

21

世纪管理科学文库

管理心理学

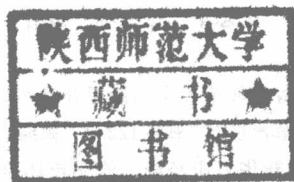
况志华 徐沛林 编著

南京师范大学出版社

GUANLIXIN LIXUE

管 理 心 理 学

况志华 徐沛林 编著



南京师范大学出版社

管理心理学

况志华 徐沛林 编著

*

南京师范大学出版社出版发行

(江苏省南京市宁海路 122 号 邮编 210097)

江苏省新华书店经销 溧阳市印刷厂印刷

*

开本 850×1168 1/32 印张 15.125 字数 380 千

1998 年 10 月第 1 版 1998 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—4500

ISBN 7—81047—240—2/F·9

定价:20.00 元

(南京师大版图书若有印、装错误可向承印厂退换)

前 言

随着社会主义市场经济体制的建立和完善,中国经济已经同世界经济接轨,开始表现出前所未有的朝气和活力,令世人瞩目。但毋庸讳言,由于种种因素和条件的制约,中国经济发展的历程仍然存在诸多问题和矛盾,如组织结构不合理,人力资源浪费严重,组织效益低下,竞争力不强等等。大量的事实表明,造成这些问题和矛盾的症结是管理问题。尽管经历了十几年的改革开放,中国的组织管理水平已经得到了长足发展,然而传统计划经济体制遗留下的问题并未得到根本解决。同发达国家相比,中国的组织管理水平,总体而言还比较落后。因此,促进管理的现代化是使中国经济得到持续发展的重要前提和保证。

管理的现代化核心是管理观念的现代化。传统的管理观念强调对于财与物的管理,而把人力资源仅仅看作是机器的附庸,主张采用专制、压服的手段来管理人。这种重物轻人的管理思想,严重影响和制约了人力资源潜能的发挥和生产效率的提高。现代组织管理的理论与实践表明,人力资源乃是组织中最重要资源。重视人的因素,发挥人的积极性、主动性和创造性,发掘人的潜力是组织管理取得成功的核心和关键。这是因为人是组织行为的主体,组织的其他资源既是人行为的工具,亦是人行为的产物;组织中人的行为是组织行为的基本构成成分,因此,管理人实际上是组织管理的核心。而且人是活生生的生产力,人力资源有着其它资源不具备的弹性。有效的管理手段和策略能够充分发掘人的潜力,提高生产效率;反之则容易造成人力资源的浪费和生产效率的下降。提高组织运作的效率和效能,表面上是组织投入、运作和产

出的优化,而实质上则是人力资源管理的优化。

树立以人为中心的管理思想,在组织管理活动中强调人的主体作用,注重调动人的工作积极性、主动性和创造性,发挥人的潜能,以有效地实现组织目标,取得最好的效益,是管理心理学研究的中心内容,也是现代管理观念的精髓。转变管理观念就是要舍弃那种把管理简单地看成一种权力或权威的传统管理观,树立以人为中心的现代管理观。

以人为中心,首先应重视研究和掌握组织成员的心理与行为规律。只有做到这一点,管理者的决策与管理才能适应职工的心态与需求,才能持续激发职工的工作热情和积极性。其次应重视研究和掌握群体的心理与行为规律。任何组织都是由若干群体构成的,个体一旦通过某种方式构成群体,便会形成群体特有的行为规范和模式。工作群体的凝聚力、士气、人际沟通和人际关系状况,将直接影响和左右着组织目标的实现。第三应重视研究和掌握组织的心理与行为规律。组织是一个开放的、动态的系统,研究组织行为核心就是探讨组织应如何适应环境需要,深化自身的改革,促进组织的发展,以提高组织的运作效能。最后还应重视研究和掌握领导的心理与行为规律。领导是组织的灵魂,是影响组织运作的效率和效益的关键因素。研究领导行为,有助于转变管理观念、提高领导素质、改进领导艺术,并增强领导效能、发挥领导者的核心作用。

本书正是基于上述思想,在充分参考和借鉴国内外管理心理学及相邻学科的经典理论和研究成果的基础上,结合笔者多年来对中国工商组织管理心理方面的研究与体会编著而成。在编写过程中,笔者自始至终力图使本书不仅具有理论性、科学性,而且具有现实性和可操作性。换句话说,作为一门应用性很强的学科,《管理心理学》不仅是大学教育的教科书,更应该是各级各类组织管理人员自我提高、自我完善的参考书。因此,同中国组织管理的

实际相结合、同改革开放的形势相结合、同市场经济体制的建设和发展相结合,是本书希望体现的一个重要特色。

本书共分六篇十三章,由基本原理、个体心理、激励原理、群体心理、组织行为、领导行为等内容构成。其中第一、第二、第三篇由况志华执笔;第四、第五和第六篇由徐沛林执笔。最后由况志华和徐沛林共同定稿。

本书的主要内容曾先后在兵总青干班、南京理工大学经济管理专业研究生课程进修班和人文专业本科班以及一些在职干部学历教学班上讲授过,得到了有关方面的肯定、支持和鼓励,在此谨致谢意。

本书引用和参考了国内外专家、学者的大量研究成果,在编写和出版过程中,得到了南京师范大学出版社张留芳社长,徐蕾主任的大力支持,姚海明教授作为本书责任编辑付出了艰辛的劳动,在此一并致以诚挚的感谢。

由于我们的水平所限制,书中难免存在许多问题和疏漏,敬请专家和读者提出批评意见,以利于修改和完善。

作者

1998年3月于南京

目 录

第一篇 基本原理

第一章 管理心理学概述	(3)
第一节 系统、组织及环境	(3)
一、系统	(3)
二、组织	(6)
三、环境	(10)
四、管理	(13)
第二节 管理心理学的对象、任务与方法	(15)
一、管理心理学的对象	(15)
二、管理心理学的内容	(17)
三、管理心理学的任务	(20)
四、管理心理学的研究方法	(23)
第三节 管理心理学与邻近学科的关系	(27)
一、管理心理学与管理学	(27)
二、管理心理学与行为科学	(28)
三、管理心理学与心理学	(30)
第二章 管理心理学的产生与发展	(32)
第一节 古典管理理论	(32)
一、工业化初期的管理思想	(33)
二、古典管理理论的形成	(35)
第二节 管理心理学的形成	(45)
一、工业心理学的兴起	(46)

二、霍桑实验与人群关系理论·····	(47)
三、管理心理学的发展·····	(53)
第三节 现代管理理论·····	(55)
一、管理科学理论·····	(55)
二、权变管理理论·····	(59)
第三章 管理心理学中的人性观·····	(61)
第一节 心理学中的人性观·····	(61)
一、心理学理论中的人性观·····	(62)
二、人性观对于心理学研究的影响·····	(64)
第二节 管理心理学中的人性观·····	(67)
一、人性观的含义·····	(68)
二、X理论与Y理论·····	(69)
三、超Y理论·····	(72)
四、经济人、社会人、自我实现人与复杂人假设·····	(74)
第三节 人性观评析·····	(84)
一、人性观的实质·····	(84)
二、人性观对组织管理的影响·····	(88)
三、关于人性观的评价·····	(90)

第二篇 个体心理与管理

第四章 社会认知与管理·····	(95)
第一节 认知与社会认知·····	(95)
一、认知·····	(96)
二、社会认知·····	(102)
三、社会认知的类型·····	(104)
第二节 印象与偏见·····	(111)
一、印象·····	(111)
二、偏见·····	(119)

第三节	社会认知规律与组织管理策略	(121)
一、	影响社会认知的因素	(122)
二、	适应认知规律,提高管理水平	(129)
第五章	个性与管理	(134)
第一节	能力与管理	(134)
一、	能力概述	(134)
二、	能力的结构理论	(137)
三、	能力的个别差异	(140)
四、	能力差异与组织管理	(142)
第二节	气质与管理	(147)
一、	气质概述	(147)
二、	气质的类型与鉴别	(150)
三、	气质差异与组织管理	(152)
第三节	性格与管理	(155)
一、	性格概述	(155)
二、	性格类型理论	(158)
三、	性格差异与组织管理	(160)
第六章	态度与管理	(163)
第一节	态度概述	(163)
一、	态度及其结构	(163)
二、	态度的特征	(167)
三、	态度的功能	(170)
第二节	态度的形成	(174)
一、	态度的形成与社会化	(174)
二、	影响态度形成的因素	(176)
三、	态度形成的过程	(179)
第三节	态度的转变	(181)
一、	态度转变的形式	(181)

二、影响态度转变的因素	(182)
三、态度转变的策略	(188)
四、态度转变理论	(194)
第七章 挫折与管理	(199)
第一节 挫折及其成因	(199)
一、什么是挫折	(199)
二、挫折与需要	(200)
三、挫折的成因	(202)
四、挫折反应的差异性	(206)
第二节 受挫反应	(208)
一、受挫反应的表现	(208)
二、自我防卫的形式	(210)
第三节 挫折的影响及管理对策	(218)
一、挫折对人的影响	(218)
二、管理工作中处置挫折的策略	(221)

第三篇 激励原理

第八章 需要、动机与激励	(231)
第一节 需要	(231)
一、需要的本质	(231)
二、需要的结构	(233)
三、需要的特征	(236)
四、我国国有企业职工的需要研究	(238)
第二节 动机	(241)
一、动机概述	(241)
二、动机与行为、目的的关系	(245)
三、动机的类型	(248)
第三节 激励	(250)

一、激励的实质	(250)
二、激励在组织管理中的作用	(252)
三、激励的方式	(253)
四、激励的过程	(255)
五、激励的一般模式	(260)
第九章 激励理论	(264)
第一节 内容型激励理论	(265)
一、需要层次理论	(265)
二、ERG 理论	(269)
三、成就需要理论	(272)
四、双因素理论	(274)
第二节 过程型激励理论	(278)
一、期望理论	(278)
二、公平理论	(282)
三、目标管理理论	(287)
第三节 行为改造型激励理论	(295)
一、强化理论	(295)
二、归因理论	(299)
第四节 综合型激励理论	(303)
一、波特和劳勒的激励过程模式	(303)
二、罗宾斯的综合激励模式	(305)

第四篇 群体心理与管理

第十章 群体心理	(311)
第一节 群体心理概述	(311)
一、什么是群体	(311)
二、群体的类型	(314)
三、群体的功能	(317)

四、非正式群体的管理	(322)
第二节 群体内部的互动行为	(326)
一、群体动力学理论	(326)
二、群体规范	(328)
三、群体凝聚力与生产效率	(332)
四、群体士气与生产效率	(337)
第三节 群体间的互动行为	(341)
一、群体间互动行为概述	(341)
二、群体间冲突	(345)
三、冲突的解决	(350)
第十一章 人际沟通与人际关系	(353)
第一节 人际沟通	(353)
一、什么是人际沟通	(353)
二、人际沟通的功能	(356)
三、人际沟通的形式	(359)
四、人际沟通的网络	(363)
五、人际沟通的障碍与疏导	(367)
第二节 人际关系	(373)
一、什么是人际关系	(373)
二、人际关系的类型与模式	(374)
三、影响人际吸引的因素	(377)
四、人际关系的改善	(381)

第五篇 组织行为

第十二章 组织行为	(387)
第一节 组织概述	(387)
一、什么是组织	(387)
二、组织的类型	(393)

第二节	组织的结构·····	(395)
一、	组织结构概述·····	(395)
二、	组织结构设计的原则·····	(398)
三、	组织结构的基本类型·····	(402)
第三节	组织改革·····	(409)
一、	组织改革的动力·····	(409)
二、	组织改革的阻力及其排除方法·····	(411)
三、	组织改革的过程与策略·····	(416)
四、	改革的目标与方法·····	(418)
第四节	组织发展·····	(420)
一、	什么是组织发展·····	(420)
二、	组织发展的特点和内容·····	(421)
三、	组织发展的形式·····	(422)
四、	组织发展的方向·····	(423)

第六篇 领导行为

第十三章	领导行为·····	(429)
第一节	领导概述·····	(429)
一、	领导、领导者与领导行为·····	(429)
二、	领导的类型·····	(434)
三、	领导体制的变化和发展·····	(436)
四、	领导的功能·····	(438)
第二节	影响领导行为的诸因素·····	(441)
一、	地位权力因素·····	(441)
二、	自然性影响力因素·····	(442)
三、	被领导者的心理效应·····	(444)
第三节	决策行为·····	(445)
一、	什么是决策·····	(445)

二、决策行为的原则与方法	(450)
第四节 领导理论.....	(453)
一、性格理论	(453)
二、行为方式理论	(455)
三、权变(或情境)理论	(459)
四、关于领导问题的新理论	(462)
主要参考资料.....	(465)

第一篇

基本原理

第一章 管理心理学概述

管理心理学是心理学的一个重要的分支,是将心理学的一般原理运用于组织管理行为过程的应用学科,所以管理心理学也称为组织心理学、组织行为学或组织管理心理学。它是研究组织系统中人员心理及规律,以充分调动组织成员工作积极性、主动性与创造性的科学。

本章将重点讨论管理学研究的对象、任务、方法等基本问题。

第一节 系统、组织及环境

管理是对组织系统的人力、物力、财力、科技、信息资源进行决策、计划、组织、指挥、协调和控制,以实现组织系统的目标的过程。心理是人脑对客观刺激的主观、能动的反映。管理心理学是研究管理过程中人的心理现象及其规律的科学。因此,在讨论管理心理学的内容之前,有必要首先讨论与之有关的几个问题,即系统、组织、环境及管理。

一、系统

现代管理理论习惯于运用系统论的观点来研究和讨论组织管理问题,把各级各类组织看作是开放的系统。

(一)系统的含义

系统是由两个以上相互联系、相互依赖、相互制约、相互作用的因素构成的结构和功能体系。系统无处不在。一个原子,一块