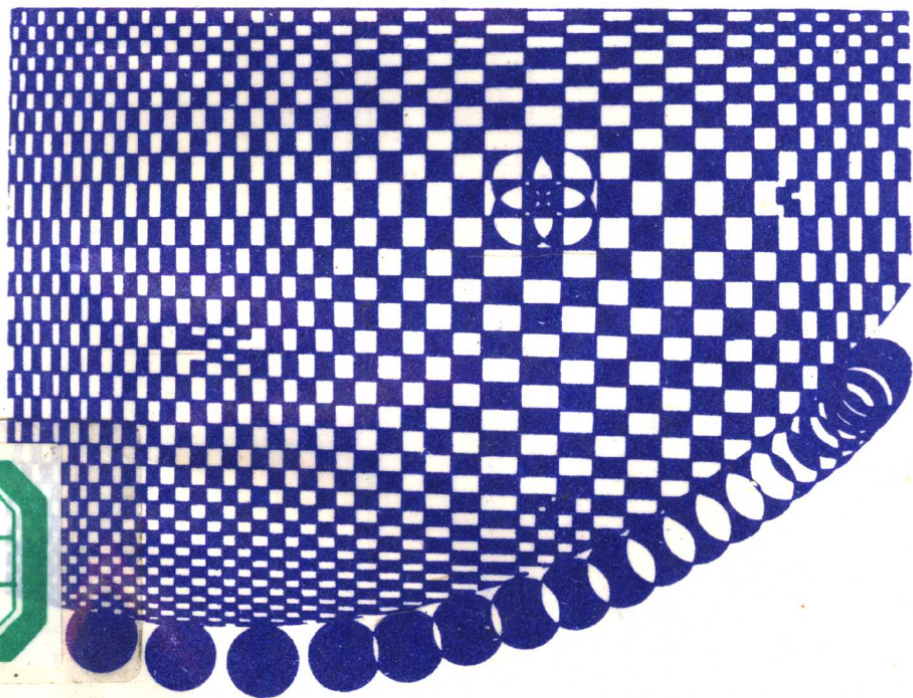




全国企业管理干部培训系列教材

管理心理学

全国企业管理干部学历教育(大专)教材编审委员会编



天津科学技术出版社

全国企业管理干部培训系列教材

管理心理学

全国企业管理干部学历教育(大专)
教材编审委员会编

主编	钱鸣皋	董文海		
编者	王玉琴	赵凤玲	王维义	
	文鲁元	谢沛才	钱鸣皋	
	董文海			
主审	曹国棠			

天津科学技术出版社

津新登字(90)003号

责任编辑:李树云

全国企业管理干部培训系列教材

管理心理学

全国企业管理干部学历教育(大专)

教材编审委员会编

主编 钱鸣皋 董文海

编者 王玉琴 赵凤玲 王维义

文鲁元 谢沛才 钱鸣皋

董文海

主审 曹国荣

天津科学技术出版社出版

天津市张自忠路189号 邮编 300020

河北省雄县胶印厂印刷

新华书店天津发行所发行

*

开本 850×1168毫米 1/32 印张 10.75 字数 266 000

1996年3月第1版

1996年3月第1次印刷

印数:1—4 000

ISBN 7-5308-2009-5

F·140 定价:13.00元

出版说明

邓小平同志南巡讲话的精神和中共中央关于加快改革,扩大开放,力争经济更好更快地上一个新台阶的战略决策,正在深入亿万人心,指导着我国社会主义经济建设和改革开放朝着更快、更好的方向发展。

经济要发展,人才是关键。培养人才已成为我国经济发展中的一项战略任务。为切实做好经济和企业干部培训工作,为我国经济建设培养出一大批跨世纪的社会主义实业家、企业家,国家经济贸易委员会组织有关省市经委、国务院有关部门、高等院校、企业管理培训中心和经济管理干部学院的专家和教师编写了一套经济和企业干部培训的系列教材。

这套教材包括 一、岗位培训系列教材:大中型企业领导干部岗位任职资格培训教材,小型企业领导干部岗位任职资格培训教学计划和教学大纲,工业企业车间主任岗位培训教材,企业专业管理干部岗位培训教材,乡镇企业领导干部岗位培训教材,合资企业中方经理岗位培训教材;二、学历教育系列教材:干部专修科(学历)专业课教材,专科接本科(学历)专业课教材;三、教学参考系列教材:各种专题培训参考教材,中国企业管理案例汇编,国外企业管理参考资料等。

这套教材以马列主义、毛泽东思想为指导,坚持贯彻党的基本路线,遵循理论联系实际的原则,从我国国情出发,紧密结合企业实际;借鉴、吸收国外企业管理的先进经验和方法;有较强的针对性、实用性和科学性,并突出了成人教育的特点;力求简明扼要,易懂易记,是一套反映经济建设需要和总结企业管理成果的好教材,既可供各单位作为培训教材,亦可供广大经济和企业干部自学使用。

这套教材,将在“八五”期间陆续出版,并提供给各培训单位和读者。鉴于不断发展的经济形势,对人才培养必将提出更新、更高的要求,希望使用本教材的培训单位和广大读者,提出宝贵的意见和建议。

国家经济贸易委员会
经济干部培训司

1993年8月

前 言

我们受全国企业管理干部学历教育(大专)教材编审委员会的委托,组织部分经济管理干部学院和培训中心的教授学者,编写了这本《管理心理学》。

管理心理学是心理学科的一个分支,是一门新兴的学科。在编写过程中,我们始终以邓小平同志建设有中国特色的社会主义理论和十四大精神为指导,围绕为适应建立社会主义市场经济体制的需要,在介绍国外管理心理学理论的同时,紧密地联系我国管理心理学的研究成果,力图将心理学理论与管理理论有机地结合在一起,着重研究管理中人的心理和行为规律,为各级经济管理者、企业管理者和政治工作者在建立现代企业管理制度^一的过程中提供理论依据和实践经验,为提高人员素质,改善经营管理,提高管理水平、工作效率

和产品质量服务。并为探索符合我国国情的管理心理学体系做了努力。本书适用于经济管理干部学院、成人高等院校学历教育教学和各种相关的短训班使用,亦可供广大经济管理、企业管理和政治工作者自学参考。

本书是集体智慧和共同努力创作的结果。参加各章执笔的专家学者分别是:第一章、第四章为钱鸣皋(天津中德技术培训中心),第二章、第三章为董文海(天津经济管理干部学院),第五章为王玉琴(天津经济管理干部学院),第六章为赵凤玲(天津经济管理干部学院),第七章为王维义(农业部北京农恳管理干部学院),第八章为谢沛才(云南经济管理干部学院),第九章为文鲁元(云南经济管理干部学院)。

由于我们的水平有限,书中难免有疏漏和不足之处,欢迎读者批评指正。

编者

1995年9月

全国企业管理干部学历教育(大专)
教材编审委员会

主任委员 颜桐卿

副主任委员 李永涛 范宏楠 曾德聪
蒋明克 张 科

委员(按姓氏笔划为序)

王又庄	史景星	刘传兴	刘冀生	李永和
李启明	李青蓝	李述曾	宋世华	张天白
张守诚	张作忱	张维廉	陈训敬	郭志军
陶文楼	储祥银	童臻衡	薛华成	薛春海

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 管理心理学的研究对象、任务和方法	(1)
一、管理心理学研究对象	(1)
二、管理心理学的研究任务	(3)
三、管理心理学的研究方法	(5)
第二节 管理心理学在心理学科中的地位	(6)
一、普通心理学	(6)
二、应用心理学	(8)
第三节 管理心理学的兴起和发展	(11)
一、西方管理心理学的发展	(11)
二、前苏联管理心理学的发展	(14)
三、我国管理心理学的发展	(15)
第四节 西方人性假设及简评	(17)
一、“经济人”的假设和管理	(17)
二、“社会人”的假设和管理	(19)
三、“自我实现人”的假设和管理	(21)
四、“复杂人”的假设和管理	(23)
第二章 认知心理与管理	(26)
第一节 认知概述	(26)
一、认知	(26)
二、感觉	(27)
三、知觉	(27)
四、自我知觉	(28)
五、社会知觉	(29)

第二节 知觉的特征	(29)
一、知觉的整体性特征	(29)
二、知觉的理解性特征	(30)
三、知觉的恒常性特征	(31)
四、知觉的差异性特征	(31)
第三节 错觉	(31)
一、错觉	(31)
二、错觉类型罗列	(32)
三、错觉产生的原因	(40)
四、错觉在管理活动中的指导意义	(41)
第三章 个性心理与管理	(43)
第一节 个性概述	(43)
一、个性的概念	(43)
二、个性的特征	(44)
三、个性心理结构	(45)
四、个性与管理	(48)
第二节 气质与管理	(49)
一、气质的概念	(49)
二、气质理论的发展	(50)
三、气质的神经类型学说(即其本质)	(56)
四、气质、职业、价值	(59)
五、气质与性格的区别	(61)
六、气质类型测量	(62)
第三节 能力与管理	(66)
一、能力的概念	(66)
二、能力结构	(67)
三、正确发展和深化能力,处理好几个关系	(74)
四、能力形成与发展的主要因素	(76)
五、管理工作者的历史责任	(77)

六、能力测量	(78)
第四节 性格与管理	(83)
一、性格的概念	(83)
二、性格的特征	(86)
三、性格的类别	(87)
四、影响性格形成的因素	(89)
五、人格鉴评	(91)
第四章 态度理论与管理	(96)
第一节 态度的概念	(96)
一、态度的概述	(96)
二、态度的特征	(97)
三、态度的功能	(99)
第二节 态度的形成与转变	(100)
一、态度的形成	(100)
二、态度的改变	(102)
三、态度的测定与管理	(103)
第五章 需要、动机、行为理论与管理	(107)
第一节 需要论与管理	(107)
一、需要的概念	(107)
二、需要的产生	(109)
三、需要的类型	(111)
四、需要的特征	(113)
五、满足职工需求的原则	(114)
第二节 动机论与管理	(116)
一、动机的概念	(116)
二、动机的产生	(118)
三、动机的分类	(118)
四、动机的功能	(121)
五、动机的强化	(121)

六、动机的特征	(124)
七、影响动机的心理因素	(126)
八、掌握动机理论,做好人的工作	(128)
第三节 行为论与管理	(137)
一、行为的概念	(137)
二、行为的特征	(138)
三、目标和行为	(139)
四、影响行为的因素	(141)
五、行为模式	(143)
六、需要、动机、行为三者之间的关系	(146)
七、需要、动机、行为理论在管理中的作用	(149)
第四节 挫折理论与管理	(153)
一、挫折的概念	(154)
二、受挫折后的行为反应	(156)
三、行为挫折论在管理中的应用	(159)
第六章 激励理论与管理	(165)
第一节 激励的概念	(165)
一、激励的概念	(165)
二、激励的心理程序	(165)
三、激励的特征	(166)
四、激励的意义	(167)
第二节 内容型激励理论	(168)
一、马斯洛的“需求层次论”	(169)
二、赫兹伯格的“双因素理论”	(173)
三、麦克利兰的“成就激励论”和奥德弗的“ERG 理论”	(175)
四、内容型激励理论在管理中的应用	(176)
第三节 过程型激励理论	(177)
一、佛隆姆的“期望理论”	(178)

二、亚当斯的“公平理论”	(180)
第四节 行为改变型激励理论	(182)
一、“归因理论”	(183)
二、“强化理论”	(184)
第五节 激励的措施和原则	(186)
一、目标激励	(186)
二、正强化激励(奖励激励)	(188)
三、负强化激励(惩罚激励)	(189)
四、领导激励	(190)
五、榜样激励	(192)
第七章 群体心理与管理	(194)
第一节 群体概述	(194)
一、群体概念	(194)
二、群体作用	(196)
三、群体分类	(198)
四、高效率的群体	(199)
第二节 群体沟通与冲突	(200)
一、群体沟通	(200)
二、群体冲突	(209)
第三节 群体凝聚力	(213)
一、凝聚力的概念	(213)
二、高凝聚力群体的特征	(214)
三、影响凝聚力的因素	(214)
四、群体士气与凝聚力	(216)
五、非正式群体的影响与作用	(219)
第四节 群体对个体行为的影响与制约	(223)
一、群体规范约束	(224)
二、群体压力约束	(225)
三、群体的心理影响	(226)

四、群体管理的一般原则与方法	(231)
第五节 群体决策	(233)
一、决策的概念	(233)
二、决策的类型	(234)
三、影响群体决策的因素	(236)
四、群体决策的利弊	(237)
五、参与决策	(240)
第八章 组织心理与管理	(243)
第一节 企业组织的一般概念	(243)
一、组织的概念	(243)
二、组织分类	(247)
三、组织结构	(248)
第二节 组织变革	(252)
一、组织变革的动力	(252)
二、组织变革的过程	(255)
三、组织变革的方法	(256)
四、组织变革的阻力	(256)
五、消除变革阻力的方法	(257)
第三节 组织发展	(261)
一、组织发展的含义	(261)
二、组织发展的目标与管理	(262)
三、组织发展的内容	(263)
第四节 组织中的人际交往与人际关系	(267)
一、人际交往	(267)
二、人际关系	(269)
三、人际关系的改善	(271)
第九章 领导心理行为与管理	(281)
第一节 领导的概念	(281)
一、关于领导范畴与含义	(281)

二、领导者	(282)
三、领导的功能	(283)
四、领导的类型	(284)
第二节 领导理论模式	(286)
一、领导特性理论	(287)
二、领导行为理论	(291)
三、领导“情景—权变理论”	(296)
四、管理方格理论	(303)
五、领导作风理论	(304)
第三节 领导的影响力	(306)
一、影响力的概念	(306)
二、领导者影响力的构成	(306)
三、提高领导影响力的途径	(307)
第四节 领导者的素质及培养	(308)
一、领导者的素质	(308)
二、领导者素质的培养	(310)
三、领导者的选拔	(311)
第五节 领导决策	(312)
一、决策的程序和原则	(312)
二、决策的分类	(313)
三、效用曲线	(314)
四、决策的有效性	(315)
五、领导者必备的决策能力	(317)
第六节 领导者的公共关系管理	(318)
一、公共关系的概念	(318)
二、领导的公共关系素质与技巧	(319)
三、领导的公共关系培养	(320)
第七节 市场经济环境中的领导行为	(321)
一、市场经济环境	(321)

二、市场经济环境中人的心态	(322)
三、市场经济环境中领导者应具备的基本行为	(325)
四、市场经济中领导行为的重要性	(326)

第一章 绪 论

管理心理学既是管理学科的一个分支,又是心理学科的一个分支,它从管理学科出发,将心理学的成果应用于管理。最初被介绍到管理中的是人事心理学和人体工程学。现代管理心理学研究的范围更广,它的主要研究范围有环境心理学、工程心理学、人事心理学和社会心理学等。

本章主要通过对管理心理学研究对象、任务和方法,管理心理学在心理科学中的地位和作用、管理心理学的发展历史,以及对西方管理心理学对人性假设的简要介绍和简评,使学员对管理心理学有一个概貌,为学习以后各章节的内容打下基础。并培养学员学会古为今用、洋为中用的思想和方法,结合我国民族特点和实际情况,为建立我们自己的管理心理学的理论体系和实践知识,为建立具有中国特色的社会主义经济体系作出贡献。

第一节 管理心理学的研究对象、任务和方法

随着企业管理理论和管理水平的不断提高,以及心理学理论和方法的不断科学化,管理心理学的研究机构和专门研究人员骤然增加,研究的方向日趋综合化,研究的范围不断扩大,研究的方法也日趋科学化。管理心理学的研究正朝着深度和广度两个方面蓬勃发展,建立和完善具有中国特色的管理心理学理论体系已日臻完善。

一、管理心理学的研究对象

管理心理学是一门独立的新兴学科。它是研究企业中处在管理活动中人的心理活动和行为规律,以最大限度调动人的积极性、