

<<管理心理学>>

图书基本信息

书名：<<管理心理学>>

13位ISBN编号：9787301165355

10位ISBN编号：7301165358

出版时间：2010-1

出版时间：北京大学出版社

作者：朱吉玉

页数：298

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>

前言

《管理心理学》是北京大学出版社根据教育部《高等学校教学质量和教学改革工程》和《关于加强高职高专教育人才培养工作的若干意见》以及《关于开展高职高专教学改革试点工作的意见》的精神组织编写的高职高专教材。

本教材是高职高专工商管理专业系列教材之一。

它紧紧围绕高职高专工商管理专业培养岗位第一线所需要的能够直接上岗的管理专门人才的目标；坚持创新、改革的精神，体现新的课程体系、新的教学内容和教学方法；坚持以能力为本位，兼顾知识教育、技能教育和能力教育，以提高学生整体素质为基础的编写原则。

为此，本教材在内容和体例的设计上，设置了学习目标、趣味导读、小思考、补充阅读材料、案例、管理寓言等栏目，在每章章后设置中型案例分析、实践训练和心理小测验，并在全书后设置综合实训栏目，安排了大型案例分析和心理自测练习。

形式多样，内容活泼，以提高学生的学习兴趣和增强学习效果。

本书共有十章内容，分五个部分。

第一部分是管理心理学概述，主要介绍管理心理学的概念、研究对象、形成与发展及基础理论等内容；第二部分是个体心理，主要包括社会认知、个性、需要与动机、情绪、态度、挫折、激励等内容；第三部分是群体心理，主要包括群体的规范、压力和凝聚力、群体中的人际关系、群体的冲突与沟通等内容；第四部分是组织心理，主要包括组织结构与类型、组织的变革与发展、组织文化等内容；第五部分是领导心理，主要包括领导行为、领导者的影响力、领导理论、领导者的素质与心理等内容。

<<管理心理学>>

内容概要

《管理心理学》是高职高专工商管理专业系列教材之一。

它紧紧围绕高职高专培养岗位第一线人才为目标，以能力为本位，以提高学生整体素质为基础。

本教材在体例设计上形式多样，内容活泼：每章设置了学习目标、趣味导读、小思考、补充阅读材料、案例、管理寓言等栏目；章后设置中型案例分析、实践训练和心理小测验；在全书后还设置了综合实训，安排了大型案例分析和心理自测练习，以便提高学生的学习兴趣，增强学习效果。

本书适用于高职高专类工商管理专业学生作为教材使用，也可供相关专业人员参考阅读。

书籍目录

第一章 管理心理学概述 1.1 管理心理学的研究对象 1.1.1 管理心理学的概念 1.1.2 管理心理学的研究对象 1.2 管理心理学的产生和发展 1.2.1 管理心理学的产生和发展 1.2.2 我国管理思想和管理心理学的发展 1.3 管理心理学的研究任务和意义 1.3.1 管理心理学的研究任务 1.3.2 管理心理学的研究意义 1.4 管理心理学的研究原则和方法 1.4.1 管理心理学的研究原则 1.4.2 管理心理学的研究方法

第二章 管理心理学的基础理论 2.1 人性观基础理论 2.1.1 人性观基础理论 2.1.2 人性观理论在管理中的运用 2.2 管理学基础理论 2.2.1 管理的含义 2.2.2 管理理论及其发展 2.3 心理学基础理论 2.3.1 心理的实质 2.3.2 心理现象及其内容 2.4 行为学基础理论 2.4.1 人的本质 2.4.2 人的行为 2.4.3 近代行为科学的发展

第三章 社会认知与管理 3.1 认知概述 3.1.1 认知的含义 3.1.2 自我认知 3.1.3 社会认知 3.2 认知规律与管理 3.2.1 影响社会认知的因素 3.2.2 社会认知规律与管理 3.3 价值观与管理 3.3.1 价值观内涵 3.3.2 价值观的分类 3.3.3 价值观的作用 3.3.4 经营管理价值观 3.4 归因理论与管理 3.4.1 归因理论概述 3.4.2 归因理论与管理

第四章 个性与管理 4.1 个性概述 4.1.1 个性的含义 4.1.2 个性的特征 4.1.3 个性的形成与发展 4.2 气质与管理 4.2.1 气质概述 4.2.2 气质与管理 4.3 性格与管理 4.3.1 性格概述 4.3.2 性格与管理

第五章 需要、动机与管理 第六章 情绪、态度、挫折与管理 第七章 激励与管理 第八章 群体心理与管理 第九章 组织心理与管理 第十章 领导心理与管理 综合实训 参考文献

章节摘录

插图：2.管理心理学的形成工业心理学虽然把心理学引进了工业生产，对促进管理心理学的形成起了推动作用，但对这项研究活动只局限在个人心理领域，而没有注意到工作环境、人际关系等内容。一直到霍桑试验，才进一步把心理学、社会学、管理学等结合起来，真正开创了管理心理学的道路，使霍桑试验提出的“人际关系学”和勒温的群体动力学、马斯洛的需要层次论等，共同构成管理心理学的基础理论。

(1) 梅奥的“霍桑试验”及人际关系学说著名的“霍桑试验”，是于1924年至1932年在美国芝加哥郊外的西方电器公司的霍桑工厂进行的。

霍桑工厂是一个制造电话交换机的工厂。

在当时，这个工厂有比较好的福利待遇，如比较完善的娱乐设施、医疗制度和养老制度等。

但是工人们仍愤愤不平，生产效率不高。

为了探究原因，1924年11月，美国国家委员会组织了一个由心理学、管理学等多方面专家参加的研究小组，在该厂开展试验研究。

开始研究的中心课题是生产效率与工作物质条件间的关系，先后进行了照明试验、福利试验、访谈试验、群体试验等。

通过试验，最后得出的结论是：生产条件的变化固然影响劳动者的生产热情，但不存在直接的因果关系，也并非增加生产的第一要素；而改善劳动者的士气（态度）及人与人的关系，使人们心情愉快地工作，并对自己的工作感到满足，才是增加生产、提高工效的决定性因素。

1933年，霍桑试验的主要负责人梅奥出版了《工业文明中人的问题》一书，全面地总结了霍桑试验的结果，系统地提出了人际关系理论。

梅奥的人际关系学说，在企业管理领域有着重要的意义和深远的影响。

它第一次正式地把社会学、心理学引入到企业管理领域中来，因而有力地冲击了传统的管理理论，使管理者认识到他们的下属都是一些有思想、有情感的活生生的人，组织就是由这些具有不同心理特征的人组成的群体。

<<管理心理学>>

编辑推荐

《管理心理学》：21世纪全国高职高专财经管理类规划教材。

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>