

<<管理心理学>>

图书基本信息

书名：<<管理心理学>>

13位ISBN编号：9787563911639

10位ISBN编号：7563911634

出版时间：2002-9-1

出版时间：北京工业大学出版社

作者：唐素萍,李强,李昌

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>

<<管理心理学>>

内容概要

管理心理学作为一门衔接人和管理的基础性学科，无疑其价值必须首先表现在学科的发展能否较好地回应时代的现实需求上。

本教材正是基于社会发展的现实背景，力图反映出社会经济发展的变化、人的变化以及相关管理制度的变化趋势来。

笔者以为，要创造能充分挖掘人所蕴涵的无穷智慧和创造力的制度，关键在于正确认识社会的发展趋势和人的本质特点。

因此，管理心理学就必须高度关注管理实践的发展，它不能单纯地成为心理学在抽象的管理实践中的一种注脚。

为了达到这样的目的，本教材尝试将经济学、管理学、心理学等多学科知识融为一体，并注意到公共管理在中国管理实践中的快速发展，希望从宏观的高度来把握管理心理学的发展趋势。

书籍目录

第一章 管理心理学的研究对象 第一节 什么是管理心理学 第二节 管理心理学研究的现实背景 第三节 学习管理心理学的现实意义 第四节 管理心理学的体系结构第二章 管理心理学的发展历史 第一节 管理心理学的理论起源 第二节 管理心理学开创阶段 第三节 管理心理学在不同国家的发展概况第三章 人的社会化 第一节 社会化概述 第二节 社会化过程的特点第四章 人性的假设与管理制度 第一节 “经济人”的假设与管理 第二节 “社会人”的假设与管理 第三节 “自我实现人”的假设与管理 第四节 “复杂人”的假设与管理第五章 心理学史上的三大流派对人的本质的理解 第一节 行为主义 第二节 精神分析理论 第三节 人本主义理论第六章 个别差异 第一节 个性 第二节 能力 第三节 气质 第四节 性格第七章 社会知觉 第一节 知觉 第二节 社会知觉 第三节 社会知觉的偏见和归因第八章 态度 第一节 社会态度 第二节 态度的形成与转变第九章 动机 第一节 动机概述 第二节 成就动机第十章 群体心理 第一节 群体的一般概念 第二节 非正式群体 第三节 群体行为的社会心理分析第十一章 群体动力 第一节 群体动力论 第二节 群体规范与压力 第三节 群体的冲突、合作与竞争第十二章 人际关系 第一节 人际关系概述 第二节 人际沟通 第三节 人际交往艺术第十三章 组织心理的基本理论第十四章 领导心理的基本理论第十五章 领导的影响力第十六章 激励第十七章 决策第十八章 创新

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>