

● 高职高专经济类专业系列教材 ●

工商与流通企业系列培训教材

新编实用管理心理学

张晨辉 主 编
陈 捷 副主编
王麟康



清华大学出版社

教育部高等学校工商管理类专业教学指导委员会
工商管理类专业教学指导委员会
工商管理类专业教学指导委员会

新编实用管理心理学

第二版



East China University of Science and Technology Press

● 高职高专经济类专业系列教材 ●

工商与流通企业系列培训教材

新编实用管理心理学

张晨辉 主 编
陈 捷 副主编
王麟康

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

发展是当今社会的主题,竞争是市场经济的核心。面对我国加入 WTO、市场全面开放的现实,面对全球经济高度融合、中国经济国际化特征越来越明显的趋势,竞争也日益加剧。竞争的实质是人才的争夺,经济管理者只有了解人的心理特征及其行为规律,激发员工的工作动机,最大限度地开掘人的潜能,才能在竞争中取胜。

本教材依照管理心理学的基本理论,对管理心理学的个性与管理、态度与管理、群体心理与管理、激励与管理、组织与管理、正确对待挫折、建立和谐人际关系、领导心理、人才测评技术、工作环境设计与组织文化等知识内容及各种技能训练进行了系统介绍。

本书以培养学生的实际应用能力为主线,重点放在对管理者心理的剖析和理论的应用上,力求突出可操作性。采取新颖统一的格式设计、丰富的案例分析、多样的技能训练、有针对性的心理测试,以及阅读资料,以实现理论与实践教学的良好结合。

本书既适用于高职高专企业管理、市场营销、工商管理、电子商务等经济类相关专业教学,又可作为企、事业从业人员和职业经理人的培训教材,对于广大社会自学者也是一本极为有益的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

新编实用管理心理学/张晨辉主编. —北京:清华大学出版社,2007.6

高职高专经济类专业系列教材. 工商与流通企业系列培训教材

ISBN 978-7-302-15063-3

I. 新… II. 张… 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(2007)第 054705 号

责任编辑:杨伟鲁

责任校对:李 梅

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印刷者:北京密云胶印厂

装订者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:21 字 数:477 千字

版 次:2007 年 6 月第 1 版 印 次:2007 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:27.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:021871-01

编委会

主 任：牟惟仲

副主任：王纪平 吴江江 冀俊杰 杨福平 赵志远 郝建中

鲁瑞清 李红玉 储祥银 丁建忠 李 弘 王茹琴

宁雪娟 王 松 米淑兰 李大军

编 委：宋承敏 仲万生 孟震彪 周 平 刘长鑫 林 亚

付绪昌 张惠欣 马爱杰 李贵保 白文祥 冯仁华

栾茂茹 卫停战 孟乃奇 王伟光 李书胜 孙淑凤

李敬锁 阚晓芒 高光敏 王 凯 赵 茜 班丽冬

盛定宇 孟繁昌 武信奎 田世宏 董 铁 梁 露

吴 霞 石宝明 葛文芳 周 伟 卜小玲 邵海峡

李俊琪 王吉方 张 峰 李 辉 严晓红 李淑娟

王 丹 景 跃 许 玲 吴慧涵 孙肖丽 张晨辉

总 编：李大军

副总编：周 兵 延 静 李 洁 朱凤仙 崔晓文

PREFACE

序 言

随着我国改革开放的不断深入和扩大,随着我国社会主义市场经济的快速推进,中国经济生活进入了一个最为活跃的发展时期,其经济建设已经连续 27 年始终保持着持续高速增长的态势。近年来,随着我国加入 WTO 后有关承诺条款的逐步兑现,众多外资工商企业纷纷抢滩登陆、进军中国市场;市场竞争的压力和动力,不仅促进我国企业加快管理体制与运营模式的改革,而且也促使我国经济迅速地融入世界经济全球化的大潮中,中国经济国际化的特征日益凸显。

当前,内资、外资、中外合资等各类企业,在抢占市场份额、进军中国经济建设各个领域的激烈竞争中,不仅注重加强经营理念与管理方法的不断创新,而且更加注重企业发展的本土化策略,并对具有创新意识和掌握新专业知识的技能型人才展开了新一轮的争夺。特别需要强调,我国在经历了主要依靠廉价的资源和人力打拼、所谓中游经济建设发展阶段,目前已经迅速向上游自主创新研发和下游市场营销发展。随着我国经济建设发展策略的重大转变,对市场化经济管理类人才的需求不仅量大,而且素质要求也越来越高。

根据国家重点省市人才需求与就业用工的调查统计,“市场营销”等 16 类专业人才市场紧俏,就业趋势明显增强。国家教育部根据我国经济发展对各类专业毕业生的实际需要,结合就业状况,对专业人才培养结构进行了重大调整,对专业设置、课程内容和教学方法进行了必要的整合和改造,更加注重突出实践技能的培养。

其表现为:一是明确高等职业教育就是职业与岗位技术教育,应为社会培养具有操作技能的实用型人才;二是明确高等职业教育的学制,从目前学制(脱产)3 年统一改为 2 年;三是高等职业教育教学必须单独设置专门的职业教育与岗位技术课程(实践课程),而且要单列教学计划、安排专用教学设施,并保证 1:1 的实践操作教学课时;四是高等职业教育教材其理论知识部分要适当压缩,相关专业要打通、知识要集成、要为实践教学服务。

需求促进专业建设,市场驱动人才培养。为适应市场对经济管理类专业人才多层次、多样化的需求,保证合理的人才结构,有必要开展多层次的经济管理技能培训与教育:一是加强学历教育,二是重视继续教育,三是开展有针对性的员工培训。经过大量的市场调研和认真的人才需求分析,我们组织了北京财贸职业学院、北京联合大学、北方工业大学、首钢工学院、北京城市学院、北京朝阳职工大学、北

京西城经济科技大学、北京石景山社区学院、北京宣武红旗大学、黑龙江商务技术学院、黑龙江工商职业技术学院、海南职业技术学院等 20 多所高职高专院校(或高职专业)的专家教授和北京西单商场及北京金三元连锁集团等多家工商与流通企业的业务经理,在多次研讨和深入企业实际调查的基础上,共同编写了这套适用于高职高专经济管理类专业教学的经济管理系列教材。

教材建设是高职高专教育教学改革重要的组成部分,也是体现职业技能培养特色的关键。本系列教材的编写,遵循科学发展观,根据学科发展需要、教学改革需要、专业设置和课程改革需要,尤其是市场对人才素质的需要,结合国家教育部教育教学改革精神、结合国家正在启动的大学生就业工程,面向社会、面向市场、面向经济建设、面向用人单位的具体工作岗位,不仅凝聚了一大批专家教授多年教学实践总结和最新科研成果及企业家丰富的实战经验,也反映了企业用工岗位的真实需求。

由于本套教材具有理论前沿性和实践操作性,注重实际应用和操作技能训练与培养,适应国家经济发展新形势的需要,因此既可作为高等职业教育经济管理类专业教学的必修教材,又可作为工商与流通企业在职员工的培训教材。

李大军

2006 年 4 月

FOREWORD

前言

管理心理学是一门理论知识与社会实践兼长的应用型学科,涉及心理学、行为学、社会学、人类学、管理学等诸多学科的理论知识和实践技能,主要解决的是人的管理问题。通过探讨人们行为后面的引申奥秘,揭示其心理活动规律;通过采取不同措施和手段,最大限度挖掘人的潜能,达到激励和调动人的积极性的目的。管理心理学可以鞭策管理者改变管理观念,可以促进管理者适应并按照心理之道管理企业和员工。管理心理学在充分肯定和提升人的价值、全面实行人本管理、从根本上打破和改变陈旧的管理模式、推进国家经济快速发展及构建和谐社会等方面,都发挥着越来越重要的作用。

近年来,随着我国改革开放的深入和市场经济的快速推进,随着我国经济的高速发展和经济体制与分配制度等整改政策的相继出台,各阶层人员的各种心理问题和管理问题也日益凸显。为顺应当今社会发展的潮流,我们编写出版了《新编实用管理心理学》一书,它不仅在教材改革方面起到拾遗补缺的作用,而且在如何培养应用型人才方面也是积极有益的尝试。

全书共13章,以学习者应用能力培养为主线,贯穿全书的是对管理心理的剖析和所涉及知识的灵活应用,重点在可操作性,突出解决管理中的实际问题。具体内容包括:管理心理学的基本知识、个性与管理、认知与管理、人的动机与需要、态度和价值观、挫折的应对、群体规范和凝聚力、沟通和人际关系处理、组织理论、领导心理、工作环境与企业文化、人才测评的手段等。

本教材严格按照国家教育部关于高职高专教学改革精神,以及学制缩短与课程改造的具体要求,从培养目标和实际教学出发,使人们熟知管理心理学的基本知识和方法,既掌握知识和技能,又懂得与人、与团队、与组织、与领导如何打交道,在注重培养学生先进管理理念形成的同时,更注重教会学生掌握处理人际关系的实用方法与技巧。

本教材依照管理心理学活动的基本过程和规律,在教材设计中突出三点。一是案例教学。每章都以案例引入,章尾另附案例供学生讨论,章中穿插小案例对个别问题进行说明,以增加学生感性认识和解决实际问题的能力。二是大量增加了心理学实验例证与心理测试方法。这样不仅为学员补充了心理学知识,还能使其学会如何运用心理学测试手段了解自己或周围的人,为将来择业做好必要的心理准备。三是在章尾增加了“自我评估练习”和“技能拓展”,以强化实操环节,尽可

能地使学员学有所用,在技能和能力方面能够有较大提高。本教材采用统一的格式化设计,即学习目标、技能要求、引入案例、本章小结、复习思考题、案例分析、进一步阅读材料;同时又根据学科性质,力求新颖,保有自己的特色。本教材力求知识系统、讲解通俗易懂、案例选择鲜活、技能训练实用,因而既可作为高职高专企业管理、工商管理、市场营销、经济管理等相关专业的教学,又可作为企业从业人员和职业经理人继续教育的培训教材,对于广大社会读者也是一本有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织,张晨辉主编并统稿,陈捷、王麟康为副主编;由中国工业经济研究与发展促进会副理事长、中国人民大学商学院副院长李平教授审定。参编人员有:张晨辉(第一章、第二章),石宝明(第四章),陈捷(第三章、第十章、第十二章、第十三章),郑国强(第五章、第七章、第八章),张煜(第六章、第九章),王麟康(第十一章)。

本教材在编写过程中参考了大量国内外管理心理学的书刊资料和业界的研究成果,并收集了最新的案例,在此一并致谢。终因水平有限,难免存在疏漏,恳请各位专家和广大读者予以指正。

作 者
2007年2月

CONTENTS

目 录

第一章 管理心理学概述	1
第一节 管理心理学是怎样一门学科	3
一、什么是管理心理学	3
二、管理心理学的研究对象	4
三、管理心理学的内容范围	5
第二节 管理心理学与相关学科的关系	7
一、管理心理学与心理学的关系	7
二、管理心理学与现代表理学的关系	8
三、管理心理学与行为科学的关系	8
四、管理心理学与其他相邻学科的关系	9
第三节 管理心理学的研究方法	9
一、观察法	10
二、实验法	10
三、谈话法	11
四、问卷法	11
五、测量法	12
六、个案法(案例分析法)	13
第四节 如何学习管理心理学	13
一、把握学科的两重性	14
二、确立以人为中心的管理思想	14
三、掌握新的视角与灵活运用管理方法	16
第二章 管理心理学的发展历程	22
第一节 中国与西方管理心理学的发展概况	23
一、中国管理心理学思想源远流长	23
二、西方管理心理学成果纷呈	23
第二节 管理心理学是现代管理发展的必然	25
一、技术进步与现代化大生产的需要	25
二、社会环境变化与缓和阶级矛盾的需要	25

三、管理者认识的提高	26
第三节 管理心理学的形成	26
一、管理学的推动	26
二、心理科学的推动	27
三、社会心理学实验的推动	28
第四节 管理心理学对管理的贡献	31
第五节 管理心理学研究的新趋势	32
一、国际上管理心理学的热点问题	32
二、我国管理心理学的现状	34
三、我国管理心理学应用发展的方向	37
第三章 社会知觉与管理	43
第一节 个体知觉的差异	44
一、什么是知觉	44
二、知觉的性质	45
三、影响知觉的因素	47
第二节 社会知觉与管理	50
一、社会知觉概述	50
二、知觉偏差及其矫正	51
三、个体解决问题的方式	54
第三节 客观的认识自己	58
一、自我知觉的特点	58
二、自我知觉的途径	59
第四节 归因与管理	60
一、归因的概念	60
二、归因理论及其基本观点	61
三、归因对管理的意义	63
第四章 个性与管理	71
第一节 个性的差异	73
一、什么是个性	73
二、个性的基本特征	73
三、个性的形成和环境的影响	74
第二节 气质差异与管理	75
一、什么是气质	75
二、气质的类型和特点	76
三、气质差异与管理	78
第三节 性格与管理	81

一、什么是性格	81
二、性格的特征和类型	83
三、性格差异与管理	86
第四节 能力与管理	88
一、能力的概念	88
二、能力的形成和发展	90
三、能力的差异	90
四、能力与管理	92
第五节 如何了解自己的个性特点	94
一、气质类型鉴定	94
二、性格的鉴定	96
三、能力测量	98
第五章 激励与管理	102
第一节 需要与动机概述	103
一、需要	103
二、动机	104
三、行为模式及相互关系	106
第二节 激励原理	108
一、激励的概念和作用	108
二、激励的过程	110
三、激励理论的分类	111
第三节 激励理论介绍	111
一、马斯洛的需求层次理论	111
二、双因素激励理论	115
三、公平理论	117
四、期望理论	118
五、强化理论	119
第六章 正确对待挫折	126
第一节 什么是挫折	127
一、挫折的概念	127
二、挫折的意义	129
第二节 挫折产生的原因	131
一、客观因素	131
二、主观因素	132
第三节 挫折的表现	134
一、挫折的反应	135

二、挫折反应的差异性	138
第四节 如何面对挫折	140
一、挫折后的影响	140
二、如何面对挫折	141
三、组织中的挫折管理	143
第七章 态度与管理	149
第一节 态度的概述	150
一、态度的概念及构成	150
二、态度的特征	151
三、态度的功能	151
四、态度与价值观、行为的关系	152
第二节 态度的形成与改变	154
一、态度的形成	154
二、态度的改变	155
三、态度形成与改变的理论	157
四、改变态度的方法	159
第三节 态度的测量	162
第四节 态度在管理中的运用	163
一、态度对管理的一般性启示	163
二、工作满意度	164
三、工作投入	166
四、组织承诺	166
第八章 群体心理与管理	172
第一节 群体概述	173
一、群体的定义	173
二、群体的特征	173
三、群体的分类	174
四、群体的功能	175
五、群体中的角色	176
第二节 群体动力与规范	177
一、群体动力	177
二、群体规范	179
第三节 群体压力	180
第四节 群体的凝聚力与士气	183
一、群体凝聚力	183
二、群体士气	186

第九章 建立和谐的人群关系	192
第一节 群体冲突	194
一、什么是群体冲突	194
二、群体冲突的影响和作用	196
第二节 群体冲突的管理	198
一、群体冲突过程的分析	198
二、群体冲突管理的基本原则	199
三、群体冲突的管理策略	200
四、群体冲突的常用处理方法	201
第三节 人际关系的平衡与改变	203
一、人际关系的概念	203
二、人际关系的原则	205
三、人际关系对管理的意义	206
四、人际关系的平衡与改变	206
第四节 加强群体成员之间的有效沟通	209
一、人际沟通的概念	209
二、人际沟通的形式	211
三、人际沟通的障碍	212
四、如何进行有效的沟通	214
第十章 组织与管理	221
第一节 组织概说	223
一、组织的概念	223
二、组织的分类	224
三、组织的作用	224
第二节 组织的基本理论	225
一、古典组织理论	225
二、行为科学的组织观	227
三、现代组织理论	228
第三节 组织决策心理	231
一、决策的概念和特点	231
二、决策的原则与程序	232
三、群体决策的特点	233
第四节 组织的变革与发展	234
一、组织的变革	234
二、组织的发展	239
第五节 组织中的政治行为	241

一、政治行为的概念	241
二、政治行为产生的原因	241
三、政治行为对组织的影响	244
第十一章 领导心理	251
第一节 新型领导的内涵	252
一、领导的定义	252
二、领导的内涵	254
第二节 新型领导者素质	256
一、新型领导者的个体心理素质	256
二、领导群体的心理素质	257
第三节 领导者的影响力	259
一、影响力的分类	260
二、权力的构成	260
第四节 领导者的驭人术	261
一、以“动”至“静”之术	261
二、以“敬”代“管”术	262
三、适度“距离”术	262
四、以“人”治“人”术	262
五、软性调控术	263
第五节 运用领导理论服务于实践	263
一、领导理论	263
二、当代领导的角色	267
第十二章 人才测评技术	274
第一节 人才测评的意义	276
一、人才测评是企业招聘的有效保障	276
二、人才测评是企业人力资源配置的基础	276
三、人才测评是企业人力资源开发利用的重要工具	277
四、人才测评是加强企业竞争能力的保障	277
第二节 履历调查与心理测验	278
一、履历调查	278
二、心理测验	278
第三节 面试	285
一、面试的内容	286
二、面试中的环境	288
三、面试中主试者容易犯的错误	289
四、面试技巧	291

五、面试的应试技巧	293
第十三章 工作环境设计与组织文化	297
第一节 工作环境分析	298
一、工作环境概述	298
二、影响工作环境的因素	299
三、工作环境对组织的影响	301
第二节 工作环境的管理	302
一、有形的工作环境设计	302
二、关注员工的工作生活质量	305
三、组织文化的建设	307
参考文献	317

管理心理学概述

〔学习目标〕

1. 了解管理心理学是怎样一门学科
2. 掌握管理心理学的概念和学科性质
3. 弄清管理心理学与其他边缘学科的关系
4. 明确管理心理学的目的
5. 领悟研究管理心理学的意义
6. 学会管理心理学的研究方法

〔技能要求〕

1. 如何运用心理之道进行管理
2. 尝试新的管理角色的扮演

引 例

什么都不灵试试这一招

查尔斯·施瓦布的工厂里有一位车间经理,他手下的工人完不成生产定额。“怎么回事”,施瓦布问经理,“像你这样能干的经理竟然无法使车间生产达到产量指标?”“我不知道”,经理回答,“我规劝他们,催促他们,诅咒、责骂他们,用前途及解雇来威胁他们,但是什么都不起作用”。

他们谈话时,正是白天快结束的时候,晚班工人很快就要来上班。施瓦布向经理要了一支粉笔,然后问离得最近的一个工人:“你们这一班今天炼了几炉钢?”“6 炉”。施瓦布没有再说一句话,用粉笔在地上写了一个大大的“6”字,然后走开了。

当晚班工人来上班时,看见地上一个“6”字,便问怎么回事。“大老板今天来了”,白班工人说:“他问我们炼了几炉,我们告诉他 6 炉,他就把数字写在地上了。”第二天早