



新编公共行政与公共管理学系列教材

管理心理学

Management Psychology

郑安云 何飞 / 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

Management Psychology

管理心理学

Management Psychology

第2版

清华大学出版社



新编公共行政与公共管理学系列教材

管理心理学

Management Psychology

郑安云 何飞 / 主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/郑安云,何飞主编. —北京:北京大学出版社,2014.11
(新编公共行政与公共管理学系列教材)
ISBN 978-7-301-25087-7

I. ①管… II. ①郑… ②何… III. ①管理心理学—高等学校—教材
IV. ①C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第261277号

书 名: 管理心理学

著作责任者: 郑安云 何 飞 主编

策 划 编 辑: 高桂芳

责 任 编 辑: 高桂芳(pkuggf@126.com)

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-25087-7/C·1065

出 版 发 行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

新 浪 微 博: @北京大学出版社

电 子 信 箱: ss@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753121
出版部 62754962

印 刷 者: 北京大学印刷厂

经 销 者: 新华书店

730毫米×980毫米 16开本 18印张 277千字

2014年11月第1版 2014年11月第1次印刷

定 价: 35.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn



前 言

管理心理学是现代管理理论的重要组成部分,是管理类专业的一门专业基础课程。在西方各大学管理学院的 MBA 教育中,管理心理学一直是一门十分重要的核心必修课程。

管理过程中对人的管理既是管理的重点,也是管理的难点。如何搞好人的管理,调动人的积极性,是管理者十分关注的问题。管理心理学正是利用心理学、人类学、社会学、政治学、生理学等学科的知识,帮助管理者提高预测、引导和控制人的行为的能力,加强以人为本的管理。

本书不仅系统介绍了管理心理学的基本概念、基本原理和基本理论,而且注重理论和实践相结合,注重对学生心理素质和行为能力的培养与提高,注重树立人本管理的理念。在写作过程中,我们增加了实践操作的环节,内容包括心理测验、案例讨论、角色扮演、游戏体验、实地调查等。此外,本书还注重探讨管理过程中有关组织行为研究的热点和难点问题,力争使本书具有系统性、前沿性和适用性等特点。

本书共 11 章,分别为绪论、个性与管理、态度与工作满意度、创造力与管理、激励与激励理论、社会认知、员工援助计划、群体心理与行为、领导心理与行为、组织文化、组织变革与发展。本书在以往管理心理学的基础内容之上增加了员工援助计划、创造力与管理等较为前沿的理论内容。全书由郑安云、何飞统稿,王红红参编了第二章,赵昆参编了第三章,王莹参编了第四章,霍利生参编了第五章,王瑞参编了第六章,李佳参编了第七章,魏臻和段菲参编了第八章,刘婷参编了第九章,段娟参编了第十章。

本书在写作过程中,参阅了国内外有关文献和著作,并吸收了其中的精华,在此谨向原作者表示感谢!由于编者水平有限,书中难免存在不妥之处,敬请读者批评赐教。

本书不仅适合作为高等学校管理类本科专业的教材,还是实际管理工作人员拓宽知识面的重要读物。

编者

2014年10月1日于西安



目 录

第一章 管理心理学概述	/1
第一节 管理心理学的基本问题	/1
第二节 管理心理学的产生与发展	/9
第三节 管理心理学的理论基础	/14
第二章 个性与管理	/22
第一节 个性概述	/22
第二节 个性特征与管理	/25
第三节 心理测验	/40
第三章 态度与工作满意度	/51
第一节 态度概述	/51
第二节 态度形成和改变理论	/57
第三节 工作满意度	/67
第四章 创造力与管理	/76
第一节 创造力概述	/76
第二节 管理中的创造力	/83
第五章 激励理论	/99
第一节 激励	/99
第二节 激励机制	/102
第三节 内容型激励理论	/106
第四节 过程型激励理论	/113

第五节 行为修正型激励理论 /117

第六章 社会认知 /127

第一节 社会认知概述 /127

第二节 社会认知过程 /133

第三节 社会认知结果 /136

第四节 归因理论 /139

第七章 员工援助计划 /148

第一节 员工援助计划概述 /148

第二节 员工心理保健 /153

第三节 员工心理咨询 /166

第八章 群体心理与行为 /179

第一节 群体概述 /179

第二节 沟通与人际关系 /184

第三节 群体决策 /196

第九章 领导心理与行为 /208

第一节 领导概述 /208

第二节 领导理论 /211

第十章 组织文化 /232

第一节 组织文化概述 /232

第二节 组织文化的建设与发展 /240

第十一章 组织变革与发展 /255

第一节 组织变革 /255

第二节 组织发展 /265

参考文献 /279



第一章 管理心理学概述



本章学习目标

1. 掌握管理心理学的含义
2. 掌握管理心理学的研究方法
3. 了解管理心理学的产生与发展历程
4. 了解管理心理学的理论基础

第一节 管理心理学的基本问题

一、管理心理学的概念

管理心理学是心理学的一个重要分支,也是现代管理理论的一个重要组成部分。管理心理学也可称为组织行为学,两者的研究内容基本相同。但是,从严格意义上讲,管理心理学更强调将心理学原理应用于管理,旨在研究行为的内在心理活动的规律性,并采取相应的管理措施与对策,突出实践和应用。

管理心理学是将心理学的理论、原则和方法运用于组织管理中,通过研究组织中人的心理和行为的规律性,预测、引导和控制组织中人的心理和行为,寻求各种途径和方法最大限度地调动人的积极性,发挥人的潜能,提高生产和工作效率,改善人际关系,增强组织功能。因此,概括地说,管理心理学是研究管理过程中人的心理活动和行为规律,从而提高管理者分析、预测、引导、控制人的心理和行为的能力,以达到调动人的积极性,提高工作效率,实现组织目标的科学。

我们可以从管理心理学的研究对象、研究范围、研究目的和研究任务四个方面更进一步地理解管理心理学的含义。

1. 研究对象

管理心理学的研究对象是管理活动中人与人之间心理上的相互关系及其规律。人的心理与行为的发生、发展和变化是有规律可循的,心理与行为的关系密不可分。心理是行为的内隐活动和内在依据,指导着行为;行为是心理活动的外在表现,反映着心理活动。管理心理学是将人的心理和行为作为一个统一体来研究的。

管理心理学是从现代管理学与行为科学发展过程中分支出的一门新兴的独立学科,是管理科学的新视角,管理中的个体、群体、领导、组织心理与行为的规律性是其研究的重点对象。

2. 研究范围

管理心理学与心理科学的研究范围不同。心理科学研究人类一切心理和行为发生、发展的规律性,而管理心理学的研究范围是在一定组织系统的管理活动中人与人之间心理上的相互关系及其规律性,关注的是一定组织系统的管理活动中人的心理和行为的规律性。组织系统之外的心理与行为,如消费心理与行为、婚姻心理与行为、教育心理与行为等,均不是管理心理学重点关注的范围。

3. 研究目的

管理心理学的研究目的是在了解和掌握一定组织系统的管理活动中人的心理和行为的规律性基础上,提高管理者对人的心理与行为的预测、引导与控制的能力,要在准确、及时预测的基础上,采取有针对性的管理措施和方法,将消极心理与行为引导,转变为积极心理与行为,保持和发扬积极心理与行为,提高组织中员工的工作积极性、主动性、创造性,提高工作绩效,以便更好地实现组织目标。该学科是在分析员工个性、心理特点的基础上,遵循其规律,诱导其行为的过程,而不是简单地控制,更不是想当然地以个人意志进行管理。

4. 研究任务

管理心理学研究的首要任务是通过掌握管理活动中个体、群体、组织的心理与行为活动的规律,制定相应的管理策略和方式,促进管理者的管理水平,塑造卓越的领导艺术,以提高组织工作效益和生产效率,最终帮助组织实现组织目标。其次,管理心理学要吸收、运用包括心理学、社会学、人类学、政治学、生理学、生物学等其他相关学科的理论和方法,探究组织中个体、群体、领导的心理和行为规律,明确如何通过调整人际关系、激励动机、提高领导水平、增强组织凝聚力等手段来协调人与人之间的关系。最后,我国是社会主义国家,管理

心理学的研究任务还涉及对广大员工进行管理教育。在管理过程中不仅要完成生产任务,创造物质文明,还需对员工进行相应的思想教育,帮助他们树立正确的世界观、人生观和价值观,确立良好的劳动需求和劳动态度,增强职业道德素质,使管理心理学成为思想教育的有力科学助手,推进有中国特色管理科学的进一步发展和完善。

二、管理心理学的研究内容

管理心理学的研究内容包括:管理活动中的具体社会、心理现象,个体、群体、领导、组织的心理与行为的规律性及相关理论。具体划分为三个方面:个体心理与行为、群体心理与行为、组织心理与行为。

1. 个体心理与行为

任何组织都是由众多的个体所组成,任何个体都是有思想、有感情、有追求的,世界上没有完全相同的人。先天遗传因素及后天社会环境、个人经历、文化教育等因素的影响,导致人与人之间的心理与行为是有差异的。管理心理学的研究起点就是从个体心理与行为的角度出发,分析和解释各种因素对个体心理与行为的影响,并对管理活动中个体行为和组织绩效之间的关系进行相关研究。

个体心理与行为主要包括个体的知觉、态度、能力、气质、性格、情绪等。比如,人的行为是其心理活动的外显表现,心理状况对其所从事的活动和结果存在重要影响。当人处于满意愉快的情绪状态时,可以增强活动的积极性,提高活动效率;当人处于不满烦闷的情绪状态时,就会降低活动的积极性,影响活动效率。当人们对其所从事的活动持肯定态度时,会提高活动动机,激发个体潜力;当人们对其所从事的活动持否定态度时,很难获得良好的活动效果。因此,在管理过程中,管理者要运用个体心理与行为的情绪和态度理论,正确认识情绪与态度对工作效率的影响,掌握并预测员工的情绪变化规律,针对不同个体、不同情况采取不同的方法进行情绪转化工作;了解和测评员工工作满意度,纠正和改变员工的不良态度,以提高员工的工作效率。再比如,在组织管理过程中,管理者要想根据员工不同的气质类型为其安排相应的工作,根据其能力水平和类型实现量才为用,根据其性格特点构建有效团队,必须首先了解个体的个性倾向和心理特征差异,才能实施以人为本、因人而异的有效管理,取得良好的管理效果。

个体心理与行为研究内容中,激励问题是重中之重的问题。通过不同的激励机制和方式,可以激发员工的积极性,提高员工的工作绩效,更好地实现组织目标。研学者发现,个体是否受到激励,其工作效率大相径庭。被激励状态下的员工,工作有激情,目标明确,效率升高;反之,缺乏激励的员工,只能发挥部

分能力,工作满意度低,工作绩效相对较差。因此,要实现对人的管理,首先在于调动个体的积极性,这就需要充分满足个体需要,激发其内在动机,使个体自觉、努力地帮助组织完成预定目标。

2. 群体心理与行为

群体并非不同个体的抽象结合,而是具有心理交互影响并有一定组织形式的整体结合。群体对外具有完成组织或企业的目标任务的作用,对内则需要协调人际关系,满足个体需求,提高士气。群体是连接个体与组织的中介。个体离开群体,会失去行为产生的依托;组织离开群体,会失去运行的实体。个体心理与行为、组织心理与行为都是以群体心理与行为的方式表现出来,群体心理与行为是在研究个体心理与行为基础上探究组织心理与行为的必经之路。群体心理与行为,不仅影响个体心理与行为,而且直接制约组织心理与行为的变化与发展。因此,管理心理学需要探究组织中群体心理与行为的方式,及其对工作绩效的影响。

群体心理研究主要包括群体心理的基本理论、群体动力和群体中的人际关系、领导心理与行为等内容。群体心理的基本理论主要指群体的结构、群体的功能、群体的行为和群体的种类。通过群体心理基本理论的研究,揭示群体、个体和组织三者之中群体所起的中介作用。群体心理不仅影响着个体心理,而且直接制约着组织心理的变化与发展。群体动力是指在群体中人与人之间相互接触、相互影响、相互作用所形成的一种社会秩序。群体动力理论主要是指群体规范、群体压力、群体士气、群体的凝聚力,以及群体中的矛盾、冲突和竞争等等。管理心理学通过对这些动力性因素的研究和分析,不仅从根本上揭示了群体的性质,加深了人们对群体的理解,更重要的是使领导者和管理者自觉地运用科学的方法,合理地调动和扶持一切积极因素和建设性力量,以实现组织目标。另外,群体心理还有一项重要的研究内容,那就是群体中的人际关系。所谓人际关系,就是指作为主体的人们在共同的活动过程中形成的彼此之间的相互作用关系。管理心理学研究的人际交往关系,主要是研究人际交往中的心理关系,尤其是管理中人际的心理关系。管理中的人际交往关系,对员工的工作绩效与满足感、组织的凝聚力与向心力都有极大的影响,这是决定管理成败的重要因素之一。因此,管理心理学家都特别重视对人际关系的研究,力图寻找正确、合理的方式和方法,协调全体员工内部的人际关系,以调动他们的积极性,在实现组织目标的同时,使员工获得最大程度的满足。领导心理与行为的主要内容包括领导的概述以及各类型的领导理论。

本书在群体心理与行为方面的研究内容主要包括群体构成、群体规范、群

体人际关系与信息沟通、群体决策、领导心理与行为等。对组织管理中群体成员的心理与行为进行分析,可以揭示群体活动的规律,进而更好地限制或塑造某些行为。这也是管理心理学中最具价值和吸引力的研究领域之一。

3. 组织心理与行为

组织是为了达到某一共同目标而设计的人群集合体,是成员在其中进行各种活动的构架系统。现代工业、企业都是以独立的经济组织形式出现,以组织形式完成生产的全部过程,以组织形式同社会发生关系,以组织形式协调人们的生产劳动,以组织形式向社会输出产品。组织心理与行为是研究在各种组织系统中,组织环境对人们完成组织目标所产生的心理和行为的影响。

本书中组织心理与行为的主要内容包括组织发展与变革、组织文化等。

组织发展与变革是组织在新形势之下,为了适应工作生产任务不断扩大的要求,在组织范围内进行必要的有计划、有系统的调整和改革,以达到组织的最佳化和高效化。管理心理学通过对组织发展和变革的理论研究,不仅在于揭示组织发展与变革的意义,更重要的在于说明在组织发展和变革的过程中,如何克服由于种种原因对组织变革的抵制,以及为了有效地实施组织变革所宜采取的科学方法。

组织文化是近年来管理心理学新增的重要研究内容。组织文化是为一个组织中所有成员所共享并作为精神层面的东西传承给组织新成员的一整套价值观、工作理念、分析和解决经营问题的能力和思维方式。任何组织文化都包括三个层面的内涵:表层文化、中层文化和深层文化。当代组织的发展离不开组织文化的建设,不同国度、不同地域、不同组织,其组织文化的特色表现不同。如何结合我国历史和人文特点,建立适合于本国企业的组织文化,正是学者和管理者深入思考和探讨的问题。

个体心理与行为、群体心理与行为、组织心理与行为是管理心理学的主要研究内容,本书的逻辑构架就是以这三个层次为中心进行论述分析的。

三、管理心理学的研究方法

(一) 研究原则

管理心理学是探究组织系统中人的心理和行为的规律性,而人的心理和行为特征有时很难进行定量分析和定性判断,只能通过个体的言谈举止、外部表情、人际交往、工作绩效等外显行为方式和结果进行间接的测量与分析。此外,由于人具有一定的主观性、伪装性和掩饰性,在测量和分析过程中会出现很多误差。因此,管理心理学的相关研究必须遵循客观性、发展性、系统性原则。

1. 客观性原则

客观性原则是指研究者在对人的心理与行为的研究过程中,尽量避免受到自己个性或主观偏见的影响,充分地占有客观材料并进行分析,进而得出正确的结论。管理心理学的研究对象是有意识有感情的人,人的心理和行为是极其复杂的,人的内在心理活动与外显行为之间可能存在差别,研究者本身的主观体验和客观事实也存在差别,管理活动与实践也是一个复合多变的系统。因此,在对管理过程中个体的能力、气质、性格等特质进行心理测评时,在设计实验、材料收集、整理分析、得出结论时都需要不带有任何主观成分,而是从客观的角度进行客观分析。任何主观的判断和臆断都有可能研究结论的不真实性。因此,只有坚持客观性原则,从事实的本来面目进行观察、研究和分析,才能得出正确的结论,真正认识人的心理和行为的规律性。

2. 发展性原则

发展性原则是指对人的心理和行为的研究,要坚持动态、变化和发展的观点,不能静止地看待人的心理和行为。人是处在不停的变化、运动和发展中的,由于动态变化性,使得个体在不同发展阶段会出现不同的规律与特征,既要注意个体、群体、组织的心理与行为的现时特征,同时还应考虑其历史背景,预测其未来可能的动向和发展前景。组织在发展变化过程中的任何因素都会影响个体和群体心理,以及组织氛围。因此,遵循发展性原则,在研究过程中找寻发展规律,把握时机,创造条件,将组织中的个体、群体的行为导向到有利于实现组织目标的正确轨道上是非常重要的。

3. 系统性原则

系统性原则是指在研究和分析人的心理和行为时,必须将其置于整体和部分的相互联系中,置于各种因素的相互影响和相互作用中去研究和分析。影响人的心理和行为的因素是多种多样的,有主观因素,也有客观因素,因此,必须将各种因素综合起来进行分析,不能只注重个别因素,孤立地进行分析研究,需要将各种相关因素加以系统化、条理化,不可以偏概全,不能将某种结论绝对化。只有遵循系统性原则,才能真正坚持科学化的研究,得出正确结论,真正掌握人的心理和行为的实质,探寻其规律性。

(二) 研究方法

管理心理学的研究方法多种多样,目前,通常采用以下几种主要方法:

1. 观察法

通过感觉器官(如眼、耳、鼻、舌和皮肤等),直接观察人们的行为,从而去推知人们内在的心理状态,这种方法称观察法。随着科技的发展,观察的手段越

来越丰富,现在的许多研究都会采用录像机和录音机等现代化的工具来协助观察。在实践中,观察法也是多种多样的,大致有以下几种分类方法:

(1) 根据研究者参加到被研究的情势中的程度,可分为参与观察法和非参与观察法两类。观察者直接参与被观察者的活动,并在共同活动中进行观察的方法称为参与观察法。观察者不参与被观察者的活动,以旁观者身份进行观察的方法称为非参与观察法。采用参与观察法的好处是:研究人员以组织成员的身份去观察,使被观察者避免伪装和做作,从而使观察到的资料较为可靠和有效。但由于观察者亲自投入现场,可能会影响到研究的客观性。

(2) 根据观察的地点和组织条件,可以把观察分为实地观察和实验观察。实地观察是在自然环境中,在现实生活中进行。在实验观察中,周围的环境条件可由观察者来确定。实验观察具有一定的主动性,能最大限度地阐明一切因素和条件,并确定它们之间的关系,但也可能会因为这种人为性而改变参与者的行为。

(3) 根据程序形式化的程度,可把观察分为可控观察和无控制观察。无控制观察不预先确定要观察对象的观察内容,也没有严格的计划,只需确定的是要观察的客体本身。可控观察是预先确定要观察的因素并加以关注。

要顺利完成观察,第一,观察前,要明确观察目的,制订观察计划,选好对象,做好准备;第二,观察既要全面了解,又要重点深入,并认真做好记录;第三,认真整理、分析、概括、总结观察结果。

观察法使用方便,但由于获得的更多是一些表面信息,因此,在实际使用时,必须和其他方法结合起来。

2. 调查法

调查法是指通过调查这种方式,了解并分析被调查者心理和行为现象的方法。通过该方法,可以了解组织成员对所在组织和所担负工作的满意程度,以及影响组织成员积极性的因素等。许多公司还可以用这种方法发现顾客喜爱购买哪些商品;国家也可以通过这种调查了解民意,为制定和修改某些政策提供依据。调查法可以采取多种手段,常用的方法包括:

(1) 问卷调查法。即运用严格设计、内容明确的调查表,让被调查者根据个人情况自行选择回答,并以此来分析被调查者的心理与行为。这种方法可以在很大的范围内进行调查,而且花钱花时不多;回答问题的人可以不写明姓名,这使被调查者敢于如实回答一些敏感的或关于本人的问题;同时,这种调查方法在数据统计方面亦有相当大的优势。其缺点是:问卷调查法缺乏个性,所有的被调查者使用同样的问卷;对一些问题不能进行深入的回答;问卷的回收率

较低;容易了解被调查者的态度和想法,却不易了解其行为。

常用的问卷调查表的格式有三种,即是非法、选择法和等级排列法。

是非法要求被调查者根据自己的情况,对每个问题必须做出“是”或“否”的回答。

例:你对现在的收入满意吗? 是☐ 否☐

你经常和管理者沟通吗? 是☐ 否☐

选择法是在问卷中有两种或多种假设性提问,要求被调查者按个人实际从中选择一个答案。

例:我喜欢的领导方式是:A. 民主型; B. 专制型; C. 放任型。

等级排列法是指在问卷中列出可供选择的多种答案,要求被调查者按其在自己心目中的重要程度依次排序的方法。

例:我工作的主要目的是:增加工资、获得奖金、继续拥有这个工作、获得良好的人际关系、评为先进、职务晋升、组织发展、提高能力、实现自我、报效祖国……

(2) 面谈法。研究人员通过与被调查者面对面交谈来了解被调查者的心理状态的研究方法。其优点是信息的回收率高,通常在80%—95%之间。而且由于面对面地谈话,被调查者可以做解释,因此,所得的反应也较丰富、确切。但面对面谈话往往会给人增加心理负担,使人产生防御心理,所以要求研究者具备一定的谈话技巧。另外,面谈较费人力和时间。

(3) 电话调查法。通过电话交谈来获取相关资料的方法。优点是花钱花时较少,而且能调查较多的人。但是这种方法也有缺点,它不像面谈法那样可以采取多种方式详细询问和解释问题,使被调查者对问题容易产生误解。

(4) 网络调查法。通过网络发布问题并且收集信息来了解员工心理和行为的方法。它的优点是快捷、覆盖面广。但网络调查的真实性还需进一步分析。

3. 实验法

实验法是有目的、有计划地通过严格控制或创设一定的条件来诱发被试产生心理和行为变化的一种方法。实验法一般分为实验室实验法和现场实验法。实验室实验法是指在实验室内可控制条件下进行的,通常研究的变量也是有限的。现场实验法是在现场自然条件下适当控制自变量,对其他无关变量不加控制的实验方法。

4. 心理测验法

采用标准化的心理测验量表对被试有关心理或行为特征进行测定、分析的方法。例如,性格测验、能力测验、态度测验、情绪智力测验以及人际关系测验

等,均属于此类方法。在组织人力资源开发与管理中,心理测验经常被使用在人员选拔、提升、考核等多个方面。使用心理测验法,一定要注意测验的信度和效度等问题。

测验的信度即可靠性,它是反映被测特征的真实程度的指标,有人称之为测验的准确性,也有人把信度作为测验结果的稳定性和一致性的指标。测验的效度是指心理测验的有效性,即测验得到的是不是所要测定的心理和行为特征,也就是,测验结果是否体现测验所预期的程度。

5. 个案法

个案法是对某对象在较长时间里进行调查、研究,以研究其心理和行为变化规律的方法。这种方法可以从多个角度、用多种方法对对象进行较长时间的研究,因此获得和掌握的信息也就更真实、更客观、更实际。但是,通过个案法得出的结论往往缺乏普遍性,因此,其他组织在借鉴和使用这种结论时,必须结合自己的文化特点和实际情况进行进一步的分析。

上述各种方法既有自己的优点,也有自己的缺点,在实际运用中,需根据实际情况采用多种方法相结合,取长补短,更为全面准确地了解和分析人的心理和行为的规律性。

第二节 管理心理学的产生与发展

一、管理心理学的产生

管理心理学的产生和发展经历了漫长的理论准备和实际应用的演变过程,它是在综合应用心理学、社会学、人类学、生理学、政治学等学科基础上发展起来的,因此它与这些学科密切相关。

1911年,弗雷德里克·泰勒(Frederick Taylor, 1856—1915)的《科学管理原理》一书的出版,标志着管理学成为一门独立的科学。1912年,被称为“工业心理学之父”的雨果·芒斯特伯格(Hugo Munsterberg)出版的《心理学和工业效率》一书标志着工业心理学的创建。1914年,莉莲·吉尔布雷斯出版《管理心理学》,第一次使用了“管理心理学”的名称。她力图把早期心理学的概念应用到科学管理的实践中去,但这本著作当时并没有引起人们的足够重视,未成为一门学科。

在第二次世界大战前,美国用于工业领域的心理学一直被称为“工业心理学”(Industrial Psychology)。当时,工业心理学主要是对工作中的个体差异进行测定,以个体作为研究对象。1927—1932年埃尔顿·梅奥(Elton Mayo)在西方