

<<管理心理学>>

图书基本信息

书名：<<管理心理学>>

13位ISBN编号：9787030269003

10位ISBN编号：7030269004

出版时间：2010-3

出版时间：科学出版社

作者：冉苒，苏宗荣 编著

页数：320

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;管理心理学&gt;&gt;

## 前言

伴随着我国的改革开放、外资企业的不断进入和示范，国外先进的管理理念和与之相应的管理方法不断影响和冲击着我国现有的管理方式。

为了更好地适应国际化的竞争，管理者除了关心战略、技术、资本、营销等运作外，对人的管理也被纳入重要的关注领域，因为决定组织核心竞争力的战略、技术、资本、市场营销等核心要素都是靠人来运作的。

对管理学科学性的重视，直接体现为各级各类教育机构开设了相应的管理专业，并配置了对应的课程体系。

作为管理学专业的基础课程，管理心理学或组织行为学教材如雨后春笋般涌现。

据保守估计，这类教材不下百种。

在起初的管理心理学或组织行为学教材中，有的直接将心理学的基本原理运用于管理，帮助解决管理的问题，纯心理学痕迹过重；有的直接翻译国外的教材，作为它山之石启发国人，对文化差异重视不够，总有隔靴搔痒之感；有的则属于两者的混合，部分取自心理学领域，部分取自国外的教材，比较牵强。

近年来，随着我国管理科学研究的不断深入，管理实践的探索越来越广泛，积累的成功和失败案例越来越多，我国学者和企业家对管理之道的悟性也越来越高，因此，基于文化背景的管理理论提炼越来越受重视。

迄今为止，尽管还没有形成中国式的管理理论和流派，但应该说不乏有一定影响力的思想。

写书其实是一件困难的事情：作为研究者，虽然在某一个或某几个领域有深入研究，但可能缺乏广度，难以满足学习者知识广泛性的要求；作为教师，虽然有知识的宽度，但可能缺乏对特定问题的深刻认识，而缺少前瞻性；作为管理者，写出的书案例多，可读性强，但可能缺乏专业理论背景，容易知其然而不知其所以然，且概念和逻辑体系安排可能混乱。

如果能将这三个方面尽可能多地结合，就可能写出一本有分量的管理心理学著作。

冉冉、苏宗荣二君近乎是这三个方面的最佳结合，他们既是研究者，又是教师，还有着较为丰富的管理实践经验。

因此，本人觉得呈现在读者面前的这本《管理心理学》有如下四个亮点： 第一，结构合理，内容丰富。

本书基本上是按照学科导入一个体心理—群体心理—组织心理的逻辑顺序逐渐推进的。

在学科导入部分，介绍学科特色、历史、人性假设等核心内容；在管理心理学基本内容部分，主要阐述个体心理、群体心理和组织心理规律以及这些心理规律与管理的联系，基本涵盖了管理心理学的所有领域。

## &lt;&lt;管理心理学&gt;&gt;

## 内容概要

本书从隐性和显性两个视角来确定自己的思路。

隐性即两个隐喻：一是管理者隐喻，管理心理学实际上是从管理者角度来思考问题的；二是文化隐喻，中国管理心理学必须考虑中西方文化差异。

显性即呈现给读者的文本，表现为“3+4+N”内容框架：“3”为3个基本问题，即管理心理学概论、管理心理学简史、管理心理学理论基点——人性假设，它们共同组成管理心理学的科学学问题；“4”为个体心理—群体心理—领导者心理—组织心理4个知识模块，它们相互关联且具有内在阶梯性；“N”为N个理论，4个知识模块中的任何一个问题都有自己的理论。

本书的特点是：在定位上，以一般意义的组织为对象，而不单以企业组织为对象。

在操作层面上，体现“新、实、美”。

“新”，表现为材料新，内容新，观点新。

引用的材料多具权威性和新近性；注重反映管理心理学的新进展，尤其注重反映中国学者的新成果；力求表达自己的新见解。

“实”，凸显心理学基本原理在管理实践中的应用，力戒“心理学+管理例子”或将组织管理贴上心理学标签。

凡引用皆注明出处，很少有“研究表明”之类查无实据的用语，体现求真务实的治学态度。

“美”，说理平实、实在，避免枯燥乏味；叙事深入浅出，通俗易懂，没有冗长晦涩之语句，力图给读者以美的享受。

本书可供高等院校管理学专业和应用心理学专业学生使用，也可供广大管理工作者和对管理心理学感兴趣的人士参考。

## &lt;&lt;管理心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

序	第一篇 导论	第一章 概论	第一节 管理心理学的对象与体系	第二节 管理心理学的地位与性质	第三节 管理心理学的任务与意义	第四节 管理心理学的原则与方法	第二章 管理心理学的产生与发展	第一节 管理心理学的产生	第二节 管理心理学的发展	第三节 中国管理心理学的产生与发展	第三章 管理心理学中的人性假设	第一节 人性与人性假设	第二节 管理心理学与人性假设	第三节 经济人假设与任务管理	第四节 社会人假设与参与管理	第五节 自我实现人假设与民主管理	第六节 复杂人假设与权变管理	第七节 文化人假设与共同价值观	第二篇 个体心理与管理	第四章 社会认知	第一节 社会认知概述	第二节 归因	第三节 对自我的认知	第四节 对他人的认知	第五节 社会认知偏差的预防	第五章 激励	第一节 激励概述	第二节 内容型激励理论	第三节 过程型激励理论	第四节 综合型激励理论	第五节 激励原则	第六节 激励方法	第六章 情绪	第一节 情绪概述	第二节 挫折与管理	第三节 工作压力与管理	第七章 态度	第一节 态度概述	第二节 态度形成与改变	第三节 态度测量	第四节 员工满意度	第三篇 群体心理与管理	第八章 群体心理概述	第一节 群体的一般概念	第二节 群体规模与结构	第三节 群体形成与发展	第四节 非正式群体及其管理	第九章 群体心理特征	第一节 群体规范与群体舆论	第二节 群体压力与从众行为	第三节 群体决策	第四节 群体凝聚力	第十章 群体冲突与沟通	第一节 群体冲突	第二节 群体沟通	第十一章 群体人际关系	第一节 人际关系概述	第二节 群体人际关系的类型与特点	第三节 影响群体人际关系的因素	第四节 群体人际关系的基本倾向与行为模式	第五节 群体人际关系的建立与发展	第六节 群体人际关系的维护与测量	第四篇 领导者心理与管理	第十二章 领导者心理	第一节 领导者概述	第二节 领导者影响力	第三节 领导者素质	第十三章 有效领导理论	第一节 领导特质理论	第二节 领导行为理论	第三节 领导情境理论	第五篇 组织心理与管理	第十四章 组织与组织结构	第一节 组织概述	第二节 组织结构	第三节 组织结构理论	第十五章 组织设计与组织变革心理	第一节 组织设计	第二节 组织设计的两大趋势	第三节 组织变革	第四节 组织变革的心理阻力与克服	第十六章 组织心理	第一节 组织社会化	第二节 心理契约与组织承诺	第三节 组织公民行为	第四节 组织文化	主要参考文献
---	--------	--------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	--------------	--------------	-------------------	-----------------	-------------	----------------	----------------	----------------	------------------	----------------	-----------------	-------------	----------	------------	--------	------------	------------	---------------	--------	----------	-------------	-------------	-------------	----------	----------	--------	----------	-----------	-------------	--------	----------	-------------	----------	-----------	-------------	------------	-------------	-------------	-------------	---------------	------------	---------------	---------------	----------	-----------	-------------	----------	----------	-------------	------------	------------------	-----------------	----------------------	------------------	------------------	--------------	------------	-----------	------------	-----------	-------------	------------	------------	------------	-------------	--------------	----------	----------	------------	------------------	----------	---------------	----------	------------------	-----------	-----------	---------------	------------	----------	--------

## &lt;&lt;管理心理学&gt;&gt;

## 章节摘录

一、管理心理学的学科地位 (一) 管理心理学与心理科学的关系 心理科学领域中的多门学科都与管理心理学有着广泛的联系, 不过, 与之联系最为紧密的是普通心理学和社会心理学。

1. 普通心理学 普通心理学是研究人的心理现象及一般规律的学科。它的研究范围主要包括人的心理过程、心理状态和个性心理。管理心理学要运用普通心理学所揭示的心理现象及一般规律, 并使之在管理中具体化。例如, 领导者的决策过程, 实际上是一个完整的思维过程, 而且涉及决策者的情感、态度、意志品质和价值观等。管理心理学在研究领导者决策时, 需要运用普通心理学所揭示的关于思维、情感、意志和价值观等方面的知识。

又如, 组织内部中层管理者的选拔与培训, 需要运用普通心理学关于能力、气质和性格等方面的知识。普通心理学与管理心理学是基本理论与具体应用的关系。

普通心理学是管理心理学的母体学科之一。

2. 社会心理学 社会心理学是研究一定社会情境中个体与群体相互作用规律的一门学科。它主要研究群体如何作用于个体, 个体又如何反作用于群体的规律和特点, 以及个体心理与群体心理之间相互影响的规律。

研究的内容包括: 个体在社会情境中的心理现象。

如社会知觉、社会动机、社会态度等。

人与人相互作用的心理机制。

如人际沟通、人际影响、人际关系等。

群体心理。

如群体规范、群体凝聚力、群体决策等。

此外, 社会心理学中的群体动力理论、人际关系理论、社会测量理论等都是管理心理学重要的基础理论, 对组织的领导班子建设、群体管理等具有重要指导意义。

可以说, 管理心理学是在社会心理学的影响和渗透下产生的。

(二) 管理心理学与邻近学科的关系 1. 管理学 管理学是研究管理过程中一般活动规律的科学。

它主要讨论管理中一些带有共性的、规律性的问题, 如管理的一般性质, 管理原则和方法, 管理过程与职能等。

管理学和管理心理学都立足于“管理”, 两者有密切联系, 但两者的侧重点不同, 前者研究“管理”本身, 后者研究管理活动中人的心理。

管理心理学是研究管理活动中的心理学问题, 因此从某种意义上说, 管理学是管理心理学的母体学科之一。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>