

21 世纪高等教育教材

管理心理学

管理心理学主要对组织管理活动中人的行为规律以及潜在心理机制进行研究,是介于管理科学与心理学之间的边缘性、交叉性学科。它既是心理学的重要分支,也是管理学的重要组成部分。

本教材适于我国普通高等院校工商管理学、心理学、社会学等专业学生的学习,也可供对该学科感兴趣的其他专业学生或者企业员工自学时使用。

GUANLI XINLIXUE

知识产权出版社

管理心理学

聂 晶 编著

知识产权出版社

内容提要

管理心理学主要对组织管理活动中人的行为规律以及潜在心理机制进行研究,是介于管理科学与心理科学之间的边缘性、交叉性学科。它既是心理学的重要分支,也是管理学的重要组成部分。

本教材适于我国普通高等院校工商管理学、心理学、社会学等专业学生的学习,也可供对该学科感兴趣的其他专业学生或者企业员工自学时使用。

责任编辑:刘 睿

责任校对:董志英

装帧设计:段维东

责任出版:卢运霞

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学 / 聂晶编著. —北京:知识产权出版社, 2010. 1

21 世纪高等教育教材

ISBN 978 - 7 - 80247 - 635 - 6

I. 管… II. 聂… III. 管理心理学 - 高等学校 - 教材

IV. C93 - 05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 209954 号

21 世纪高等教育教材

管理心理学

聂 晶 编著

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010 - 82000860 转 8104/8102

责编电话: 010 - 82000860 转 8113

印 刷: 北京市兴怀印刷厂

开 本: 720mm × 960mm 1/16

版 次: 2010 年 1 月第一版

字 数: 347 千字

ISBN 978 - 7 - 80247 - 635 - 6/C · 098 (2754)

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010 - 82005070/82000893

责编邮箱: liurui@cnipr.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 19.5

印 次: 2010 年 1 月第一次印刷

定 价: 32.00 元

出版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

前 言

管理心理学主要对组织管理活动中人的行为规律以及潜在心理机制进行研究,是介于管理科学与心理科学之间的边缘性、交叉性学科。它既是心理学的重要分支,也是管理学的重要组成部分。管理心理学不仅是我国普通高等院校心理学专业学生的必修课程,也是工商管理专业中与人力资源管理、组织行为学等课程相配套的系列课程。

本教材适于我国普通高等院校本专科工商管理学、心理学、社会学等专业学生的学习,也可供对该学科感兴趣的其他专业学生或者企业员工自学时使用。

为了帮助读者充分、合理地使用本教材,以达到最好的教学或学习效果,特将本教材的特色介绍如下。

第一,着重研究个体心理特点在管理过程中的作用。

作为心理学和管理学的交叉学科,管理心理学与人力资源管理、组织行为学等课程有不少相同的研究领域,为避免出现内容上的重复,在力求做到结构完整、内容充实的前提下,本书更突出个体心理学的研究。教材使用者如果能将本书与其他管理类教材或书籍配合使用,可以达到更好的学习效果。

第二,文风通俗顺畅,形式活泼多样,便于教学使用。

教材在结构、内容上力求严谨翔实,以帮助教师达到“传道、授业、解惑”的目的。但是,本教材的文风、体例不同于其他教材,它更注重激发学生的兴趣和好奇心,引导学生思考、辩论,从而增强了课堂教学的可用性。

建议教师在每章内容开始之前,利用趣闻导读激发学生的好奇心和兴趣,为课堂学习做好铺垫。每章结束后的补充阅读教材可以用来引导学生的思辨能力,教师可以安排学生分组讨论或者辩论,以巩固课堂教学内容。

第三,理论与实践相结合,注意增强学生解决问题的能力。

教材在很多章节都增加了案例,采用现代管理中的案例具体地说明组织中心理管理的问题与方法。教师可以适当地进行扩展,运用现实生活中的实际案例考察学生的理论运用能力和解决问题的能力。

第四，学习知识与自身探索、体验相结合，帮助学生提升自身素养。

本教材有一个重要目的，就是让学生在学习相关知识的同时，增强对自身的了解，提升自身修养和素质。

不少章节后都设置了测试题，这不仅能增加学生的学习兴趣，更能直接增加学生对自身的了解，从而帮助他们推己及人，更好地理解他人。这对学生增强自信、融洽人际关系以及做好未来规划有重要意义。

全书主要由聂晶负责编写、统稿，其中第四章、第九章由陈建萍编写，陈琪明、黄飒蒨两位同学在部分章节的资料搜集过程中也给予了大力支持。

本教材在编写过程中参考并引用了专家学者的大量研究成果，多数已经在书后的参考文献中有所标注。在此，对所有文献的作者表示衷心的感谢！另外，知识产权出版社的刘睿编辑在本书的出版过程中付出了大量心血和精力，在此也表示感谢！

本教材得到上海大学教材建设基金、上海大学悉尼工商学院学术出版基金的资助，特此感谢！

由于编者水平有限，书中难免出现疏漏或错误之处，恳请专家、学者和广大读者批评指正！

聂 晶

2009 年 10 月

目 录

第一章 管理心理学概述	(1)
第一节 管理心理学的研究对象和内容	(2)
一、管理心理学的研究对象	(2)
二、管理心理学的研究内容	(2)
第二节 管理心理学的学科性质	(4)
一、管理心理学的学科性质	(4)
二、管理心理学与组织行为学	(4)
第三节 管理心理学的研究原则和方法	(6)
一、管理心理学研究的基本原则	(6)
二、管理心理学的研究方法	(7)
第四节 管理心理学的历史沿革	(12)
一、管理心理学产生的历史背景	(12)
二、管理心理学的产生与发展	(13)
第二章 管理心理学的基础理论	(21)
第一节 管理心理学的哲学基础	(22)
一、人性理论	(22)
二、马克思主义的人学基本观点	(33)
第二节 管理心理学的管理学基础	(35)
一、管理的定义	(35)
二、管理理论的发展	(36)
第三节 管理心理学的心理学基础	(42)
一、什么是心理	(43)
二、心理学基础理论	(46)
第三章 个性心理特征	(53)
第一节 个性概述	(54)
一、什么是个性	(54)
二、个性的基本特征	(56)
三、个性的结构	(57)

四、个性的形成与发展	(58)
第二节 气质	(60)
一、气质概述	(60)
二、气质的学说	(60)
三、气质的类型	(64)
四、正确认识气质差异	(68)
五、气质在管理实践活动中的作用	(69)
第三节 性格	(72)
一、性格的概念	(72)
二、性格与气质的关系	(73)
三、性格的特征	(74)
四、性格的类型理论	(76)
五、性格的特质论	(80)
六、性格的形成和发展	(81)
七、性格与管理	(88)
第四节 能力	(89)
一、能力概述	(89)
二、能力和知识	(90)
三、能力的种类	(90)
四、智力和智力结构	(92)
五、能力的个别差异	(92)
六、能力发展的影响因素	(94)
七、能力与管理	(97)
第四章 价值观与态度	(102)
第一节 价值观	(102)
一、价值观的概念	(103)
二、价值观的作用	(104)
三、价值观类型	(104)
四、当今中国劳动者的主导价值观	(107)
五、工作价值观与企业价值观	(108)
六、价值观与管理	(109)
第二节 态度概述	(110)
一、态度的概念	(110)

二、态度的心理成分	(111)
三、态度与价值观	(111)
四、态度与管理	(112)
第三节 态度的理论	(113)
一、学习理论	(113)
二、认知论观点	(115)
三、功能理论	(117)
第四节 态度的形成和改变	(118)
一、态度的形成	(118)
二、态度形成与改变的理论	(120)
三、如何转变员工的态度	(122)
第五节 态度的测量	(124)
一、量表法	(125)
二、问卷法	(127)
三、投射法	(127)
四、行为观察法	(128)
五、生理反应法	(128)
第五章 知觉与归因	(131)
第一节 知觉	(132)
一、知觉概念及特征	(132)
二、影响知觉的因素	(135)
三、知觉的防卫机制与错觉	(137)
第二节 社会知觉	(139)
一、社会知觉的概念及特点	(139)
二、社会知觉的分类	(140)
三、社会知觉的过程	(144)
四、社会知觉的偏差	(145)
第三节 归因理论	(149)
一、归因的概念	(149)
二、归因理论	(149)
三、归因偏差	(152)
第六章 需要与动机	(155)
第一节 需要	(156)

一、需要的概念	(156)
二、需要的特点	(157)
三、需要的分类	(159)
四、需要的满足与管理	(161)
第二节 动机的概念	(164)
一、动机概述	(164)
二、动机的特点	(164)
三、动机的功能	(165)
四、动机的分类	(167)
五、个人动机的影响因素	(169)
六、动机与行为效率	(170)
第七章 激励行为	(173)
第一节 激励概述	(174)
一、激励的概念	(174)
二、激励的作用	(174)
三、激励的方式	(176)
四、激励理论的分类	(178)
第二节 内容型激励理论	(178)
一、马斯洛的需求层次论	(178)
二、奥德弗的 ERG 理论	(181)
三、赫茨伯格的双因素理论	(183)
四、麦克莱兰的成就需要理论	(185)
五、内容型激励理论的关系	(187)
第三节 过程型激励理论	(189)
一、弗卢姆的期望理论	(189)
二、亚当斯的公平理论	(193)
三、洛克的目标设置理论	(197)
第四节 行为改造型激励理论	(200)
一、强化理论	(200)
二、挫折理论	(203)
第八章 群体行为	(208)
第一节 群体与群体心理	(209)
一、群体的概念	(209)

二、群体的类型	(209)
三、群体发展的五阶段模型	(212)
第二节 群体行为	(213)
一、社会促进与社会干扰	(214)
二、责任分摊	(216)
三、社会惰化	(216)
四、从众行为	(217)
五、逆反心理	(219)
六、暗示、模仿和感染	(220)
第三节 群体的结构和功能	(221)
一、角色	(221)
二、规范	(222)
三、地位	(223)
四、规模	(223)
五、凝聚力	(224)
第四节 群体决策	(225)
一、群体决策的概念	(225)
二、群体决策的特殊现象	(226)
三、群体决策法	(227)
第九章 人际关系	(230)
第一节 人际关系概述	(231)
一、人际关系的含义	(231)
二、人际关系的心理结构	(231)
三、人际关系的类型	(232)
四、人际关系建立和发展的阶段	(233)
五、人际关系与管理	(233)
第二节 人际关系的理论	(234)
一、人际关系的三维理论	(234)
二、社会交换理论	(235)
三、公平理论	(236)
第三节 人际吸引	(236)
一、影响人际吸引的因素	(236)
二、人际吸引的特点	(239)

第四节 人际交往的模式	(240)
一、爱利克·伯奈的4种人际交往模式	(240)
二、伯恩PAC理论下的交往模式	(241)
三、李雷的8种交往模式	(242)
四、霍尼的3种人际交往模式	(244)
第五节 人际冲突	(244)
一、人际冲突的含义	(244)
二、冲突的类型和根源	(245)
三、冲突的过程	(246)
四、冲突的结果	(247)
五、冲突的管理	(248)
第六节 人际关系能力的培养	(249)
一、端正对人际关系的看法	(249)
二、改变不良的人际反应特质	(250)
三、恪守人际交往的基本原则	(250)
四、训练和培养人际技能	(250)
第十章 领导理论	(256)
第一节 领导概述	(257)
一、领导的概念	(257)
二、领导权	(258)
第二节 领导理论	(260)
一、领导特质理论	(260)
二、行为理论	(262)
三、权变理论	(264)
四、领导理论的新观点	(270)
第十一章 组织理论	(274)
第一节 组织结构	(274)
一、组织结构的6个要素	(274)
二、一般的组织结构设计	(280)
三、组织设计的新方案	(283)
第二节 组织文化	(285)
一、组织文化的概念与分类	(285)
二、组织文化的作用	(287)

三、组织文化的创造与维系	(288)
四、员工怎样学习组织文化	(289)
第三节 组织变革	(290)
一、组织变革概念	(290)
二、组织变革的阻力及克服	(291)
三、组织变革的推行	(293)
参考文献	(298)

第一章 管理心理学概述

【本章目标】

- (1) 了解管理心理学的研究对象及研究内容；
- (2) 理解管理心理学与心理学、管理学、组织行为学等学科的关系；
- (3) 了解管理心理学的研究原则；
- (4) 掌握管理心理学的研究方法；
- (5) 了解管理心理学的发展阶段。

【案例】

问题出在哪里？

珍妮是圣迪亚医院的护理部主任，她负责管理着 10 名值班主管和 100 名注册护士及护士助理。

星期一早上，珍妮像往常一样，早早地来到医院。她看到一大群护士正三三两两地聚集在一起，激烈地讨论着。

当护士们看到珍妮走过来时，立即停止了交谈，并且都冷漠地注视着她们。珍妮明白了，自己正是她们谈论的主题，而且所说的也不像是什么赞赏之辞。

“她们到底在谈论什么呢？”珍妮迷惑不解地走进自己的办公室。

半分钟后，一名值班主管艾丽丝走进了珍妮的办公室。她直言不讳地说：“珍妮，上周你发出的那些辞退信对人们打击太大了，现在每个人都心烦意乱的。”

“有什么不对吗？”珍妮问道，“这是主管会议上大家一致同意的，我只不过是在执行这项决议。”

“可是没想到你会这么做，我们主管以为你会直接找那些护士谈话，谨慎地透露这个坏消息，并允许她们提出疑问。那样的话，可以在很大程度上减少对她们的打击。而你却直接给她们寄了辞退信，并且寄到了家里。这些护士收到你的信后，整个周末都处于极度焦虑之中，她们打电话告诉了自己的朋友和同事，现在传言四起，整个医院人心惶惶，你说应该怎么办呢？……”

管理心理学是对组织管理活动中人的行为规律及其潜在心理机制进行研究的一门学科。它是介于管理科学与心理科学之间的边缘性、交叉性学科，既是心理学的重要分支，也是管理学的重要组成部分。随着相关理论不断完善以及应用范围的逐步扩大，管理心理学已成为一门独立的学科，而且在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。

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

管理心理学是研究组织管理过程中人的行为规律及其潜在的心理机制，并使用科学的方法改进管理工作，最大限度地提高工作效率和管理效能，实现组织目标与个人全面发展的一门学科。它运用管理学、行为学、心理学、社会学、生理学等学科的一般原理，研究和揭示管理实践中各种心理现象的发生、发展及表现的规律。

管理心理学的研究对象是管理活动和管理过程中人的行为规律以及潜在的心理机制。也就是说，管理心理学既探索人的行为规律，又揭示其背后潜在的心理机制。一方面，行为是在心理活动的指导下进行的，是心理活动的外在表现，要了解人的行为，关键就是揭示人的心理机制；另一方面，心理是通过行为表现的，要揭示人的心理规律，必须分析人的外在行为。因此，管理过程中人的行为和心理机制都是管理心理学的研究对象。

管理心理学的研究范围是组织管理活动中人的行为与心理。管理心理学将研究范围限定在组织管理活动的特定情境中，而非一般情境下人的行为与心理。

管理心理学的研究目的是在掌握组织管理活动中人的行为与心理后，运用科学方法改进管理过程，不断提高生产效率和管理效能，实现目标与个人的全面发展。它的研究目的是将理论应用于管理实践。

二、管理心理学的研究内容

一般来说，管理心理学从个体、群体、组织、领导四个方面分析和研究组织管理中人的心理和行为。

（一）个体心理

组织由众多个体组成，个体的积极性、主动性发挥如何，会直接影响群

体、组织以及整个工作的活动效率。对个体心理进行研究是管理心理学的重要课题之一。

个体心理与行为包括个体的心理过程、个性的心理特征、个性的心理倾向。具体而言,个体的心理过程包括认知、情感和意志过程;个性的心理特征包括气质、性格、能力与管理;个性的心理倾向包括需要、动机、价值观、态度与管理。

管理心理学通过对个体心理的研究,揭示个体间的差异,为管理者用人、管理人提供理论依据,并为提高对人的行为预测、控制和引导提供方法指导。

(二) 群体心理

群体心理是群体成员在共同活动中表现出来的心理活动和行为规律。群体并非个体的简单相加,而是具有心理交互影响、相互作用的有机整体。

群体心理的研究内容包括群体的规范、压力和凝聚力;群体中的人际关系;群体的冲突和沟通等。另外,团队是现代企业的一个重要群体形式,是现代管理心理学研究的重要内容。

(三) 组织心理

组织是群体或个体存在的形式,组织状况直接影响群体或个体的行为效率。组织心理主要研究个体、群体与组织的关系,探讨何种组织更有利于激发个体动机、更好地实现组织目标。

组织心理的研究内容包括组织类型和结构、组织的变革和发展、组织文化建设等。

(四) 领导心理

领导心理和行为是影响个体、群体和组织心理与行为的关键,是影响工作效率和组织发展的核心要素。

领导心理研究的内容包括领导的行为与功能、领导者的影响力、领导理论、领导者的素质与心理特征等。

管理心理学正是通过对上述内容的研究,完成以下4项任务:

(1) 帮助管理者最大限度地调动每个个体的工作积极性、主动性和创造性;

(2) 加强组织系统内群体的凝聚力,并发挥系统的整体功能;

(3) 通过对组织环境的分析和组织结构的优化设计,为组织系统内的每一个体提供最适宜的工作环境;

(4) 提高领导者的素质、威信和影响力,使管理者的管理水平最优化,

领导工作效率最大化。

第二节 管理心理学的学科性质

一、管理心理学的学科性质

管理心理学是介于管理科学与心理科学之间的边缘交叉学科，并与其他众多学科有密切关系。管理心理学的应用性很强，它的研究素材来源于管理实践，研究成果也将应用于管理实践。它既有自然科学的性质，又有社会科学的性质。

（一）管理心理学与心理学

管理心理学是心理学的一个重要分支。它与心理学是个别与一般、特殊与普遍的关系。心理学是研究人的心理现象和行为规律的科学，其研究内容是人的一般心理过程和个性心理。心理过程包括认知（感觉、知觉、记忆、思维）、情感和意志；个性心理包括个性的倾向性（动机、态度、价值观、兴趣）和个性的心理特征（能力、气质、性格）。

管理心理学研究的是组织管理活动中人的行为和心理。它是心理学的一个分支，运用心理学所揭示的一般心理活动规律来了解和解决管理活动中人的心理问题，是心理学的一般规律在管理活动中的具体运用或具体化。

（二）管理心理学与管理学

管理学是研究管理活动过程及规律的科学，它是由管理理论、智能、原则、方法等一系列理论组成的科学体系，是由社会科学、自然科学、技术科学相互渗透而形成的综合学科。

管理心理学研究的是组织管理活动中人的行为及心理，主要研究管理过程中的心理问题。管理学注重宏观组织层面问题，管理心理学更注重微观个体层面的问题；管理学重视外在行为层面问题，管理心理学更注重内在心理层面的问题。因此，管理心理学是管理学的重要组成部分。

二、管理心理学与组织行为学

管理心理学与组织行为学之间有非常密切的联系，但也有一定的区别。

（一）管理心理学与组织行为学的区别

管理心理学与组织行为学的研究对象、理论基础、形成背景都不同。

1. 研究对象不同

管理心理学着重研究管理过程中人的心理和行为，既包括外在的、可观

测的、可变的行为，也包括内在的、不可观测的、不可变的行为，它注重将心理学的原理应用于组织管理活动中；组织行为学的研究对象则是组织中人的外显行为，主要是那些外在的、可观测的、可变的行为，它的目的是对行为进行预测和控制。因此，管理心理学侧重于本源学研究，显得更抽象、理论化，而组织行为学侧重于现象学研究，显得更具体、直观和实用。

2. 理论基础不同

管理心理学是心理学的重要分支，其理论源泉主要是心理学，还有管理学、社会学等；组织心理学作为行为科学的分支，理论来源更多样化，不仅来自心理学，还有社会科学、行为科学、管理科学、自然科学、人类学、政治学、经济学等。

3. 形成背景不同

管理心理学的形成经历了长期的理论和实践准备。1912年，美国心理学家闵斯特伯格（H. Muensterberg）出版了《心理学与工作效率》，正式将心理学应用到工业管理中。1958年，美国心理学家利维特（H. J. Leavitt）正式提出了“管理心理学”的术语，并出版了第一本名为《管理心理学》的著作，管理心理学成为一门独立的学科。

组织行为学由行为科学发展而来。1949年，行为科学一词开始出现，到20世纪60年代，美国开始了工业和组织心理学的研究，形成了组织行为学。到20世纪80年代，组织行为学开始分为宏观组织行为学和微观组织行为学。目前，这一研究领域除了心理学家外，社会学家、人类学家以及语言学家、数学家也参与进来，形成一个跨众多学科的研究领域。

（二）管理心理学与组织行为学的联系

从组织行为学的发展来看，组织行为学可以看做是管理心理学的新发展。管理心理学与组织行为学在研究目的、对象、内容等方面是一致的。

1. 研究目的相同

管理心理学与组织行为学的研究目的基本相同，即通过对组织中人的心理与行为的研究揭示有关规律，并以此指导个体、群体或组织行为，不断促进管理工作科学化，持续提高工作绩效与管理效能，实现组织和人的全面发展。

2. 研究对象一致

尽管管理心理学与组织行为学的研究侧重点不同，但两者都将心理与行为作为自己的研究对象。管理心理学研究组织管理活动中人的心理特点和行为规律时，必须通过观察分析人的外部行为来达到推断内部过程的目的；组