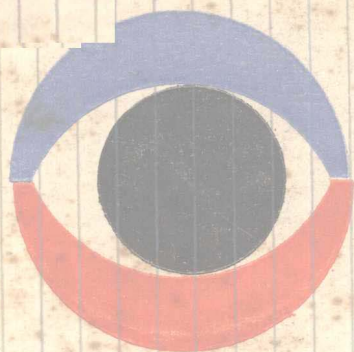




张 昱 主编

现代管理心理学

● 中国地质大学出版社

现代管理心理学

张 厚 粦 主编

中国地质大学出版社

现代管理心理学

主编 张 昱

责任编辑 张先芝

※

中国地质大学出版社出版

中南财经大学印刷厂印刷 湖北省新华书店经销

※

开本787×1092 1/32 印张13.75 字数 307 千字

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

印数1—7000册

ISBN 7-5625-0082-7 / C·6

定价： 3.20 元

序

近年来，心理学在我国得到了比较快的发展，并且逐渐显示出它在我国经济和文化建设中的重要作用。同时，热衷于祖国建设事业的我国心理学工作者，纷纷把心理学的原理应用到社会实践领域，因而各种应用心理学在我国相继问世，管理心理学就是其中之一。

管理心理学既是心理学的一个分支，又是管理理论的重要组成部分。在我国现代化建设中必须有现代化管理。这就需要各企业、事业单位的领导者和管理人员学习管理理论，提高管理水平。学习管理理论，自然包括学习管理心理学。

湖北省心理学会常务理事兼社会、管理、商业心理专业委员会副主任，中南财经大学副教授张昱主编的《现代管理心理学》，为企事业的领导者和管理人员，为高等院校各管理专业的学生，也为管理心理学的爱好者提供了又一个较为合适的读本。该书与已经出版的同类著作不尽相同，它的特点可以概括为以下几个方面：

第一，该书简明扼要地阐述了管理心理学的基本原理，不仅为企事业单位的管理现代化提供了必要的基本理论，而且也能具有高中文化水平的读者所接受。

第二，该书立足于我国的改革实际，从企事业单位的管理实际需要出发，结合我国当前改革中遇到的问题，来阐明如何应用管理心理学理论解决问题。

第三，该书能以马克思主义为指导，对国外管理心理学理论进行有选择地、有评论地介绍，较好地体现了“洋为中用”、“面向世界”的原则。

第四，该书内容，既借用了前人和同行的研究成果，撷取现有著作的精要，又包涵了作者的独特观点，能够融编与著为一体。

由于管理心理学在我国尚处在初生阶段，该书在论点阐述方面、在理论与实践的结合方面，难于立即达到尽善尽美的目标，尚望作者不断充实、改进，使它逐渐完善起来！

朱传润

1988. 3. 31.

目 录

第一编 绪 论

第一章 管理心理学的对象、任务、方法 和发展概况	(1)
第一节 管理心理学的研究对象	(1)
一、现代管理的特点	(2)
二、管理心理学的研究对象	(4)
第二节 管理心理学与有关学科的关系	(9)
一、管理心理学与心理科学的关系	(9)
二、管理心理学与管理科学的关系	(12)
三、管理心理学与行为科学的关系	(13)
第三节 管理心理学的任务与作用	(15)
一、管理心理学的任务	(15)
二、管理心理学的作用	(18)
第四节 管理心理学研究的原则和方法	(21)
一、管理心理学的研究原则	(21)
二、管理心理学的研究方法	(23)
第五节 管理心理学的发展概况	(29)
一、管理心理学的产生	(29)

二、美国和苏联管理心理学的发展概况	(35)
三、我国古代丰富的管理心理学思想和当前 管理心理学的研究状况	(39)

第二章 管理心理学中的人性理论 (42)

第一节 马克思主义的人性观 (42)

一、人的自然属性和社会属性	(43)
二、人性的共性和具体性	(45)
三、人生的价值	(47)
四、人的心理的主观能动性	(49)

第二节 西方管理心理学中的人性假设及相应的管理理论 (50)

一、“经济人”假设与X理论	(51)
二、“社会人”假设、参与管理	(52)
三、“自动人”假设与Y理论	(55)
四、“复杂人”假设与超Y理论	(57)

第二编 个体心理

第三章 个性差异与工作编配 (60)

第一节 个性概述 (61)

一、个性、个体与人格	(61)
二、个性是遗传素质和社会教化交互 作用的“合金”	(61)

第二节 能力差异与工作编配 (63)

一、能力的概念	(63)
---------------	--------

二、能力的结构	(64)
三、能力差异	(66)
四、能力差异与工作编配	(69)
第三节 气质差异与工作编配	(71)
一、气质的概念	(71)
二、气质的基本类型及其特点	(72)
三、气质差异与职业适应	(74)
第四节 性格差异	(75)
一、性格的概念	(75)
二、性格特征	(76)
三、性格的类型	(77)
四、性格差异对管理工作的意义	(78)
第五节 工作职责分析	(79)
一、工作职责分析的原则和作用	(79)
二、工作职责分析的过程及方法	(82)
第六节 个体差异的评定方法	(89)
一、人格测验	(89)
二、能力测验	(91)

第四章 调动职工工作积极性

的心理要素 (93)

第一节 需要是调动职工工作积极性的

心理基础 (93)

- | | |
|---------------|--------|
| 一、需要的概念 | (93) |
| 二、需要的种类 | (94) |
| 三、需要的特点 | (95) |

四、需要的满足与承担的义务	(98)
第二节 动机激发是调动职工工作	
积极性的关键	(99)
一、动机的概念	(99)
二、动机的分类	(99)
三、动机强度及其“适度”问题	(100)
四、动机激发与人的潜能发挥	(100)
第三节 目标是调动职工工作积极性的	
外在条件	(101)
一、目标的概念	(101)
二、目标选择	(101)
三、目标激发力	(104)
第四节 行为改变与行为方式的社会指导	(106)
一、影响和制约行为的因素	(106)
二、目标导向行为与目标行为	(108)
三、动机激发——行为过程模式	(109)
四、行为改变与行为方式变革的 社会指导	(110)
五、行为挫折	(114)
 第五章 工作激励理论	 (122)
第一节 需求理论	 (122)
一、需要层次论	(123)
二、双因素理论	(126)
第二节 目标设置理论	 (129)
一、目标管理与任务管理	(129)

二、目标设置中的心理效应	(131)
三、期望理论	(132)
第三节 奖励制度	(135)
一、奖励与需要	(135)
二、外在奖励与内在奖励	(137)
三、工资和奖金分配中的公平问题	(138)

第六章 态 度

第一节 态度的概述	(143)
一、态度的概念	(143)
二、态度的成份	(144)
三、态度的性质	(145)
四、态度的倾斜	(147)
五、态度的功能	(148)
第二节 态度的形成与改变	(150)
一、影响态度形成的因素	(150)
二、态度的改变	(152)
三、影响态度改变的因素	(153)
四、态度改变的阶段	(155)
五、态度形成与改变的理论	(156)
第三节 宣传工作与态度改变	(161)
一、宣传工作的目的	(161)
二、影响宣传效率的因素分析	(162)
三、关于“逆反心理”	(168)
第四节 工作态度与工作成绩	(171)
一、工作态度与工作成绩的关系	(171)

二、工作成绩公式	(176)
第五节 态度的测量	(178)
一、行为观察法	(178)
二、量表法	(179)
 第七章 职工的学习和培训	 (184)
第一节 职工学习和培训的作用与特点	(184)
一、学习和培训的解说	(185)
二、职工学习和培训的作用	(187)
三、职工学习的特点	(189)
第二节 学习理论	(191)
一、“刺激——反应”理论	(191)
二、认知理论	(196)
第三节 职工学习和培训的心理学原则	(201)
一、职工学习和培训的一般心理学原则	(201)
二、学习曲线	(205)
第四节 职工学习和培训的一般程序	(209)
一、确定学习和培训的目标	(210)
二、选择学习和培训的方法	(210)
三、评价学习和培训的效果	(213)
 第八章 职工的心理卫生	 (215)
第一节 心理卫生与管理	(215)
一、什么是心理卫生	(215)
二、心理卫生与管理的关系	(219)

三、职工的心理卫生辅导	(221)
第二节 青年职工的心理卫生	(223)
一、青年职工的心理特点	(223)
二、青年职工的心理卫生辅导	(227)
第三节 中年职工的心理卫生	(231)
一、中年职工的心理特点	(231)
二、中年职工的心理调节	(233)
三、中年职工心理健康的标志	(236)
第四节 老年职工的心理卫生	(237)
一、老年职工的心理特点	(237)
二、老年职工的心理保健	(240)
第五节 异常刺激与心理卫生	(244)
一、工作环境异常刺激与心理卫生	(245)
二、生活环境异常刺激与心理卫生	(247)
三、心理负担异常与心理卫生	(249)
四、饮食习惯不良与心理卫生	(249)

第三编 群体心理

第九章 群体和群体心理概述	(253)
第一节 群体概念和群体分类	(254)
一、群体及其基本特征	(254)
二、几种不同的群体类型	(257)
第二节 群体的结构、功能和规模	(261)
一、群体的结构	(261)
二、群体的功能	(262)

三、群体的规模	(265)
第三节 群体心理及其基本内容	(267)
一、什么是群体心理	(267)
二、群体心理的结构和基本内容	(270)
三、提高群体心理研究的水平	(272)
第四节 社会主义企事业中的非正式群体	(273)
一、社会主义企事业中非正式群体产生和 存在的原因	(273)
二、社会主义企事业中非正式群体的性质、 特点和作用	(275)
三、协调企事业和非正式群体关系的 心理策略	(279)
 第十章 群体动力	 (281)
第一节 群体的规范和压力	(282)
一、群体规范的产生及其功能	(282)
二、群体压力的产生和意义	(285)
第二节 群体的内聚力	(287)
一、群体内聚力的概念及意义	(287)
二、影响群体内聚力的因素	(289)
三、群体的内聚力与工作效率	(291)
第三节 群体的竞争与合作	(293)
一、群体的竞争和合作	(293)
二、社会主义企业的竞争和合作	(296)

第十一章 群体沟通 (299)

第一节 沟通的概念及其分类 (299)

一、什么是沟通 (299)

二、沟通的分类 (301)

三、群体沟通的重要意义 (303)

第二节 沟通过程及其心理分析 (305)

一、信息沟通的一般过程 (305)

二、群体沟通的心理分析 (306)

第三节 群体沟通网络及其有效利用 (310)

一、正式群体的沟通网络 (311)

二、非正式群体的沟通网络 (315)

第四节 沟通的障碍及其排除 (318)

一、影响沟通的因素分析 (318)

二、排除沟通障碍的有效方法 (321)

第十二章 群体中的人际关系 (325)

第一节 群体中人际关系概述 (325)

一、人际关系的含义及其分类 (325)

二、人际关系形成的客观必然性 (327)

三、人际关系形成的过程 (328)

第二节 影响人际关系的因素 (330)

一、空间距离的远近 (331)

二、交往的频率 (332)

三、交往双方的相似程度 (332)

四、交往双方的互补程度	(333)
五、能力、特长、仪表和风格	(334)
六、性格特征	(335)
第三节 建立社会主义的和谐的人际关系	(337)
一、社会主义社会人际关系的特点	(337)
二、正确处理社会主义人际关系的基本原则 ...	(338)
三、改善人际关系的方法	(340)

第四编 组织与领导心理

第十三章 组织和组织理论

第一节 组织的概述	(343)
一、组织的概念	(343)
二、组织的要素和分类	(344)
三、组织管理的心理学原则	(347)
第二节 组织结构的改革和完善	(348)
一、组织结构的含义	(349)
二、传统的和现代的组织结构	(350)
三、组织结构对人的心理的影响	(354)
第三节 组织理论和组织模型	(356)
一、组织理论的发展	(356)
二、几种组织模型简介	(357)
三、组织结构设计的原则	(362)

第十四章 组织变革和组织合理化

第一节 组织变革	(366)
一、组织变革的过程	(366)

二、组织变革的方法	(368)
三、克服和消除组织变革中的心理障碍	(369)
第二节 组织发展和组织合理化	(371)
一、组织与社会的发展变化	(371)
二、组织发展的分类和特点	(373)
三、改革与加快组织合理化的进程	(375)
四、实现组织合理化	(377)

第十五章 领导者的影响力与领导方式 的心理效应 (380)

第一节 领导心理概述	(380)
一、领导、领导者和领导心理	(380)
二、领导的功能及其心理效应	(383)
三、领导体制改革中的心理学问题	(385)
第二节 领导者的心理影响力	(389)
一、什么是领导者的心理影响力	(389)
二、权力心理影响力	(391)
三、非权力心理影响力	(392)
四、怎样提高领导者的心理影响力	(393)
第三节 领导方式及其心理效应	(395)
一、专制型领导方式及其心理效应	(396)
二、放任型领导方式及其心理效应	(397)
三、民主型领导方式及其心理效应	(397)

第十六章 领导者的心理品质及

领导艺术 (401)

第一节 领导者的心理品质 (401)

一、智力方面的心理品质 (401)

二、非智力方面的心理品质 (403)

三、组织管理方面的心理品质 (405)

四、品德方面的心理品质 (405)

第二节 领导与决策 (407)

一、决策心理及科学决策的分类 (407)

二、科学决策过程的心理机制 (410)

三、群体决策中利弊的心理分析 (413)

第三节 有效的领导 (414)

一、合理的领导结构和领导集体心理 (415)

二、多谋善断和有效决策 (416)

三、知人善任与大胆起用人才 (417)

四、有效指挥和心理控制 (419)

五、思想政治工作和民主对话 (420)

主要参考书目与资料 (423)

后记 (424)