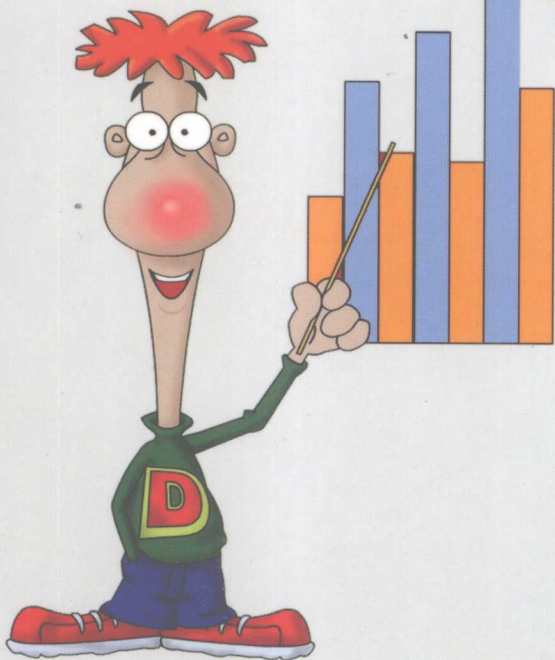


管理心理学

Management Psychology

主编 刘永芳

为读者打开一扇窗，
展示一片管理心理学的
广阔天地



清华大学出版社

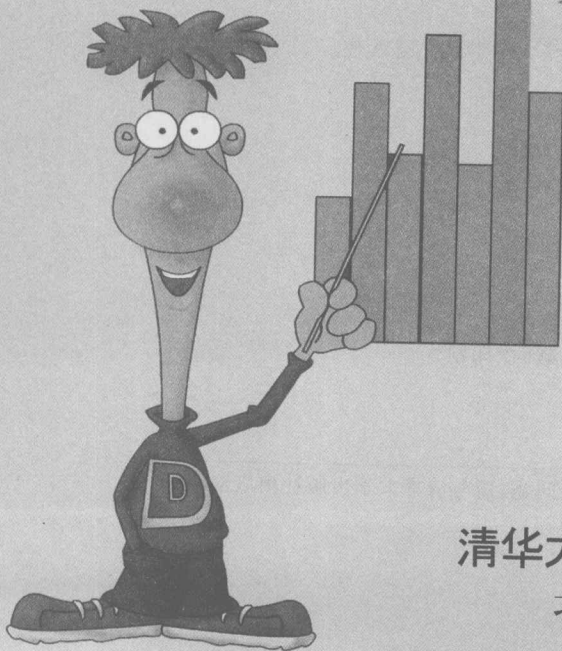
教育部人文社会科学一般项目成果

管理心理学

Management Psychology

主编 刘永芳

为读者打开一扇窗，
展示一片管理心理学的
广阔天地



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书作为一本针对广大高校师生、人力资源管理从业人员以及心理学爱好者的专业教材,在对管理心理学领域基础理论、基本思想进行充分阐述的同时,尤其注重教材的可用性、灵活性、实践性。全书分为总论、动机管理、认知管理、情绪管理、行为管理、组织管理等六篇共十八章。在体例安排上,每章结尾部分都安排有“本章小结”、“本章思考题”,有的章节后面还有“案例分析”、“技巧库”和“小测验”,此外,部分章节内安排有“管理小贴士”、“阅读材料”等内容,以开阔读者的视野,加深其对相关知识和原理的理解。在内容安排上,囊括了管理心理学的基本范畴、研究方法、基础知识、理论框架,并对近年来管理心理学的研究重点做了深入、细致的探讨,增添了许多新概念、新理论、新方法,体现了当今国内外管理心理学的重要理论成果,有助于读者更好地把握管理心理学界的前沿动态。

本书旨在为读者打开一扇窗,展示一片管理心理学的广阔天地,为高等院校管理学、心理学等专业的师生以及从事人力资源管理的人员提供帮助。

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

管理心理学/刘永芳主编. —北京:清华大学出版社, 2008.1

ISBN 978-7-302-16622-1

I. 管… II. 刘… III. 管理心理学 IV. C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第195223号

责任编辑:吴颖华(wuyinghua2003@163.com)

封面设计:张岩

版式设计:高伟

责任校对:姜彦

责任印制:王秀菊

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:清华大学印刷厂

装订者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:22 字 数:488千字

版 次:2008年1月第1版 印 次:2008年1月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:32.80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:021231-01



管理心理学是研究管理过程中个体的行为规律及其潜在心理机制的一门学科。作为应用心理学的一个重要分支，管理心理学自 20 世纪中叶发展为一门独立的学科以来，经过半个多世纪的不断壮大，如今已经成为备受心理学、管理学领域研究者及管理实践者们关注的一门学科。

理论的发展和实践的需要带来学科的繁荣。近些年来，国内外各种名目的管理心理学著作可谓卷帙浩繁、层出不穷。每本书特色各异，往往在某一个或某几个方面显露出闪光点，但观其大略不难发现，这些著作在结构上多遵循“个体心理——群体心理——组织心理”三层次的架构，仅在内容上作了顺序和详略的调整。在这种架构下，个体在不同层面（个体层面、群体层面、组织层面）上的交互作用是研究的重点，为组织管理服务是研究的目标。因此，与其将它笼统地称为管理心理学，不如称为“管理学取向的管理心理学”或者“从组织角度出发的管理心理学”。作为应用心理学的一门分支学科，如果管理心理学不能充分体现心理学特色的话，则一方面管理学研究者不能从中汲取心理学的营养，另一方面对于广大心理学工作者来说也是一种遗憾。鉴于这种情况，我们提出了构建“心理学取向的管理心理学”的设想，该设想大体上包括两层意思：（1）突出人及其心理发展本身作为组织管理目标之一的地位，在重视管理心理学作为工具性学科为实现组织目标服务的同时，强调其作为非工具性学科为实现组织中人的全面发展目标服务的属性，体现心理学的人文关怀、个体关心、科学主义取向等特征；（2）将企业组织看作背景和舞台，而把知、情、意、行等心理活动作为在后台演戏的主角，依照心理学的逻辑来统驭相关的知识和内容，形成以动机管理、认知管理、情绪管理和行为管理为主线的管理心理学体系。以该思路为主导构建管理心理学体系，既可以突出心理学的特色和优势，又能更加深入细致地揭示组织行为背后的微观心理机制，更好地体现心理学的独特作用，为实现平等的、互动的、无创伤的人本管理提供强有力的知识和理论支持。

近三十年来，心理学、管理学及其他相关学科的迅猛发展，为人们打开了窥探管理世界奥秘的新视野。新理论、新观点、新知识、新材料的不断涌现让我们有了一种强烈的冲动：将这些新鲜血液及时吸收进来，一方面为我所用，丰满管理心理学学科体系，增强学科的生命力和活力；另一方面将这些思想的瑰宝从散碎的文献中发掘出来，予以提取整合，对于理论本身的发展和完备也大有裨益。在本书中，我们力求融会近几年涌现出来的新理论、

新观点、新知识、新材料，将其揉进我们的体系中，既反映当今管理心理学的前沿动向，又不失为一个完整的理论体系。

本书是一本著作，也是一本教科书。语言的简洁明了，行文的系统逻辑，内容结构的合理严谨是我们遵循的准则。考虑到教学的需要，本书每章结尾都安排有“本章小结”、“本章思考题”，有的章节后面还有“案例分析”、“技巧库”和“小测验”。此外，部分章节内安排有“管理小贴士”、“阅读材料”等内容，以开阔学生的视野，加深其对相关知识和原理的理解。可以说，本书是心理学、管理学研究者的参考书，是高等院校学生的教科书，还是管理实践者的指导书。

本书是集体协作完成的一项科研成果，负责各章编写的人员如下：第1章，刘永芳、王怀勇；第2、3章，赵立军、刘永芳；第4章，王怀勇、刘永芳；第5、11、12章，方学梅；第6、10章，许科；第7、9章，王彦；第8章，王大伟；第13、14章，卢会志；第15章，庄锦英；第16、17章，房慧聪；第18章，王志勇、刘永芳。书稿完成后，主编对全书进行了认真而艰苦的审阅和修改。

本书撰写过程中，参考并引用了国内外专家的大量研究成果，多数已开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表示衷心感谢！清华大学出版社吴颖华编辑为本书的出版付出了大量心血和精力，在此表示深深的谢意！我的博士研究生许科在制订编写提纲和稿件审阅阶段帮我做了大量的具体工作，她的聪明能干给我留下了深刻的印象，谢谢她所付出的辛勤劳动！

由于编者水平有限，书中的疏漏和错误之处在所难免，恳请专家、学者和广大读者批评指正！

刘永芳
2007年7月



第一篇 总论

第一章 管理心理学概述.....	3
第一节 管理心理学的研究对象和内容.....	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
第二节 管理心理学的学科性质和研究逻辑.....	6
一、管理心理学的学科性质.....	6
二、管理心理学的研究逻辑.....	8
第三节 管理心理学的研究方法.....	11
第二章 管理心理学的历史沿革和现状.....	16
第一节 管理心理学的产生.....	16
一、管理心理学产生的社会历史背景.....	16
二、管理心理学产生的理论背景.....	17
第二节 管理心理学的发展及现状.....	19
一、西方管理心理学的发展.....	19
二、我国管理心理学的发展.....	21
第三节 管理心理学面临的挑战和存在的问题.....	22
一、管理心理学面临的挑战.....	22
二、我国管理心理学存在的问题.....	24
三、管理心理学与后现代思潮.....	26
第三章 管理心理学的基础理论.....	29
第一节 管理学基础理论.....	29
一、人性论.....	29
二、博弈论.....	36
第二节 心理学基础理论.....	38
一、精神分析心理学.....	38
二、行为主义心理学.....	39
三、人本主义心理学.....	41

四、认知心理学	42
---------------	----

第二篇 动机管理

第四章 动机与管理	47
第一节 动机的一般概念	47
一、动机的涵义	47
二、动机的作用与功能	48
三、动机与行为效率	48
第二节 动机研究的历史演变	50
一、生物因素的动机理论	50
二、认知因素的动机理论	51
第三节 动机的种类	54
一、动机的一般分类	55
二、社会性动机	56
第四节 动机的激发及调适	61
一、动机的激发	61
二、动机的调适	62
第五章 激励理论	65
第一节 西方的激励理论	65
一、是什么激发或驱动行为的	65
二、是什么引导行为方向的	70
三、是什么使行为得到维持的	74
第二节 中国的激励理论	78
一、中国古代文化中的激励思想	78
二、中国当代激励理论	80
第三节 激励理论的比较及其文化相对性	81
一、激励理论的比较	81
二、激励理论的文化相对性	82
第六章 激励理论的应用	87
第一节 激励的途径和方法	87
一、薪酬激励	87
二、工作设计	91
第二节 激励后果分析	94
一、组织公民行为	94
二、工作投入	96

第三篇 认知管理

第七章 组织中的知觉	105
第一节 组织中的社会知觉	105
一、组织中社会知觉的种类	105
二、社会知觉的障碍	108
三、克服社会知觉的障碍	111
第二节 组织中的归因	111
一、归因的基本原理	112
二、归因偏差	114
三、归因偏差在组织中的表现	116
第三节 知觉和归因在管理中的应用	117
一、招聘面试和绩效评估	117
二、个人的印象管理	118
三、组织的印象管理	120
第八章 组织中的记忆与学习——知识管理	124
第一节 知识和知识管理	124
一、知识的含义及类别	124
二、知识管理的概念和方法	125
三、知识管理的相关理论	127
第二节 组织学习与遗忘	129
一、组织学习的概念	129
二、组织学习的过程模型	130
三、组织学习中的智障	133
第九章 组织中的决策	140
第一节 决策过程	140
一、决策的基本步骤	140
二、决策的个体差异和文化差异	142
三、组织中决策的类型	143
第二节 决策模型	145
一、理性假设和标准决策模型	145
二、有限理性假设和描述决策模型	146
三、前景理论	147
第三节 个体决策	149
一、个体决策中的创造性	149
二、个体决策中的理性与直觉	150

三、个体决策的偏差	151
四、改进个体决策	155
第四节 群体决策	156
一、群体决策与个体决策	156
二、群体极化和群体盲思	158
三、群体决策技术	160
四、改进组织中的决策	161

第四篇 情绪管理

第十章 情绪劳动与管理	169
第一节 情绪劳动概述	169
一、何谓情绪劳动	169
二、情绪劳动的结构与分类	170
三、情绪劳动的主要作用与影响	172
第二节 情绪劳动与员工心理健康	173
一、情绪劳动中的心理健康问题	173
二、情绪劳动中的自我管理策略	174
第三节 员工工作倦怠分析	175
一、工作倦怠的概念及结构	175
二、工作倦怠的影响因素	177
三、工作倦怠的干预措施	177
四、工作倦怠研究的新趋势	179
第十一章 应激与挫折管理	182
第一节 应激管理	182
一、什么是应激	182
二、应激源和应激感受性	183
三、应激的作用与后果	187
四、应激管理	189
第二节 挫折管理	193
一、挫折的本质及表现形式	193
二、挫折的来源	194
三、员工受挫后的行为表现	195
四、挫折的积极和消极作用分析	197
五、挫折管理	198

第十二章 员工卷入与管理	203
第一节 心理契约	203
一、心理契约的概念及特点	204
二、心理契约的内容	205
三、心理契约的类型	206
四、心理契约的影响	208
五、心理契约的有效管理	209
第二节 工作价值观	209
一、工作价值观的概念	209
二、工作价值观的结构维度	210
三、激发员工的内在价值观	212
第三节 组织承诺	213
一、组织承诺的概念	213
二、组织承诺的类型	213
三、组织承诺的意义及管理	215
第四节 工作满意度	217
一、工作满意度的概念及其影响因素	217
二、工作满意度模型	218
三、工作满意度与工作行为的关系	219
四、提高工作满意度的方法	221

第五篇 行为管理

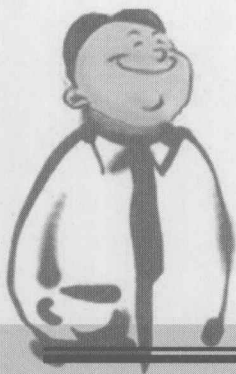
第十三章 领导概述	229
第一节 领导的概念和功能	230
一、什么是领导	230
二、领导与管理	231
三、领导的功能	232
第二节 传统的领导有效性理论	233
一、领导有效性的特质理论	233
二、领导有效性的行为理论	235
三、领导有效性的权变理论	238
第三节 当代领导有效性理论	242
一、魅力型领导理论	242
二、交换型与变革型领导理论	243
三、社会认知资源理论	244
四、领导替代理论	245
五、内隐领导理论	246

第十四章 领导策略与方法	250
第一节 领导者人力资源管理的策略与方法	250
一、领导者授权的策略与方法	250
二、领导者树立威信的策略与方法	252
三、领导者的会议管理方法	254
第二节 领导者人力资源开发的策略与方法	256
一、员工职业生涯管理的策略与方法	256
二、员工培训的策略与方法	258
三、员工“工作—家庭”平衡的策略与方法	259
第三节 领导者处理人际关系的策略与方法	261
一、领导者人际关系概述	261
二、领导者处理与上级关系的策略与方法	262
三、领导者处理与下属关系的策略与方法	263
第十五章 胜任特征模型及领导干部选拔	268
第一节 胜任特征模型	268
一、胜任特征的含义	268
二、胜任特征模型的内容或结构	268
三、胜任特征模型的特点	270
四、胜任特征模型的作用	271
五、建立胜任特征模型的方法	272
第二节 领导者胜任特征模型	272
一、领导者胜任特征模型的含义	272
二、领导者胜任特征模型的现有研究成果	273
第三节 领导干部选拔	274
一、360度反馈评估	275
二、评价中心技术	276
三、结构化面试与非结构化面试	279

第六篇 组织管理

第十六章 组织的基本概念与理论	285
第一节 组织的概念及功能	285
一、组织的基本概念	285
二、组织的功能	285
三、研究组织的意义	286
第二节 组织结构	286
一、组织结构及其构成要素	286

二、组织结构的基本类型	288
三、组织结构的新发展	289
第三节 组织中的团队	290
一、团队及其类型	290
二、团队效能及其影响因素	292
三、团队建设	297
第十七章 组织气氛和士气	300
第一节 组织文化	300
一、组织文化的概念及构成要素	300
二、组织文化的功能	301
三、组织文化的冲撞与融合	302
四、组织文化的巩固与发展	303
第二节 组织权力	304
一、组织权力的概念	304
二、组织权力的来源和影响因素	305
第三节 组织政治	307
一、组织政治的含义及利弊	307
二、组织政治行为的类型或表现	308
三、影响组织政治活动的条件和因素	309
四、组织政治的管理措施	309
第四节 组织冲突	310
一、组织冲突的概念、种类及后果	310
二、组织冲突的来源	311
三、冲突管理	312
第十八章 组织变革和发展	319
第一节 组织变革	319
一、组织变革的外部动因	319
二、组织变革过程	321
三、组织变革的结果	323
第二节 组织发展	327
一、组织发展的概念、目标及模式	327
二、组织发展过程中的组织公正	329
参考文献	333



第一篇 总论

- 第一章 管理心理学概述
- 第二章 管理心理学的历史沿革和现状
- 第三章 管理心理学的基础理论

第一章 绪论



1.1 绪论
1.2 绪论
1.3 绪论

第一章 管理心理学概述

管理心理学在西方又称为工业与组织心理学，是研究组织管理活动中人的行为规律及其潜在心理机制的一门学科。它属于心理学的研究范畴，是心理学的一个重要分支。近年来，随着理论不断完善与应用范围的逐步扩大，管理心理学已经发展成为一门独立的学科，在我国社会主义市场经济与现代化建设中扮演着越来越重要的角色。本章将对管理心理学的研究对象、研究内容、研究逻辑及研究方法等基本问题进行探讨，以便为后面的章节奠定基础。

第一节 管理心理学的研究对象和内容

一、管理心理学的研究对象

什么是管理心理学？不同的教材和专著从不同的角度给出了各自的定义，这些定义尽管在内容上有所区别，但就其实质而言则是相同的。一般说来，管理心理学是研究组织管理活动中人的行为规律及其潜在的心理机制，并用科学的方法改进管理工作，不断提高工作效率与管理效能，最终实现组织目标与个人全面发展的一门学科。这个定义主要有以下三层含义：

第一，管理心理学的研究对象是人的行为规律及其潜在的心理机制。也就是说，管理心理学既探索组织管理活动中人的行为规律，又揭示这些行为背后潜在的心理机制。它把人的行为规律及其心理机制结合起来进行研究，其原因在于人的行为与心理之间具有密不可分的关系。一方面，行为是在一定心理活动的指导下进行的，它是心理活动的外在表现，要想真正了解人的行为，就要探索其背后潜在的心理机制；另一方面，心理又是行为的内在动因，是调节、控制行为的内部过程，要想揭示人类心理的奥秘，就必须分析人的外在行为。由此可见，管理过程中人的行为规律及其心理机制都是管理心理学所要探讨的对象。

第二，管理心理学的研究范围是组织管理活动中人的行为规律及其潜在的心理机制。换句话说，管理心理学不是探索一般情境下人的行为规律及其潜在的心理机制，而是把研究范围严格限定在组织管理活动这一特定情境中，这里的“组织”不仅包括企业组织，还涵盖政治、经济、军事、教育等社会组织。

第三，管理心理学研究的目的是在掌握组织管理活动中人的行为规律及其潜在心理机制的基础上，运用科学的方法改进管理，充分调动人的积极主动性，不断提高工作效率与管理效能，最终实现组织目标与个人的全面发展。具体地说，管理心理学是一门应用性较

强的学科，它来源于社会管理实践，也服务于社会管理实践。管理心理学的研究就是要进一步提高组织管理的科学化水平，充分挖掘人的发展潜力，以实现组织和个人的发展目标。

二、管理心理学的研究内容

管理心理学的研究对象决定了其研究内容应基于人的心理活动而展开，并辐射到行为和组织层面的相关问题。基于此种考虑，本书将以组织情境中人的心理活动为主线来安排相关内容，旨在突出管理心理学的心理学特色，增强其心理学色彩。除了“总论”部分（第一篇）介绍管理心理学基本问题的三章内容之外，其余五篇内容将按顺序分别讨论动机管理、认知管理、情绪管理、行为管理和组织管理等主题。下面分别对这五个主题做一简要说明。

（一）动机管理

动机是其他一切心理活动的起点和前提。在现代管理活动中，如何有效激发员工的动机，充分调动员工的工作积极性、主动性和创造性，成为各类组织提高工作绩效、实现发展目标的关键。所以，动机管理问题亦应该成为管理心理学首先探讨和解决的问题。基于这种考虑，“总论”之后，本书的第二篇即以“动机管理”为主题，用三章内容分别讨论动机的一般概念和规律、激励理论和激励理论的应用等。

（二）认知管理

认知是人们获得或应用知识的过程，是最基本的心理过程。现代组织管理强调以人为主，因此要想富有成效地开展管理工作，就必须了解组织情景中人的认知加工过程及其规律，了解得愈透彻，愈能对症下药，做好管理工作。本书第三篇以“认知管理”为主题展开讨论，用三章内容分别探讨组织中的知觉与印象管理、组织中的记忆与学习、组织中的思维与决策等。

（三）情绪管理

随着生活节奏的加快及竞争的日趋激烈，组织及组织中的个人面对的应激事件越来越多，遭遇挫折的机会越来越高，压力越来越大，情绪管理问题在日常的组织管理活动中显得越来越重要。这方面的研究不仅有助于降低员工的压力，提高员工的身心健康水平，而且有助于缓解组织冲突，调动员工的工作积极性，实现组织的发展目标。本书的第四篇以“情绪管理”为主题展开讨论，用三章内容分别探讨情绪劳动与管理、应激管理、员工卷入与管理等。

（四）行为管理

良好的行为是一切心理管理的最终目标。而组织情境中起主导作用的行为是领导行为。领导是管理工作的主角，不同的领导行为会造成不同的组织心理气氛，给人以不同的心理影响，而这又是影响员工行为表现的最重要的条件。有效的领导行为有助于领导者作出正确决策，实现组织目标及改善领导者与被领导者之间的关系。因此，在以“行为管理”为

主题的第五篇中，用三章内容着重探讨领导行为及其相关问题，内容涉及领导的一般概念及领导有效性的理论、领导策略与方法、领导者的选拔与培养等。

（五）组织管理

组织是为了达到一定的目标，由不同结构、不同层次、不同职能的群体组合而成的系统。管理心理学研究的主体是组织中的主体，研究的活动是在组织背景下展开的，研究的目标最终也要落实到组织的发展上。组织是团体或个体实现某种目标的舞台，整个组织的状况直接影响群体或个体的行为效率。因此，除了研究个体层面的心理和行为问题之外，管理心理学还需要研究由个体形成的组织的特征及组织层面上的群体心理和行为规律，这对于如何更好地调动组织成员的积极性，充分利用人力、物力、财力，提高组织的效率是十分重要的。本书的第六篇以“组织管理”为主题，用三章内容分别探讨组织的一般概念和理论、组织士气和气氛、组织变革与发展等问题，内容涉及组织结构、组织文化、组织权力与政治、组织沟通与冲突、组织变革与发展等。

上面关于管理心理学研究内容的介绍及每个主题将会涉及的问题或内容，可以用图 1.1 加以概括和说明。

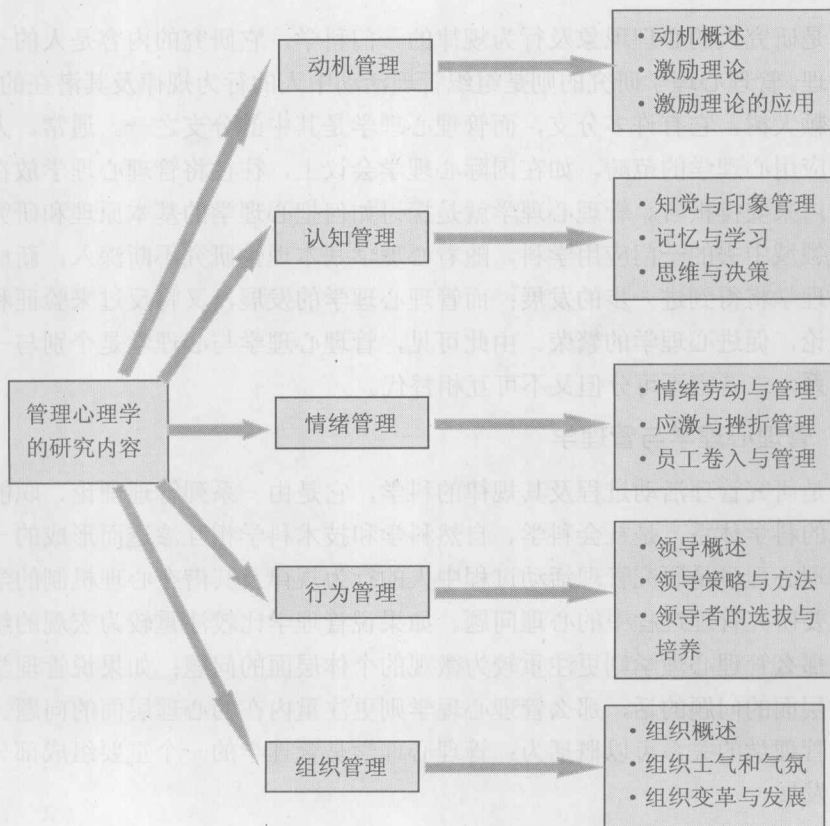


图 1.1 管理心理学的研究内容