



《管理心理学》课程标准

课程名称: 管理心理学
所属专业: 工商企业管理
制 定 人: 高士强
制定时间: 2023年8月修订

日照职业技术学院



一、课程系统性设计思路

《管理心理学》课程是一门必修专业核心课。此课程根据职业岗位的需求和后续课程的应用，选择来自学习和实际工作岗位的案例作为教学载体，进行课堂教学情境设计和教学内容的组织。通过本课程的学习，使学生在掌握管理学基础知识的基础上，进一步掌握管理专业所必需的管理心理学的基础知识和基本技能，具有正确处理和协调人际关系的能力，同时具有良好的心理素质，逐步提高其运用管理心理分析问题和解决问题的能力。

根据专业需求将教学内容和教学案例融入 9 个课程模块(管理心理学理论基础模块、社会认知与管理模块、个性与管理模块、价值观、态度与管理模块、激励与管理模块、群体心理与管理模块、领导心理与管理模块、组织与管理模块以及员工心理健康与管理模块)，本课程在设计过程中根据实际企业运作过程构建完整的教学设计，理论联系实际，将企业管理案例贯穿在整个教学中，使学生切实感到现实工作的实际需要，从而充分激发学生的学习动力。

二、课程性质与任务

《管理心理学》是人力资源专业的专业核心课。本课程以重视人的作用为出发点，强调现代管理是以人为本的管理，以调动人的积极性为核心，以提高效率为目的。该课程对于开拓学生视野、深刻理解管理的本质具有独特的作用。同时，它作为应用心理学的一个分支，通过管理领域中人的心理和行为运动规律的揭示，解决管理过程中遇到的心理与行为问题，最大限度地调动人的积极性。

三、课程培养目标

1. 知识学习目标

- (1) 掌握管理心理学的概念、研究对象、理论基础和研究方法；
- (2) 熟知社会认知的影响因素，掌握社会认知偏差的心理效应；
- (3) 熟知气质、性格、能力理论对管理实践的指导意义；
- (4) 了解价值观、态度与行为的关系；



- (5) 了解个体行为的一般规律，熟知需要、动机与行为的关系，掌握激励理论；
- (6) 掌握群体心理效应以及群体凝聚力的影响因素，掌握非正式群体的管理原则；
- (7) 熟知领导理论，掌握一些基本的领导艺术；
- (8) 熟知组织结构的基本形式，掌握组织文化的内容和功能；
- (9) 熟知员工常见心理问题和解决办法。

2. 能力培养目标

- (1) 培养学生形成“以人为本”的管理思维能力。
- (2) 培养学生在管理工作中形成正确的社会认知和归因的能力；
- (3) 培养学生针对不同个性特点的人采取相应管理措施的能力；
- (4) 培养学生影响和改变员工的态度、进行因人而异管理的能力；
- (5) 培养学生在不同情境下调动人的积极性的能力；
- (6) 培养学生建立良好人际关系，进行有效沟通和妥善处理群体冲突的能力；
- (7) 培养学生具备领导者的基本能力；
- (8) 培养学生组织结构设计的能力；
- (9) 培养学生进行员工心理健康管理和解决员工常见心理问题的能力。

3. 素质养成目标

- (1) 培养学生树立科学管理的理念；
- (2) 培养学生形成正确印象整饰的观念；
- (3) 培养学生初步妥善处理与应对与工作相关的员工个性问题的业务素质；
- (4) 培养学生以人为本的管理品质；
- (5) 培养学生具备在管理工作中能够进行有效激励的素质；
- (6) 培养学生具备有效进行群体管理的素质；
- (7) 培养学生具备一些基本领导的素质；
- (8) 培养学生初步具备组织文化建设和塑造的业务素质；
- (9) 培养学生增进员工心理健康和心理保健的素质。

四、教学内容与学时分配

本课程根据专业的需求，理论联系实际，本着够用、适用的原则进行教学安排。

1. 课程教学学时分配

具体课程教学学时分配见表 1-1。

表 1-1 课程教学学时分配表

序号	模块名称	教学任务		计划课时
1	管理心理学的理论基础模块	1-1	管理心理学概述	2
		1-2	管理心理学的理论基础	4
2	社会认知与管理模块	2-1	社会认知概述	2
		2-2	社会认知与管理	2
		2-3	归因理论与管理	4
3	个性与管理模块	3-1	个性概述	1
		3-2	气质与管理	4
		3-3	性格与管理	2
		3-4	能力与管理	1
4	价值观、态度与管理模块	4-1	价值观与管理	2
		4-2	态度概述	1
		4-3	态度的形成与改变	1
		4-4	态度与工作满意度	2
5	激励与管理模块	5-1	个体心理与行为的一般模式	2
		5-2	激励概述	1
		5-3	激励理论	1
6	群体心理与管理模块	6-1	群体心理概述	1
		6-2	群体心理与管理	1
		6-3	群体行为与管理	1
		6-3	非正式群体与管理	1
7	领导心理与管理模块	7-1	领导心理概述	1
		7-2	领导理论与实践	1

序号	模块名称	教学任务		计划课时
		7-3	领导者的心理品质与领导艺术	1
8	组织与管理模块	8-1	组织概述	0.5
		8-2	组织结构设计	0.5
		8-3	组织文化	1
9	员工心理健康与管理模块	9-1	员工心理健康概述	1
		9-2	员工心理保健	1
		9-3	员工常见心理问题及解决办法	1
总课时				44

2. 课程教学内容分配

具体课程教学内容分配见表 1-2

表 1-2 课程教学内容结构分配表

模块编号	模块名称	教学目标	教学内容	备注
M1	管理心理学的理论基础	1、掌握管理心理学的概念、研究对象、理论基础和研究方法 2、明确学习和研究管理心理学的意义 3、理解和掌握四种人性假设及其相应的管理措施	1、管理心理学概述 2、管理心理学的理论基础	
M2	社会认知与管理	1、了解社会认知的概念、内容 2、熟知社会认知的影响因素 3、掌握社会认知偏差的心理效应；	1、社会认知概述 2、社会认知与管理 3、归因理论与管理	
M3	个性与管理	1、了解和掌握个性的概念、特点和个性形成的影响因素； 2、掌握气质、性格、能力的概念和类型 3、熟知气质、性格、能力理论对管理实践的指导意义	1、个性与管理 2、气质与管理 3、性格与管理 4、能力与管理	

模块编号	模块名称	教学目标	教学内容	备注
M4	价值观、态度与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解价值观的概念和类型 2、了解和掌握态度的概念、成分及特征 3、熟知态度和行为的关系、态度形成的理论 4、掌握影响态度形成的因素 5、掌握工作满意度的要领及影响因素 	<ol style="list-style-type: none"> 1、价值与管理 2、态度概述 3、态度的形成与改变 4、态度与工作满意度 	
M5	激励与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解个体行为的一般规律 2、熟知需要、动机的概念、种类及与行为的关系 3、掌握激励的要领及各种激励理论 	<ol style="list-style-type: none"> 1、个体心理与行为的一般规律 2、激励概述 3、激励理论 	
M6	群体心理与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解和掌握群体、群体心理的概念 2、熟知群体心理效应、群体士气、群体凝聚力的概念及其影响因素 3、掌握非正式群体的管理原则 	<ol style="list-style-type: none"> 1、群体心理概述 2、群体心理与管理 3、群体行为与管理 4、非正式群体与管理 	
M7	领导心理与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解领导的概念、领导和管理的关系 2、熟知领导职能和领导理论 3、掌握领导影响力及其构成因素 4、掌握一些基本的领导艺术 	<ol style="list-style-type: none"> 1、领导心理概述 2、领导理论与实践 3、领导者的心理品质与领导艺术 	
M8	组织与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、明确组织的概念、要素、特征和功能 2、熟知组织理论的发展和组织结构的基本形式 3、掌握组织文化的概念、内容和功能 	<ol style="list-style-type: none"> 1、组织概述 2、组织结构设计 3、组织文化 	
M9	员工心理健康与管理	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解和掌握心理健康的概念、标准 2、熟知影响员工心理健康的因素 3、掌握员工心理保健的原则和方法 4、熟知员工常见心理问题和解决办法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1、员工心理健康概述 2、员工心理保健 3、员工常见的心理问题及解决办法 	

五、教学资源选用

1. 教材选用

(1) 教材选取原则：

教材选取遵循“适用、选优、更新”的原则。

1. 适用原则：选用的教材应结合我校的实际，符合课程教学大纲的要求，注重科学性、思想性、先进性、启发性和教学内容上的适用性。

2. 选优原则：树立精品意识，在同类教材中优先选用国家级、省部级获奖教材；优先选用面向“21世纪高职高专规划教材”、“‘十二五’高职高专系列规划教材”、“教学指导委员会推荐教材”。

3. 更新原则：积极选用近三年出版的新教材，结合专业的调整，加快教材的更新换代。所更新的教材应反映当前该课程应达到的科研水平。

(2) 教材选用

《管理心理学》（第四版）朱永新主编 高等教育出版社 2021年8月

2. 参考书目

[1] 《管理心理学》（第二版）王晓钧主编 高等教育出版社 2014年

[2] 《管理心理学》陈国海主编 高等教育出版社 2021年10月

[3] 《管理心理学》祝小宁主编 高等教育出版社 2020年12月

[4] 《管理心理学》，李强等主编，北京工业大学出版社，2002年。

[5] 《现代管理心理学》，程方正主编，北京师大出版社，1991年；

[6] 《现代领导心理学》，俞文钊著，上海教育出版社，2004年。

3. 参考学习网站

(1) 企业管理网 (<http://www.ctilz.com/>)

(2) 中国营销资源网 (<http://www.cmarn.org/>)

(3) 中国市场营销网 (<http://www.sino-market.com/>)

(4) 智研咨询 (<http://www.ibaogao.com/>)

- (5) 中国研究协会 (<http://www.emarketing.net.cn/>)
- (6) 中国消费者协会信息网 (<http://www.cca.org.cn/>)

4. 其它教学资源目录与来源

《市场营销学》方光罗 主编 东北财经大学出版社 2007 年
 《消费心理学》张之峰 张学琴主编 北京理工大学出版社 2010 年
 《消费者行为学》王长征 主编 武汉大学出版社 2003 年
 《消费经济学》苏志平 张克昕主编 北京：中国商业出版社 1990

六、课程考核标准

1. 课程考核方式与成绩评定

具体课程考核方式与成绩评定见表 3-1。

表 3-1 课程考核方式与成绩评定比例

类别	考核点		建议考核方式	评分比例
过程考核	平时表现	课堂纪律与考勤	班长记录与老师抽查相结合	10%
	模块考核	M1: 过程考核一 归因理论与管理	课堂练习抽查考核	10%
		M2: 过程考核二 激励与管理	课堂练习抽查考核	10%
		M3: 过程考核三 领导心理与管理	课堂抽查, 分组考核	10%
终结性考核	1. 基本概念 2. 社会认知和归因理论 3. 消费者的个性心理特征与消费行为的特点 4. 价值观、态度、工作满意度 5. 激励理论 6. 群体心理、群体行为、非正式群体 7. 领导心理及领导艺术 8. 组织结构设计 9. 员工心理健康		期末作品评价考核	60%
合计				100%

2. 课程考核评分细则

具体课程考核评分细则见表 3-2。

表 3-2 课程考核评分细则

类别	考核点		评分标准												
过程考核	平时表现	课堂纪律与考勤	事假 1 节扣 0.5 分, 迟到/早退一次扣 1 分, 旷课一节扣 5 分, 旷课 3 次及以上, 取消本课程成绩评定资格。												
	模块考核	M1: 过程考核一 归因理论与管理	理论+实操 (以 100 分计, 以 10%计入期末考试) <table border="1" data-bbox="798 683 1284 896"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>评分点</th> <th>分值</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>正确认识归因的作用</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>归因理论有哪几种及主要思想</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>在实践中, 管理着如何进行归因管理</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table>	序号	评分点	分值	1	正确认识归因的作用	30	2	归因理论有哪几种及主要思想	30	3	在实践中, 管理着如何进行归因管理	40
		序号	评分点	分值											
		1	正确认识归因的作用	30											
	2	归因理论有哪几种及主要思想	30												
	3	在实践中, 管理着如何进行归因管理	40												
M2: 过程考核二 激励与管理	理论+实操 (以 100 分计, 以 10%计入期末考试) <table border="1" data-bbox="798 929 1284 1153"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>评分点</th> <th>分值</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>了解激励在管理活动中的作用及手段。</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>理解几种激励理论</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>管理者如何有效的对员工或下属进行激励, 进行模拟演示</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table>	序号	评分点	分值	1	了解激励在管理活动中的作用及手段。	30	2	理解几种激励理论	30	3	管理者如何有效的对员工或下属进行激励, 进行模拟演示	40		
序号	评分点	分值													
1	了解激励在管理活动中的作用及手段。	30													
2	理解几种激励理论	30													
3	管理者如何有效的对员工或下属进行激励, 进行模拟演示	40													
M3: 过程考核三 领导心理与管理	理论+实操 (以 100 分计, 以 5%计入期末考试) <table border="1" data-bbox="798 1187 1284 1377"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>评分点</th> <th>分值</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>按要求分组、讨论、查找资料、形成思路</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>通过案例对领导的心理进行分析</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>课堂讨论和答疑</td> <td>40</td> </tr> </tbody> </table>	序号	评分点	分值	1	按要求分组、讨论、查找资料、形成思路	20	2	通过案例对领导的心理进行分析	40	3	课堂讨论和答疑	40		
序号	评分点	分值													
1	按要求分组、讨论、查找资料、形成思路	20													
2	通过案例对领导的心理进行分析	40													
3	课堂讨论和答疑	40													
终结考核	1、基本概念 2、社会认知和归因理论 3、个性、气质、性格、能力 4、价值观、态度、工作满意度 5、激励理论 6、群体心理、群体行为、非正式群体 7、领导心理及领导艺术 8、组织结构设计 9、员工心理健康	期末考试(100 分) 一、单项选择题: 共 10 小题, 每小题 2 分, 共计 20 分。 二、多项选择题 共 5 小题, 每小题 2 分, 错选多选少选不得分, 共计 10 分。 三、名词解释 共 4 小题, 每小题 5 分, 共计 20 分, 根据所答内容分步给分。 四、简答题 共 2 小题, 每小题 10 分, 共计 20 分, 根据所答内容分步给分。 五、综合题 共 2 小题, 每小题 15 分, 共计 30 分, 根据所答内容分步给分。													

七、课程教学组织设计

课程教学组织设计见表 4。

表 4 管理心理学课程教学组织设计表

模块编号: M1	模块名称: 管理心理学基本知识认知模块			课内学时:6
教学目标	1、掌握管理心理学的概念、研究对象、理论基础和研究方法 2、明确学习和研究管理心理学的意义 3、理解和掌握四种人性假设及其相应的管理措施			
教学载体	多媒体教学设备 教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	通过案例引入、课堂讲授使学生了解消费心理学的相关知识及研究意义。 以你最近的一次购买活动为例,分析购买商品的心理活动过程。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点,掌握消费心理的含义和内容。	讲授法 案例分析法	1	课内
情景模拟	根据案例场景,安排学生演绎	实践法	1	
课堂实战	根据案例情形展开讨论	分组讨论法	1	
师生互动	向学生提问,学生自己分析,教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源了解管理心理学研究的重要性	实践法	2	课外

模块编号: M2	模块名称: 社会认知与管理模块			课内学时:8
教学目标	1、了解社会认知的概念、内容 2、熟知社会认知的影响因素 3、掌握社会认知偏差的心理效应;			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	(1) 通过各种评测表,让学生对自己的心理活动过程和水平有一定的了解和认识 (2) 天价茶叶是炒作还是物有所值,引导消费者对商品的正确认识 (3) 以速溶咖啡为例,请同学分析:速溶咖啡刚刚面市时为何受到冷落?顾客说的原因与心理实质是否一致?为什么?			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	讲授法 案例分析法	1	课内

课堂讲解⇌课堂模仿	社会认知和归因的概念、理论，归因风格，归因训练，以及社会认知和归因的教育意义	讲授法	1	
课堂实战	根据案例情形展开讨论，学生对本章知识点进行对比分析	分组讨论法	1	
师生互动	向学生提问，学生自己分析，教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	课外

模块编号: M3	模块名称: 个性与管理模块		课内学时:8	
教学目标	1、了解和掌握个性的概念、特点和个性形成的影响因素； 2、掌握气质、性格、能力的概念和类型 3、熟知气质、性格、能力理论对管理实践的指导意义			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	以简·爱和林黛玉为例说明性格的形成的影响因素。以现实消费为例，分析不同性格对消费行为的影响			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	讲授法 案例分析法	1	课内
课堂讲解⇌课堂模仿	理解个性的概念，了解影响个性形成的原因，掌握个性差异特点在气质、性格、能力上的表现以及在管理中的应用。	讲授法	3	
课堂实战	请学生上讲台分析你周围消费者的消费观念，哪些是应该提倡的。	分组讨论法	1	
师生互动	学生讨论，教师点评	讨论法	1	
课后训练	调查了解身边哪些行业的消费出现了个性化倾向	实践操作法	2	

模块编号: M4	模块名称: 价值观、态度与管理模块		课内学时:6	
教学目标	1、了解价值观的概念和类型 2、了解和掌握态度的概念、成分及特征 3、熟知态度和行为的关系、态度形成的理论 4、掌握影响态度形成的因素 5、掌握工作满意度的要领及影响因素			



教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	通过钟声变奏曲、小提琴的附加值等案例帮助学生认识需求的多样性。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	讲授法 案例分析法	1	课内
课堂讲解↔ 课堂模仿	了解价值观、态度的概念，理解价值观的分类，分析价值观、态度的构成与特性，把握价值观、态度对人的行为的作用。在此基础上，达到熟练掌握和应用态度改变理论的目的。	讲授法	4	
课堂实战	结合自己的实际，分析不同的价值观对心理的影响。	分组讨论法	2	
师生互动	学生讨论，教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容，了解现代消费者消费的发展趋势	实践操作法	2	课外

模块编号: M5	模块名称: 激励与管理模块	课内学时:4		
教学目标	1、了解个体行为的一般规律 2、熟知需要、动机的概念、种类及与行为的关系 3、掌握激励的要领及各种激励理论			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	助理工程师黄大佑，北京雪莲羊绒有限公司的科技人员苗晓光。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	讲授法 案例分析法	1	课内
课堂讲解↔ 课堂模仿	通过对内容激励理论、过程激励理论和行为改造激励理论的学习，培养学生不同情境下调动人的积极性的能力。	讲授法	1	
课堂实战	案例讨论	分组讨论法	1	
师生互动	请学生上讲台讲述并分析，教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	课外



模块编号: M6	模块名称: 群体心理与管理模块	课内学时:4		
教学目标	1、了解和掌握群体、群体心理的概念 2、熟知群体心理效应、群体士气、群体凝聚力的概念及其影响因素 3、掌握非正式群体的管理原则			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	通过企业领导变化, 员工辞职案例分析让学生了解非正式群体的作用及影响力, 分析家庭、年龄、性别对消费的影响			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	案例教学法 讲授法	1	
课堂讲解⇌课堂模仿	社会群体的类型及特点, 群体的心理现象, 家庭、年龄、性别与消费心理	讲授法	1	
课堂实战	案例讨论	分组讨论法	1	
师生互动	学生讨论, 教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	

模块编号: M7	模块名称: 领导心理与管理模块	课内学时: 4		
教学目标	1、了解领导的概念、领导和管理的关系 2、熟知领导职能和领导理论 3、掌握领导影响力及其构成因素 4、掌握一些基本的领导艺术 掌握消费者的价格心理表现			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	从一家钢铁公司的管理看领导的心理及管理方式。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
案例引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	案例教学法 讲授法	1	课内
课堂讲解⇌课堂模仿	通过对领导理论的学习, 培养学生具备领导着的基本能力。	讲授法	2	
课堂实战	案例讨论	分组讨论法	2	
师生互动	学生讨论, 教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	

模块编号: M8	模块名称: 组织与管理模块			课内学时:2
教学目标	1、明确组织的概念、要素、特征和功能 2、熟知组织理论的发展和组织结构的基本形式 3、掌握组织文化的概念、内容和功能			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	组织结构的设计、组织文化的塑造。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
项目引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	案例教学法 讲授法	1	课内
课堂讲解↔课堂模仿	通过对组织结构相关内容的学习,是学生掌握组织结构设计的基本工作和基本原则,初步具备组织文化建设的素质。	讲授法	2	
课堂实战	组织结构的设计	分组讨论法	2	
师生互动	学生讨论,教师点评	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	课外

模块编号: M9	模块名称: 员工心理健康与管理模块			课内学时:4
教学目标	1、了解和掌握心理健康的概念、标准 2、熟知影响员工心理健康的因素 3、掌握员工心理保健的原则和方法 4、熟知员工常见心理问题和解决办法。			
教学载体	教学课件 网络教学资源 教学案例			
教学环境	多媒体教室			
工作情境描述	让规则看守世界、“全聚德”的金字招牌。			
教学环节设计				
教学环节	具体内容	教学方法与手段建议	学时	备注
项目引入	介绍案例背景→演示案例效果→简介案例所用知识点	案例教学法 讲授法	1	课内
课堂讲解↔课堂模仿	通过员工犀利健康与心理保健知识的学习,培养学生进行员工心理健康管理和解决员工常见问题的能力。	讲解法	1	
课堂实战	学生分组召开项目座谈会	分组法	1	

师生互动	学生面向全班演示、教师点评、学生提问，老师解答	讨论法	1	
课后训练	学生通过网络等资源搜集一此广告案例，并分析采用了哪些心理策略	实践操作法	2	课外
课后训练	学生通过网络资源扩充该章知识点内容	实践操作法	2	课外

八、课程教学案例设计

为了更好地将课标融入教学中，现将课程中的主要模块做以下课程设计。

项目名称	所用模块名称	教学任务名称		计划课时	在课程中的作用
课程设计	社会认知与管理	M2	社会认知与归因理论	6	掌握社会认知影响因素和引起社会认知偏差原因的基础上，懂得如何进行正确的社会认知，做一个合格的管理者
	个性与管理	M3	个性对心理及行为的影响		通过对个性理论的学习，使学生能妥善处理与应对与工作相关的员工个性问题的业务素质。
	价值观、态度与管理、激励与管理	M4、M5	价值观、态度对心理的影响。激励的作用	6	通过案例学习和讨论，使学生明白管理在企业中的作用，它可以增强企业的运作效率，可以使每个员工都充分发挥他们的潜能，可以更好的树立企业形象，为社会多做实际贡献。
				6	
总课时				18	

附：

课程设计资料一： 社会认知与管理

一、实训名称：我们的判断真的对吗？

二、实训目的：让学生了解和掌握社会认知的影响因素，引起社会认知偏差的原因。

三、实训步骤

1、以7人为一组，将学生分为几个小组。

2、准备好几支笔和纸，要求学生对以下几个问题进行描述：

(1) 对自己进行一番描述；

(2) 对本组的其他6名同学进行描述；



- (3) 写出小组中你最喜欢人的名字；
 - (4) 写出小组中最可能喜欢你的人的名字；
 - (5) 如果要选出一名组长，你认为谁最可能当选？
- 3、请大家出示自己所写的内容，并总结出结果。
 - 4、讨论活动结果，并总结这个活动意在说明什么问题。

四、实训条件：教室或分组讨论室。

五、实训注意事项

学生的参与性很重要，鼓励小组成员积极配合，认真做好记录。

六、实训成果：在学生掌握社会认知影响因素和引起社会认知偏差原因的基础上，懂得如何进行正确的社会认知，做一个合格的管理者。

课程设计资料二： 个性与管理

一、实训名称：了解自己

二、实训目的：找出自己积极与消极方面的特征，并制订保持和改进计划。

三、实训内容与操作步骤：

(一) 气质的测量：

(二) 从两部不同的电视剧中分别选出一个家庭。首先按照本章中社会阶层的分类方法确定他们的社会阶层，然后分析各家庭的生活方式和消费行为。如果他们分属不同的社会阶层，请对他们进行比较。

- 1、分组开展相关课题的交流与探讨；
- 2、写出分析报告。

四、实训条件：多媒体教室，分组讨论室。

五、实训注意事项

- 1、分析报告要求独立思考完成。
- 2、既要结合理论知识，又要针对具体案例。

六、实训作业：

完成书面分析报告。

课程设计资料三：

一、实训名称：**激励与管理**

二、实训目的：本次实训的目的是使学生明确产品、价格与消费者行为的关系，并能据此分析产品、价格因素对消费者心理及其消费行为的影响。

三、实训内容与操作步骤

实训内容：让同学们进行案例讨论。

案例 1：三个和尚的故事

山上有座小庙，庙里有个小和尚。他每天挑水、念经、敲木鱼，给观音菩萨案桌上的净水瓶添水，夜里不让老鼠来偷东西，生活得安稳自在。不久，来了个高个子和尚。他一到庙里就把半缸水喝光了。小和尚让他去挑水，高个子和尚心想一个人挑水太吃亏了，便要小和尚和他一起去抬水，两个人只能抬一只水桶，而且水桶必须放在扁担的中英，两个人才心安理得。这样总算还有水喝。后来，又来了个胖和尚，他也想喝水，但缸里没水。小和尚和高个子和尚让他自己去挑，胖和尚挑来一旦水立刻独自喝光了。从此谁也不挑水，三个和尚就没水喝。大家各念各的经，各敲各的木鱼，观音菩萨面前的净水瓶也没人添水，花草枯萎了。夜里老鼠出来偷东西，谁也不管。结果老鼠猖獗，打翻烛台，燃起大火。三个和尚这才一起奋力救火，大火扑灭了，他们也觉醒了。从此三个和尚齐心协力，水自然就更多了。

问题：

- 1、为什么随着群体规模的扩大，生产效率反而降低了？
- 2、三个和尚发生冲突的主要原因是什么？
- 3、如何从管理制度上入手调动三个和尚挑水的积极性？
- 4、危机（火灾）处理对提高三个和尚的群体凝聚力了什么作用？



案例 2:

某校决定采用“满勤给奖”制度来加强管理，出满勤的发奖金 20 元，如果上课、教研组活动、政治学习一次缺席、两次迟到者，该月就没有奖金。这种办法实行后第一个月效果很好，无人缺席、迟到，教学秩序趋于正常。两个月后，工作一直认真负责的王老师，因患病请假 2 天，病未痊愈，就来上班了，却被扣发了当月的奖金；李老师经常是小病大养，自由散漫，实行“满勤给奖”后，人是来了，课也上了，但教学效果差，奖金却照拿；赵老师在月初的第一周就迟到 2 次，在他看来，一个月的奖金已经没了，于是在后几周的工作就随随便便了，何必准时来上班呢？

针对上述案例，你对“满勤给奖”的激励方式有何看法？你认为应该怎样才能调动教师的积极性？

案例 3: 甲、乙两人一同大学毕业后进了同一家企业并同在一间科室工作，两人的工资也被定在同一档次：每月 1000 元。一年试用期过后，甲的工资被定为每月 1200 元，而乙的工资被定为每月 1500 元。甲拿到 1200 元工资后很高兴，因为比原来工资增加了 200 元，但当他得知乙的月工资是 1500 元后，则十分气愤，工作积极性明显下降。

试通过公平理论分析甲的心理以及管理者的对策。