵	149
二、工作倦怠理论	151
三、工作倦怠的测量	153

四、工作倦怠的干预	155
第七章 群体与群体动力	158
第一节 群体概述	158
一、群体心理与群体行为	158
二、群体结构与群体功能	161
三、群体的协同性与管理	164
第二节 群体人际关系	166
一、群体人际关系的维度	166
二、群体人际关系的类型	168
三、群体人际关系的测量	169
第三节 群体动力	172
一、群体动力理论	172
二、群体成员工作动机调适	173
三、群体动力激发	176
第四节 群体凝聚与规范	177
一、群体互动及其效应	177
二、群体凝聚与群体内耗	178
三、群体规范与从众行为	183
第八章 团队建设 with 凝聚力	188
第一节 团队的概念与类型	188
一、团队的定义	188
二、团队的类型	190
三、有效团队的特征	191
第二节 团队角色与角色期待	193
一、角色及角色理论	193
二、团队中的角色扮演	195
三、团队中的角色期待	198
第三节 团队协同与团队精神	199
一、团队精神的实质	199
二、团队精神的协同	202
三、团队精神的凝聚力	203
第四节 团队建设的要素和途径	204
一、团队建设的心理基础	204
二、团队建设的要素	205
三、团队建设的途径	207
第九章 团队管理与效能	211
第一节 竞合关系与团队管理	211

一、竞合关系与绩效	211
二、任务类型与竞合机制	213
三、团队竞合与管理	215
第二节 团队效能及其评价	216
一、团队管理的效能评价	216
二、团队效能的影响因素	217
三、提高团队效能的途径	220
第三节 团队气氛与团队绩效	221
一、团队气氛的概念与理论	221
二、团队绩效的评价	223
三、团队气氛与团队绩效的关系	225
第四节 团队效能感与团队绩效	227
一、团队效能感概述	227
二、团队效能感的测量	230
三、团队效能感与团队绩效的关系	230
四、提高团队效能感的途径	232
第十章 沟通与冲突管理	234
第一节 群体沟通障碍与克服	234
一、沟通概述	234
二、沟通网络	239
三、群体沟通障碍的原因	240
四、群体沟通障碍的克服	243
第二节 群体冲突与调适	245
一、冲突与群体冲突	245
二、群体冲突的过程	247
三、群体冲突成因	249
四、群体冲突的调适	250
第三节 沟通与协调能力建设	252
一、沟通协调能力认知	252
二、有效沟通的基本原则	254
三、提高沟通能力的途径	255
第十一章 组织结构设计与优化	258
第一节 组织概述	258
一、组织的概念和特征	258
二、组织的分类	260
三、组织理论	261
第二节 组织结构的构成与类型	265

一、组织结构的定义	265
二、组织结构的要素	267
三、组织结构的类型	268
第三节 组织结构与组织设计	270
一、组织结构设计 with 组织设计	270
二、组织结构设计的原则	271
三、组织设计的内容与形式	273
四、组织设计的趋势	275
第四节 组织结构优化与组织创新	276
一、组织结构优化的含义	276
二、组织结构优化的内容	276
三、组织创新	278
第十二章 组织文化与组织变革	281
第一节 组织文化概述	281
一、组织文化的定义与特征	281
二、组织文化的构成要素	282
三、组织文化的层次	283
第二节 组织文化的功能	284
一、组织文化的导向功能	284
二、组织文化的规范功能	285
三、组织文化的凝聚功能	286
四、组织文化的激励功能	287
五、组织文化的创新功能	287
第三节 组织文化的创建与传播	288
一、组织文化创建的原则和途径	288
二、组织文化的传播	292
三、组织文化的发展趋势	293
第四节 组织变革与管理	295
一、组织变革的含义	295
二、组织变革的必要性	295
三、组织变革的阻力及其克服	297
四、组织变革的目标与内容	300
五、组织变革的过程与方法	301
第十三章 领导力与组织管理	305
第一节 组织领导概述	305
一、领导的概念	305
二、相关概念辨析	306

三、领导的基本功能	307
第二节 领导有效性理论	309
一、领导有效性的定义与特征	309
二、传统领导有效性理论	311
三、当代领导有效性理论	318
第三节 领导的影响力	321
一、领导影响力的概念与分类	322
二、领导影响力的构成要素	323
三、提高领导影响力的途径	325
第四节 领导集体结构的优化	326
一、领导集体结构	326
二、领导集体结构优化的标准	328
三、优化领导集体结构的途径	329
参考文献	332

第一章 管理心理学导论

第一节 管理心理学的学科性质

在学科意义上，对管理心理学的认识需要从其研究对象和学科性质出发，了解什么是管理心理学，为什么要研究管理心理学，如何围绕人的心理活动和行为特征进行有效的组织管理等问题。学习和研究管理心理学，将有助于从理论上把握组织管理中人的心理活动和行为规律，从实践中领悟立足于人的心理和行为特征的管理真谛。

一、管理与管理心理学

20 世纪以后，学科的高度分化与整合使大量新兴学科、交叉学科、边缘学科应运而生。管理心理学就是在这个背景下，由管理学与心理学相互交叉、相互渗透而产生的一门新兴的综合性学科。在学科关联性上，如果从心理学专业出发，可以把它看做是心理学的分支学科；如果从管理学专业出发，也可以把它看做是管理学的分支学科；也有人认为管理心理学是工业心理学的一个重要分支。在管理学分支学科视角下，从管理到管理心理学，意味着学科内涵的深化，以及全新的人性化管理时代的到来。

（一）管理是组织独特的工具

现代管理大师德鲁克（P. F. Drucker）在《管理的实践》一书中指出，管理作为一个不可缺少的、独特的和起作用的体系出现，是社会历史上一件起枢纽作用的大事。管理如此重要，决定了在组织化的社会里必须长于管理。

从历史上看，自从有了人的集体活动就有了管理，甚至可以说在人类有组织的活动领域中管理无处不在，任何行业部门无论处于何种层次都需要管理。当我们把管理作为一种组织化行为，通过有序化的管理活动而加以协调和控制时，就可以使组织的管理活动更富有活力、富有成效、富有前途。可见，“管理的职责就是谋求有组织经济进步。因此，它就是现今时代的基本精神的反

映。管理实际已经成为不可缺少的东西”。^①

关于什么是管理，对它的定义很多，不同的理论视角就有不同的界定。例如：孔茨（H. Koontz）认为管理是一种职能；西蒙（H. A. Simon）认为没有管理，管理就是决策；穆尼（J. D. Mooney）认为管理就是领导；也有人认为管理就是沟通，等等。根据德鲁克对管理的定义，管理“是所有组织特有的和独特的工具”^②，我们从以下两个方面来深化对管理内涵的把握。

第一，在以绩效为目标的管理视角下，管理是以一定预设绩效为目标的有序化的组织活动，没有绩效目标就没有管理。为此，德鲁克把热力学中的“熵”的概念与组织研究结合起来。在物理学中，“熵”是用来描述系统混乱状态的一个定律，亦称熵增大原理。由于熵总是处于一种增大的状态，如果没有能量来维系秩序，系统就会处于无序混乱的状态之中。波特（M. Porter）认为，现实社会中的企业和组织“是由人所形成的网络构成的，它具有绝对的陷入更大混乱状态的倾向”。如果没有管理介入，同样有可能会陷入无序混乱的状态之中，所以，我们可以把管理看做是与熵相对应的“有序化”的概念。从这个意义上说，管理是以绩效为目标，通过消除无序状态实现组织目标的过程。

第二，在以资源有效利用的视角下，管理是有效组织、协调、控制、分配资源，取得组织预期成效的过程。因为任何企业和组织的资源总是有限的，如何把有限的资源分配到最重要的地方，使组织资源得到合理配置和利用，就需要借助于管理手段去合理有效地配置资源。管理实践证明，即便是一个企业和组织拥有再多的人才、先进的技术、精良的设备、充沛的资金，如果没有先进高效的管理，也难以实现组织预期目标。从这个意义上说，我们可以把管理看做是有效整合资源取得组织预期成效的过程。如何有效配置和利用组织资源取得预期成效，是管理极其重要的一项职能。

（二）从管理到管理心理学

在管理的组织对象系统中，如果说管理是一种有序化的组织行为，那么管理的最终指向是组织中的人。在组织管理活动中，人既是组织人力资源的构成者，又是组织所有活动的承载者；人既是组织绩效目标设计的参与者，又是实现组织绩效目标预期的执行者。因此，任何组织化的管理活动不能没有人的参与，提高组织的管理绩效不能不研究人的心理活动和行为规律。管理、真正的管理，严格地讲是基于组织、起始于人性。

^① 迈克尔·B. 波特. 管理就是这么简单. 陈桂玲, 译. 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2004.

^② 彼得·德鲁克. 21 世纪的管理挑战. 朱雁斌, 译. 北京: 机械工业出版社, 2006.

从人性化的管理理念出发,探讨组织管理中的简单工作原理,是信息时代对今天管理的一种严峻挑战。波特认为,在组织管理活动中有三种能动力量:熵、变化和不可预见性。“熵”在前面已有所探讨,因企业和组织中存在着各种无序因素,决定了组织需要、而且离不开管理;“变化”即组织变革,表现为企业和组织结构的变化以及管理理念和管理方式的创新,包括从人性出发改变不适宜的管理规则,建构一种人性化的简单工作原理;“不可预见性”源于企业和组织内外的发展、竞争和环境的变化越来越快,一切都具有了越来越多的不确定性,如果我们从人的生理、心理、社会、环境等多角度分析,这种不确定性会使企业和组织中的人产生不同的心理感受和不同寻常的行为举动,从而使有序的管理过程变得日趋复杂而不确定。

如何使管理摆脱复杂的局面,简单而行之有效的方式不是一味强化组织的管理逻辑,而应该使管理基于人性、面向人的心理和行为的规律,在组织变革中用先进的理念创新管理。因为组织的管理目标不是为管理而管理,成功的管理之道是从人性出发经营人心,这也许正是管理心理学能够顺应发展需要应运而生的内在根据和客观理由。从管理到管理心理学,是管理理论和实践发展的延伸和拓展,也是管理学、心理学等相关专业和学科建设不断完善的结果。

二、管理心理学的界定

管理心理学的形成与发展,是以其特定的研究对象和学科定义为前提的。从管理心理学的研究对象出发,进而把握管理心理学的学科性质,是我们从核心概念切入,学习和掌握管理心理学基本内容、理论和方法极其重要的逻辑起点。

(一) 管理心理学的定义

管理心理学作为管理学与心理学相互交叉、渗透而形成的学科,既与管理学、心理学有着极为密切的内在联系,又在学科层次上与它们有着明显的区别。前者表现为管理心理学的学科来源,即从何种学科交叉渗透而派生出来的;后者表现为管理心理学的学科属性,即管理心理学作为独立学科存在的立据和对象把握。

目前,关于管理心理学的定义颇多,不同出发点和理论视角所做出的界定都有其合理性。刘玉梅认为,管理心理学是研究管理过程中人的心理活动和行为规律的一门学科;吴晓义、杜今锋认为,管理心理学是一门研究组织中的行为与心理活动的综合性科学;殷智红、叶敏认为,管理心理学是研究管理过程中人们的心理现象、心理过程及发展规律的科学。凡此种种,在诸多的定义中大都包含着“组织”、“管理过程”、“心理活动”、“行为规律”等关键性术

语，其核心是围绕其中的“人”而展开。

综合已有的管理心理学的研究成果，我们认为：管理心理学是以特定组织为载体，研究组织管理过程中人的心理活动和行为特征的规律，创造人性化的工作环境和提高管理绩效的学科。

（二）管理心理学的特征

任何学科的存在都有其特定的研究对象。管理心理学以组织管理中人的心理和行为特征的规律为研究对象，在这个对象系统中，包含着以下特点。

1. 人本性

管理心理学最关注的不是管理学本身，而是组织管理过程中人的心理和行为变化的规律和特征。这种注重人、关注管理过程人性的内心世界的对象把握，包含着彰显人性化的先进管理理念和管理方式，体现着以人为中心的管理宗旨和践行人本管理的学科本色，因而有利于从人的多重需要出发进行组织结构的设计，从改善人的心理和行为模式出发调动人的积极性，通过发挥人的潜能不断提高组织的管理效能。

2. 综合性

管理心理学的学科对象决定其研究特点。在管理心理学的产生与发展中，对象系统的复杂性，决定了它对人的心理和行为规律的研究不能凭借某一种理论，而是需要综合运用心理学、行为学、管理学、社会学、文化学、伦理学等多元学科的理论、原则和方法来展开研究，从而使学科发展呈现出显著的跨学科、综合性研究的学科性质和特征。

3. 科学性

管理心理学围绕组织管理过程中人的心理和行为所进行的系统研究，旨在揭示其中内在的规律，它对管理情境中人的心理变化、行为特征以及与各种现象之间关系的分析考察不是凭借经验和直觉，而是建立在客观测量、可控条件下获取的数据和科学论证基础上的，因而其分析的数据可为协调、控制和预测组织管理中人的行为提供科学依据，所得出的结论有助于我们从更高层次上提高组织管理的科学化水平。

三、管理心理学的研究内容

管理心理学的研究方式具有跨学科、综合性研究的特点，但其研究内容依其对象则是相对确定和统一的。一般而言，它以组织管理过程中个体、群体、组织等方面人的心理活动规律为重点，相应的研究内容可分为个体心理、群体心理、组织心理三个层次。

（一）个体心理

个体心理与行为是管理心理学研究重要的学科基础。对个体心理的研究，其对象是组织管理中的行为个体，由于存在于组织环境中的行为个体之间存在着差异，决定了他们在工作中的个人能力、性格特征、工作动机、承受压力的感受、情绪化特征都有着不同的表现。这些差异及其行为表现都会以不同方式对组织的管理产生影响，进而影响到管理绩效和组织目标的实现。

组织管理活动中个体行为的差异，源于不同行为个体内在心理活动的差异性。管理心理学对个体心理的研究，是通过对个体心理以及个性、需要、动机、价值观、态度、知觉、情绪等方面问题的概念辨析、经典研究回顾、著名理论评介和学术观点诠释，从中概括提炼出体现人性化、有助于实现组织目标和具有建设性的管理理念、方式和方法。

（二）群体心理

在管理心理学内容体系中，群体是相对个体而言的，同时又是组织管理最基本的单元。在组织管理活动中，对群体的了解认识要比个体更为复杂，其心理活动和行为特征往往会受制于群体成员之间交互作用的影响。因为群体中每一成员的心理状态与其他成员的行为表现具有群体意识的关联性，因此，无论是个体与群体的心理互动，还是个体与群体之间的交互影响，以及个体在群体中所形成的结构关系，一方面表现出以一定成员关系为基础、以持续交往活动为纽带、以群体特定规范为约束的行为特征；另一方面在互动过程和相互作用中又会形成一定程度的分工合作和一致行动的能力。

管理心理学对群体心理的研究，它以群体的类型、规模、作用和群体动力为基础，分别从团队建设与凝聚力、团队管理与效能、沟通与冲突管理等角度，来分析组织管理中的群体心理与行为特征，通过揭示群体心理效应和团队活动的规律，为建立特殊群体的团队、增强团队凝聚力、实现组织管理目标提供支持。

（三）组织心理

管理心理学中的组织心理，是指组织整体协同运行过程中所表现出来的心理现象和组织行为。它与群体心理相比，在于其目标、结构、规范等方面的制度安排更加具体明确，组织文化的塑造在组织变革中的基础性作用更为重要，因此在优化组织结构过程中，无论是制度建设还是文化建设对组织成员的心理影响和行为导向作用都是不可忽视的重要因素，也是组织领导和组织管理思考的重要问题之一。

现代组织活动是一种整体性、结构性活动，其中包含组织的目标结构和心理结构。管理心理学对组织心理的研究，包括组织结构设计与优化、组织文化