

管理心理学

苏东水著



复旦大学出版社

管 理 心 理 学

苏 东 水 著

复旦大学出版社

6779750

管理心理学

苏东水 著

复旦大学出版社出版

(上海国权路 579 号)

新华书店上海发行所发行 复旦大学印刷厂印刷

开本 850 × 1168 1 / 32 印张 16 字数 415 千

1987 年 4 月第 1 版 1988 年 5 月第 3 次印刷

印数 35,000 — 55,000

统一书号: 4253 · 033 定价: 3.20 元

ISBN7-309-00017-X / F · 04

前 言

管理心理学是研究管理领域中人的心理行为运动规律的学科。学习研究这门学科是为推进社会主义精神文明、物质文明的现代化建设服务的。我认为要建立起中国特色的社会主义经济体制,应该重视研究人的行为问题,企业本身行为和国家对企业管理行为问题。这是经济起飞发展的三个车轮。三个车轮的同步飞跃,就能促使改革、开放和经济建设取得更大的成效。无论那方面,“人”是活的生产力,社会的主体,企业的根本,是社会关系的总和。研究“人”还是一个新课题、新领域,也是本学科的出发点和关键。由于管理心理学主要研究对象是“人”,因此它是研究人的学问,是研究如何最大限度的调动人的积极性和创造性的学科。所以说,学习这门课,对于如何做人的工作,使对人的管理逐渐走向科学化的轨道是很有启发帮助的,也是非常必要的。它将有助于我们建设一支精神文明的职工队伍,提高职工各方面素质,促进劳动生产率的提高,从而加速管理现代化的进程。

那么管理心理学在研究人的问题,具有那些内容?本书共五篇十八章构成自身的体系。第一篇,总论,主要介绍:管理心理学的研究对象;管理心理学的产生发展;管理心理学基础理论。第二篇,个性心理,主要介绍:人的个性;人的需要;人的期望;人的性格;人性管理。第三篇,管理行为,主要介绍:激励行为,决策行为,领导行为,组织行为,创造行为。第四篇,人群心理,主要介绍:劳动者心理,消费者心理,青年人心理和群团心理等。第五篇,心理测定,主要介绍:人的心理测定方法,包括人的能力测定方法,智力测定方法和性格测定方法等。以上管理心理学的内容体系,是作者几年来教学本学科过程初探的设想。

管理心理学是一门理论性和实践性很强的学科,在学习中,要注意理论联系实际要用全面的辩证的和历史的观点来认识和解决人的问题;要用阶级分析的方法研究人;用定性的和定量的方法测定人的个性心理活动;要树立以人为中心的管理思想;还要注意本学科与其他学科之间的联系,应用各学科的知识和方法加深领会本学科的内容。愿大家在共同学习研究探索这门学科的过程中取得更大的绩效。

本书是作者自一九八〇年来为复旦大学企业管理研究班、高校师资班、经济专业本科生、硕士研究生及上海企业管理协会厂长班,江西省委和江苏省委党校举办现代化管理班;中国国民经济管理研究会与上海管理教育研究会和泉州市科委、黎明大学举办的“现代经济讲座”,上海文化局艺术管理班及在各地高校,党校和企业部门讲授的《行为科学》、《管理心理学》等课程所编讲义基础上,经过多方广泛征求意见修改编写成这本教材。其中有小部分已于一九八二年在参加主编《工业企业经营管理学》以及《西方现代行为科学》各书作为主要篇章正式出版。近年在接受国家教委编写高校《管理心理学》教材任务过程中,又应上海电视大学为四千多名党政干部学员学习本课程的急需,于今年末两个月中,在原自编的三本教材基础上,进行了较大的修改补充完稿。在本书的编写过程中,曾获得各有关同志的协助、鼓励,同时参考和引用了部分国内外有关研究成果与文献。在此谨表示谢意。

由于编时紧迫,水平有限,书中难免有不妥之处,敬希指正,以便修改。

作 者

1986年12月于上海复旦大学

目 录

第一篇 总 论

第一章 管理心理学的研究对象	3
第一节 什么是管理心理学	3
一、管理心理学的研究对象	3
二、管理心理学的研究内容	4
三、管理心理学的体系结构	6
第二节 为什么要学习管理心理学	8
一、对推进管理现代化的作用	8
二、对提高劳动生产率的作用	9
三、对加强政治思想教育的作用	9
第三节 怎样学习管理心理学	10
一、要明确这门学科的二种属性	11
二、要树立以人为中心的管理思想	12
三、要综合运用各种方法研究人的心理行为	15
第二章 管理心理学的产生发展	20
第一节 管理心理学理论起源	20
一、管理心理学产生的历史背景	20
二、工业心理学兴起	20
三、人事心理学的出现	21
第二节 管理心理学开创阶段	22

一、梅奥的“霍桑试验”及人群关系理论	22
二、勒温创建的群体动力理论	26
三、莫里诺创建的社会测量学	27
四、马斯洛创建的需要层次理论	27
第三节 管理心理学的发展概况	28
一、美国管理心理学的发展概况	29
二、苏联管理心理学的发展概况	30
三、我国管理心理学的研究概况	31
第三章 管理心理学的基础理论	33
第一节 管理学基础理论	33
一、管理的实质	33
二、管理理论	35
三、管理现代化	46
第二节 人为学基础理论	49
一、人的本质	49
二、人的行为	59
三、人为学说的探讨	62
第三节 心理学基础理论	69
一、什么是心理学	69
二、人的心理	70
三、心理过程	73

第二篇 个性心理

第四章 人的个性	85
第一节 个性心理特征	86
一、个性的特点	86
二、个性的形成	87
三、环境对个性的影响	88
第二节 人的气质	89
一、什么是气质	89
二、气质的类型和特征	89
三、气质在管理实践活动中的作用	92
第三节 人的性格	94
一、什么是性格	94
二、性格的发展	100
三、性格与管理	104
第四节 人的能力	106
一、什么是能力	106
二、能力结构理论	108
三、影响能力发展的因素	110
四、能力与兴趣	113
五、能力的个别差异	114
第五节 性格与能力、气质的关系	114
一、性格与能力的关系	114
二、性格与气质的关系	115
第五章 人的需要	117
第一节 人的欲望	117

一、欲望的概念	118
二、欲望的种类	118
三、欲望的特性	119
第二节 人的需要	119
一、什么是需要	120
二、需要的层次	127
三、满足需要	140
第三节 人的动机	143
一、行为产生的动机和模式	143
二、行为动机的种类	146
三、行为动机的测量方法	148
第六章 人的期望	150
第一节 期望理论	150
一、什么是期望	150
二、期望理论	153
三、期望理论在管理上的应用	158
第二节 价值观	161
一、什么是价值观	161
二、价值观的作用	163
三、经营管理价值观	164
第三节 目标管理	169
一、什么是目标	169
二、目标管理法	171
三、目标管理的应用	176
第七章 人的挫折	182
第一节 什么是挫折	182

一、挫折的意义	182
二、挫折的差异性	184
三、挫折的产生	185
第二节 挫折行为	189
一、情绪上的反应	189
二、防卫的方式	190
三、环境的不良适应	193
第三节 挫折与管理	195
一、预防挫折	195
二、正确对待受挫折人	196
三、心理治疗	197
第八章 人性管理	198
第一节 人性管理思想	198
一、管理心理学的人性观	198
二、人性的假设	199
三、人性管理论的两重性	203
第二节 个性差异管理	204
一、个性差异管理的必要性	204
二、自我认识与管理	204
三、组织对个性差异的管理	206
第三节 人的行为改变	209
一、人的行为改变过程	210
二、学习对行为改变的影响	214
三、态度对行为的影响	220

第三篇 领导管理

第九章 激励行为	225
第一节 什么是激励	225
一、激励的概念	225
二、激励的作用	225
三、激励的理论	228
第二节 激励的过程与因素	230
一、激励的原则和过程	230
二、激励效果的影响因素	232
三、激励的手段和效果分析	234
第三节 激励强化方法	237
一、强化的概念	237
二、强化的方法	237
三、强化在企业管理中的作用	238
第十章 决策行为	241
第一节 决策行为的过程	241
一、决策的概念	241
二、决策行为的过程	242
三、决策方案的实施	247
第二节 决策行为的心理特征	247
一、思维在决策中的作用	247
二、思维认识偏离实际的原因	248
三、决策者应有的思维特征	250
第三节 决策行为的思想方法	252
一、决策行为的价值观	252

二、决策行为的思考方法	254
三、决策行为的系统观	256
四、决策行为中逆反意见的作用	256
第十一章 领导行为	258
第一节 领导的功能和条件	258
一、什么是领导行为	258
二、领导者的功能	260
三、领导者应具备的基本条件	262
第二节 领导的行为和效率	265
一、领导行为四分图	265
二、领导管理方格	266
三、领导方式选择	268
四、领导效率模型	271
五、领导生命周期	273
六、领导功效比较	275
七、领导效率	277
八、领导效率分析诊断	278
九、领导者节约时间的途径	279
十、领导管理方式评价	279
第三节 领导班子的合理结构	280
一、年龄结构	281
二、知识结构	282
三、智能结构	283
四、素质结构	283
五、专业结构	283
第十二章 组织行为	284

第一节	组织的意义与作用	284
一、	组织的概念	284
二、	组织的内容	284
三、	组织的构成要素	285
四、	组织的重要作用	285
五、	组织的种类	286
第二节	组织的行为与结构	289
一、	组织设计与改善的程序	289
二、	组织结构与组织原理	295
三、	组织与环境	307
第三节	组织行为的发展及应用	310
一、	目标管理的发展及应用	310
二、	参与管理的发展及应用	312
三、	工作再设计的发展及应用	314
四、	劳动福利组织的发展及应用	316
五、	思想工作方法的应用	317
第十三章	创造行为	318
第一节	创造心理行为的特点与类型	318
一、	创造的特点	318
二、	创造与知识	318
三、	创造的心理类型	320
第二节	创造行为的思维与过程	323
一、	创造性思维	323
二、	创造与天才	330
三、	创造行为过程	332
第三节	创造行为的环境与方法	336
一、	创造心理的环境	336

二、 创造行为方法	341
-----------------	-----

第四篇 人群心理

第十四章 劳动者心理	349
第一节 劳动者的疲劳心理研究	349
一、 疲劳的概念	349
二、 疲劳的因素	350
三、 疲劳的测定	359
四、 疲劳的消除	366
第二节 劳动者的工作环境研究	369
一、 气候	370
二、 照明	372
三、 噪声	373
四、 色彩	376
五、 音乐	376
第三节 劳动者的心理健康	377
一、 劳动者心理健康的概念与特征	378
二、 劳动者心理健康的影响因素	380
三、 劳动者的心理卫生	385
第十五章 消费者心理	396
第一节 消费者行为的特点与过程	396
一、 消费者行为的特点	396
二、 消费者行为的作用	398
三、 消费者行为的过程与模型	399

第二节	消费者行为的心理影响	404
一、	消费者的知觉	404
二、	消费者的学习	406
三、	消费者的动机	409
四、	消费者购买行为的心理类型	410
五、	消费者的态度	410
第三节	消费者行为的社会关系	416
一、	社会群体因素对消费者行为的影响	416
二、	参考团体在市场销售中的作用	418
三、	家庭群体对购买行为的影响	419
第十六章	青年人心理	421
第一节	青年人心理的特点	421
一、	什么是青年期	421
二、	青年人心理的内容与特点	422
三、	研究青年心理的意义	423
第二节	青年人的智力与成才行为	424
一、	青年智力的开发	424
二、	青年人创造心理的特点	431
三、	青年人成才的心理品质	432
第三节	青年人的爱情与品德心理	433
一、	青年人的爱情心理	433
二、	青年人的品德心理	437
第十七章	群体心理	443
第一节	人群关系	443
一、	研究人群关系的意义	443
二、	人群关系的实践和理论	445

三、 建立有效的人群关系	446
第二节 团体的心理与行为	448
一、 团体行为的概念	448
二、 团体的作用	449
三、 团体成员关系分析	451
四、 群团行为冲突的处理方法	454
第三节 人群意见的沟通与行为	458
一、 人群意见沟通的意义	458
二、 人群意见沟通的种类	459
三、 人群意见沟通的阻碍	461
四、 人群意见沟通的形式	463
五、 人群意见沟通网路行为	465
六、 影响他人改变行为的方法	468

第五篇 心理测定

第十八章 人的心理测定方法	475
第一节 人的能力测定方法	476
一、 能力测定的历史	476
二、 能力测定的种类和功用	480
第二节 人的智力测定方法	485
一、 行动观察法	486
二、 实验法	488
三、 谈话法	488
四、 个案调查法	488
五、 作品分析法	489

六、智力测验法	489
第三节 人的性格测定方法	492
一、自陈量表法	492
二、作业测验法	493
三、投射法	493