

<<不懂心理学就当不好经理>>

图书基本信息

书名：<<不懂心理学就当不好经理>>

13位ISBN编号：9787563920112

10位ISBN编号：7563920110

出版时间：2008-11

出版时间：牧之 北京工业大学出版社 (2008-11出版)

作者：牧之

页数：330

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>

<<不懂心理学就当不好经理>>

前言

日本7-ELEVEN会长铃木敏文的名言强调：“现在最需要的不是经济学，而是心理学！”事实的确如此，心理学正日益引起工商界人士的重视。

2008年10月9日《经理人》杂志“2008年中国最佳MBA排行”在北京隆重揭晓。

在这份历时3个月调研完成的排名中，清华大学经济管理学院MBA项目连续三次获得第一名。

而从清华大学2008年发布的最新MBA课程设置计划里，我们可以看到创新精神、消费者心理学、领导魅力、应对职场压力、阳光心态等与心理学相关的交叉性学科培养方案是一个崭新的亮点。

<<不懂心理学就当不好经理>>

内容概要

《不懂心理学就当不好经理》以商用心理学的基本知识范畴作为核心内容，书中对经理人常用的商用心理学、交际心理学、管理心理学、顾客心理学、自我减压心理学进行了阐释和破译，可以帮助你更好地认识各种工作对象和自己的内心世界，有效地开拓商业人脉资源，并发掘自身的心灵潜力，永葆身心的健康！

<<不懂心理学就当不好经理>>

书籍目录

第1章 心理学入门知识第一节 什么是心理学 何谓心理 什么是心理学 心理学的研究内容 消除对心理学的误解第二节 心理学与生活的关系 心理和生活相互影响 心理学的生活应用领域第2章 心理学是高效能经理的必修课第一节 心理学与管理的关系 什么是管理 管理与心理的关系第二节 经理人学习心理学的入门性概念 智力 智商 情商 能力 能力倾向 人格障碍 健康人格 偏见 行为 动机 知觉 认知失调 思维 创造思维第三节 经理人应掌握的心理学效应 配套效应 首因效应 近因效应 晕轮效应 名片效应 鲑鱼效应 巴纳姆效应 马蝇效应 牢骚效应 青蛙效应 鲰鱼效应 登门槛效应 留面子效应 懒蚂蚁效应 毛毛虫效应 过度理由效应 自我参照效应 皮格马利翁效应第3章 学会分析和预测人的心理与行为第一节 理解人的行为模式 人的行为模式 人的行为的共同性 人的行为的差异性第二节 理解人的需求 人的五种基本需求 每一需求只需相对满足即可 基本需求的固定程度 人的需求是来自先天的本能还是文化的塑造 几种需求的完美和谐 认识员工不同等级的牢骚 需求层次、激励因素与管理措施第三节 理解人对成就的追求 人的三种高层次需要 通过增进成就来激励第四节 理解人对工作的态度 激励因素与保健因素 如何消除员工的不满第五节 理解人对工作的期望 工作动力的大小由什么决定 激励的期望模式 期望理论对管理的意义 以绩效为基础的工资管理办法受到普遍欢迎第六节 理解人对公平的感受 公平与激励 影响员工公平感的三类参照物 公平理论与报酬分配第七节 理解目标对人的意义 目标设置的原则 目标设置理论对管理的意义 目标设置增强成功驱动力第4章 成功经理人的心理素质第一节 经理人应具备的心理素质 具有良好的智力水平 能够正确地认识自己 具有饱满、稳定的情绪 具有坚强的意志 具有良好的人际关系 具有高尚的人格 具有强烈的事业心第二节 学会洞悉他人并感知自己 对员工的表情和性格的知觉 对自我角色的知觉第三节 优秀心理素质造就成功 了解心理素质状况有助于经理人选拔和聘用的科学性 优秀心理素质可以提高经理人运用领导艺术的能力 和谐的心理素质有助于领导团体的优化第四节 经理人心理素质的完整构建 气质：心理素质的生理因素 性格：心理素质的实践因素第五节 经理人优秀的心理素质 只有自信才能成功 意志乃成功基石 毅力是成功的钥匙 唯有乐观才能远离困境 克制是最高境界的心理素质第5章 成功经理人的心理建设第一节 做一个心理健康的经理人 心理健康的七项标准说 心理健康的十项标准说 心理平衡与心理健康 心理平衡自测 心理失衡 自我调节，保持心理平衡 保持心理平衡的十条秘诀第二节 学会掌控自己的情绪 什么是情绪 人的心理催生情绪 情绪影响人的心理 常见不良情绪及其危害 调适不良情绪的一般方法 防止不良情绪的传染 如何化解愤怒 转移你的情绪注意力 人生中最有力量的十种好情绪第三节 正确调整你的思维方式 影响问题解决思维的心理因素 克服思维定势暂时搁置法第四节 学会排解工作中的压力 压力并不一定是坏事 不良压力下的身体警讯 压力来自哪里 压力的危害 应对压力，把握自己第五节 学会调节不良心理状态 怎样克服虚荣心理 怎样克服自卑心理 怎样调节和克服空虚心理 如何矫正空虚心理 怎样克服自私心理 怎样克服和调节浮躁心理 怎样克服猜疑心理 怎样克服孤僻心理 怎样克服羞怯心理 怎样克服完美主义心理 怎样克服嫉妒心理 怎样克服和调节悲观心理 怎样克服报复心理 怎样克服和调节逆反心理 怎样克服和调节狭隘心理 怎样克服病态怀旧心理第6章 经理人职场成功的心理技巧第一节 塑造成功形象的心理技巧 恪守信用，立身之本 出色的工作塑造你的成功形象 有一位好配偶，给你的形象加高分 幽默的形象，让你“亮”起来 与杰出的成功者交往合作 牢记数字可以让人产生信赖感第二节 赢得别人信赖的心理技巧 刻意隐藏缺点是“欲盖弥彰” 放慢说话的速度，给人留下诚实的好印象 果断地表达你的观点 打电话给别人时，先问一句：“你现在有空吗？” 与其辩护，不如弥补 复述对方的问题可以表现自己的认真态度 满足对方不经意间流露出的愿望第三节 给人留下好印象的心理技巧 比别人抢先接电话可给人“做事积极”的印象 比别人早到公司可给人留下做事积极的印象 挺直腰杆快步走可给人留下精力充沛的印象 用力握手可以让对方感觉你很强大 坐沙发时，千万别“陷身其中” 边听边记笔记可让人感觉你在认真地听讲 卷起衣袖工作，可给人留下做事积极、有干劲的印象 签名的字体大一些，可以给人留下深刻的印象 边说边打手势可加强给对方的印象 和人定时间前先看记事本，让人感觉思维很缜密 点菜时犹豫不决，会给人留下判断力不足的印象第四节 展现个人才干的心理技巧 在发表意见之前，先说明意见的范围

<<不懂心理学就当不好经理>>

巧妙地利用“三” 将自己的“特点”归纳在三个以内，可以加深别人的印象 任何话都尽量在3分钟以内说完 巧用心理学中的“凝离效果” 对于畅销书就算没读过，别人提到时也要表现出感兴趣的样子 经常重复一些小命令可使对方觉得你是领导者 想让人觉得你是“大人物”，最好的方法就是将各种动作放慢 逆光走向对方会使人产生此人较“大”的感觉 直条纹的衣服可使你看起来较高 好笑就笑，不懂就承认，才不会让人觉得你反应迟钝 专精于某一件事，往往可以让人刮目相看 说出别人意料不到的话，可提高对方对自己的信任感 说话时直视对方的眼睛，可以给对方留下好印象 想让人感觉你的魅力，就应尽量作年轻的装扮

第五节 增加与他人亲密感的心理技巧 强调自己与下属有共同的目标，可以缩短彼此间的距离 与人初次相见，坐在他的旁边较易进入状态 尽量制造与对方身体接触的机会，可缩短彼此的心理距离 面带微笑地谈话更能拉近彼此间的距离 若与对方有共同点，就算再细微的也要强调 事先征求对方的意见，可使对方感受到被关切之情 指出对方的服装或饰物上的小变化，可使对方感觉我们在关心他 常用“我们”这两个字可以拉近彼此间的距离 会话中多叫几次对方的名字可以增进彼此间的亲近感 赞美对方较不易为人所知的优点，可以加深对方对你的好印象 每次见面都找一个对方的优点赞美，是拉近彼此间距离的好方法 见面时间长不如见面次数多 “投人所好”，可以加强对方的好感 表达感谢之意，写信比打电话好 想缩短与紧张者间的距离，可以采用稍微粗鲁的举动

第六节 赢得领导欣赏的心理技巧 精明强干，才会得到领导的器重 向领导请教，才意味着“孺子可教” 关键时刻，要为领导挺身而出 在领导面前不要吹牛皮 在领导面前不要计较个人得失 与领导获得心理上的默契 与不同类型领导相处的心理技巧

第七章 经理人日常工作中的心理技巧 第一节 人际沟通中的心理技巧 “蜂舞”法则 克服沟通中的心理障碍 理解别人并且让别人理解自己 沟通与交谈中忌讳的四件事 九大技巧提高你的沟通能力 第二节 谈判中的心理技巧 谈判时空的选择与运用 以诚相待，消除对方戒备心理 让步中的心理学 洞察心理，巧解谈判僵局 从举止、表情、言谈掌握对方的心理变化 研究谈判心理，提高谈判能力 第三节 工作会议中的心理技巧 会议场上十个忠告 让每个人都真正参与的心理技巧 主持会议的实用心理技巧

第八章 总经理应知道的心理学知识 第一节 总经理的领导素质 良好的品德 严格遵守职业道德 科学而合理的知识结构 良好的专业修养 良好的心理素质 富有远见 第二节 总经理的领导魅力 领导魅力是第一要诀 培养魅力需要立即就做 外部形象展现自己的魅力 正确的肢体语言让总经理魅力无穷 待人要和蔼可亲，平易近人 不能做一个伟大的人，也要做一个崇高的人 第三节 以人为本的管理 人本管理的概念 人本管理的原则 人本管理方式的内容 第四节 决策中的心理学 理解决策的定义 决策与魄力 决策与远见 决策与机会 决策与冒险 决策的正确思路 恰当地改变不适当的决策 避免个人独断一 群体决策要以个体心理为基础

第九章 营销经理应知道的心理学知识 第一节 了解顾客的心理需要与动机 顾客需要的一般分类 顾客的心理特性 消费者的特殊心理 顾客的购买动机 购买的心理阶段 第二节 掌握影响消费者心理的因素 社会大环境 家庭环境 商品 服务和购物环境 第三节 不同年龄的客户爱好不同 老年顾客 中年顾客 年轻夫妇 时尚青年 第四节 不同职业的顾客需要不同 专家 企业家 经济管理人员 公务员 工程师 医师 警官 大学教授 银行职员 普通职员 护士 商业设计师 教师 退休工人 农民 营销员 第五节 不同购买行为的顾客购买态度不同 理智型 冲动型 习惯型 选价型 情感型 不定型 第六节 不同性格的顾客处事方式不同 自以为是型 斤斤计较型 喜欢抱怨型 冷静思考型 借故拖延型 好奇心强烈型 滔滔不绝型 大吹大擂型 虚情假意型 生性多疑型 情感冲动型 沉默寡言型 先人为主型 思想保守型 内向含蓄型 固执己见型 犹豫不决型 精明理智型

第七节 一切从顾客的心理出发 真正摸透了顾客的心理才能打动顾客 设计令顾客满意的产品 以让顾客的某种需要得到满足为中心

第十章 人力资源经理应知道的心理学知识 第一节 招聘与选拔中的心理学应用 面试的基本项目及心理学应用 面试发问的技巧 面试追问的技巧 面试常见偏差及解决办法 面试者的预测能力和可信度 对应聘者求职动机的判断 对应聘者自信心的判断 对应聘者应变能力和分析判断能力的考察 第二节 管理成功倾向调查 概述 适用对象 使用说明 测试题本 结果分析 使用指南 第三节 员工满意度调查 概述 目的与功能 适用对象 使用说明 测试题本 结果分析 使用指南 第四节 员工需求调查 概述 目的与功能 适用对象 使用说明 测验题本 结果分析 使用指南 第五节 主管的激励类型调查问卷 概述 目的与功能 适用对象 使用说明 测验题本 结果分析 使用指南 第六节 员工性格类型与激励测验 概述 目的与功能 适用对象 使用说明 测验题本 结果分析 使用指南

<<不懂心理学就当不好经理>>

章节摘录

许多人对管理理论悲观失望：认为开明而民主的管理难以适应于员工，于是不得不重新回到权力主义的管理。

这里肯定是有原因的，什么原因呢？

因为管理部门经常做出了大量努力却仍然得不到感激，员工们的生活和工作条件虽然好转但仍然牢骚不断。

因此，管理部门会感到强烈的失望，认为自己的努力都打了水漂，徒劳而无益，结果就会放弃本来实质上是方向正确的管理。

但是，我们本不应当期待员工终止牢骚，而应当期待员工的牢骚会变得越来越高级。

也就是说，随着条件的改善，员工的牢骚将从低级牢骚发展到高级牢骚，然后再从高级牢骚最后发展到超级牢骚。

要是知道人的动机永无休止，随着条件的改善将不断向越来越高级的层次发展，就不会对牢骚有太大的误解了。

我们也应该记住，挫折也是分层次的，挫折从低级发展到高级也是一件好事情，反映了良好的社会状况、良好的个人发展状况的表现。

抱怨城市街道的规划不好，环保主义者四处抱怨草坪里的玫瑰花没有受到充分的照料，这些事情本身都是极好的，因为它体现了抱怨者们生活的高度。

为一朵花打抱不平说明抱怨者的肚子不饿，衣食不愁，也感觉很安全。

抱怨者不必担心禽流感和sARs病毒的传染，不必担心被强盗打劫，说明当地的保安系统和卫生系统的工作都很有效，说明政府运转正常，教育制度良好，以及其他种种的先决条件都已经满足。

我们的论点是：不应当简单地把高层次牢骚等同于其他牢骚，必须将它看成是所有先决条件已经得到满足的表现，这种满足使牢骚的高度在理论上成为可能。

如果一个明智的管理机构、明智的管理者深刻地理解了这一切，那么，这样的管理机构将会看到，条件的改善会提高上面论述过的牢骚层次和挫折水平，而不会指望改善了的条件将使一切牢骚消失。

这样，他们就几乎不会因为在耗费大量的人力物力之后，仍然有牢骚存在而感到失望和不满。

必须学会了解：这些牢骚是否在动机层次上已经提高了？

这对管理是真正的检验，当然，人们最终期待的也都是这种结果。

这意味着管理者必须学会对牢骚依旧存在的情况感到特别高兴，牢骚的存在不是问题，问题在于员工们的牢骚是否不断地在从较低级的水平向较高级的水平转化。

企业当然会出现一些特殊问题，其中之一是公平的问题。

仅仅是在这一点上，就会出现许多琐碎的牢骚。

例如，员工和别的同事会作比较，可能会有这样的牢骚：某人的笔记本电脑比自己的好，某人的工资比自己的高，甚至放在办公室里的桌子的大小、花瓶里花的多少也会引起牢骚。

在遇到这些情况时，管理者必须进行具体分析，逐一判断：它是在超越性需要层次关于公正的牢骚，还是仅仅表现了支配的需要，或者表现了在这个需要层次上的钻营、利用声望向上攀的努力。

<<不懂心理学就当不好经理>>

编辑推荐

请你试着《不懂心理学就当不好经理》放在枕边，在困惑或者闲暇的时候打开它。经理人业绩倍增与高效管理的“心”法则。

<<不懂心理学就当不好经理>>

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>