



روان شناسی کاربردی

(کاربرد روان شناسی در کار، صنعت، سازمان و مدیریت)

تالیف: دکتر اکبر جلیلی

www.ketab.ir

بهار ۱۴۰۰

آفتاب



- سرشناسه : جلیلی، اکبر، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور : روانشناسی کاربردی (کاربرد روانشناسی در کار، صنعت، سازمان و مدیریت) / تألیف اکبر جلیلی.
مشخصات نشر : تهران: آفتاب گیتی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری : ۱۲۸ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۵۶۲-۰ : ۴۸۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۴۸-۱۴۷.
موضوع : کار و اشتغال -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع : Work – Psychological aspects
رده بندی کنگره : BF۴۸۱
رده بندی دیویی : ۷/۱۵۸
شماره کتابشناسی ملی : ۲۵۵۷۵۱۹
وضعیت رکورد : فیبا

عنوان: روانشناسی کاربردی (کاربرد روانشناسی در کار، صنعت، سازمان و مدیریت)
مؤلف: اکبر جلیلی
نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
چاپ: فدک
قیمت: ۴۸۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۵۶۲-۰

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

آدرس: تهران میدان انقلاب ضلع جنوب شرقی - نبش خیابان ۱۲ فروردین -
ساختمان ولیعصر - پلاک ۱۳۱۴ - طبقه سوم واحد ۹
www.aftabegiti.com نشر و پخش همراه: ۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲ - ۰۲۱۶۶۹۶۹۸۳۷

پیشگفتار

روان شناسی کاربردی در پیشرفت برنامه‌های یک سازمان و مهمتر از آن در اعتلای سطح فرهنگ جامعه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است روانشناسی از مهمترین عوامل ساختار رشد فکری، عقلی، اجتماعی، و عاطفی افراد جامعه بشمار می‌آید و در حد یک فن و هنر بسیار دقیق و ظریفی است که فقط پرورشکاران آگاه و دانا می‌توانند در به سرانجام رساندن بهینه آن توفیق یابند. دانش روان شناسی بر اثر پژوهش‌های مداوم، همواره در حال تغییر و تحول است و هر ساله، یافته‌های تازه‌ای کشف می‌گردد که در شکل دادن رفتار کارساز است، از این رو نگارنده کوشیده است بنا به اصل "فرزندان خود را مطابق با زمانشان تربیت کنید". از تازه‌ترین دستاوردهای روان شناسی جدید بهره جویید و به طرح نو و سخن نو بپردازد.

برای اجرای منظور بالا کوشش شده تا از منابع مندرج در پایان کتاب یاری گرفته شود، در واقع کتاب حاضر تألیف و ترکیبی است که نگارنده بر اساس برنامه‌های مصوب روان شناسی کاربردی و منابع جدید تهیه و تنظیم نموده است. در این مجموعه سعی گردیده جانب امانت رعایت شود و مآخذ هر تجربه و تحقیق در پایان کتاب ذکر گردد. در مورد جلد کتاب باید گفت ترسیم فلش‌ها نشان دهنده حیطه روان‌شناسی کار بوده، شمای درون آن بیانگر روان شناسی سازمانی، صنعتی، مدیریت و مهندسی است که زیر مجموعه روانشناسی کار می‌باشند. علامت سوال نیز مبین جستجوگری و چرا جویی انسان متفکر و نیز سرآغاز پژوهش است چرا که هر پژوهشی با سؤال آغاز می‌گردد.

در این اثر کوشش شده تا مفهوم‌ها و اصطلاحات مربوط هرچه روشن تر و گویاتر به نگارش در آیند. به منظور خود ارزیابی، در انتهای هر فصل سعی شده در سه نوع تستی، تشریحی و تکمیلی سؤال طرح شود. امیدوار است مورد عنایت همکاران گرامی قرار گیرد.

در خاتمه از سرکار خانم منیژه **لقاجانی** که رحمت ویراستاری، از آقایان **علی جلیلی** به جهت طراحی جلد، **محمد جلیلی** به جهت انجام تنظیمات نرم افزاری و طراحی جلد، از جناب آقای دکتر **غلامحسین انتصار فومنی** و آقای دکتر **مسعود حجازی** به جهت ویراست علمی، از موسسه انتشاراتی **آفتاب گیتی** به خاطر پیگیری مراحل مختلف چاپ، تقدیر فراوان نموده، به دوستان و همکاران دانشمند و ارجمندم که با ارسال نقطه نظرات خود هر کدام سهم ارزنده‌ای در تنظیم و ویرایش این اثر بر عهده داشته‌اند درود فراوان می‌فرستم و از دانشجویان ارجمندم که با دقت و توجه خاص لغزش‌های چاپی و نکات گنگ را گوشزد نمودند درود می‌فرستم. خداوند را شاکرم که توفیق آن داد تا مکتوبی هرچند ناقص به جامعه (دانشگاهی و غیر دانشگاهی) هدیه نمایم. بیان ایرادها و پیشنهادهای عزیزان خواننده را هدیه‌ای گرانقدر می‌دانم و منتظر دریافت آنها هستم. والسلام.

اکبر جلیلی - بهار ۱۴۰۰

فصل اول:

- ۱ - کلیات..... ۱
- ۱ - روانشناسی چیست..... ۱
- ۶ - فواید روان شناسی..... ۶
- ۷ - شاخه های روانشناسی..... ۷
- ۷ - مکتب های روانشناسی..... ۷

فصل دوم:

- ۱۴ - رفتار سازمانی و مدیریت استرس..... ۱۴
- ۱۴ - مفهوم سازمان..... ۱۴
- ۱۱ - اثر گذاری بر سازمان..... ۱۱
- ۱۶ - تاثیر شخصیت بر سازمان..... ۱۶
- ۱۷ - رفتار سازمانی و استرس..... ۱۷
- ۱۸ - عوامل ایجاد کننده استرس..... ۱۸
- ۲۵ - پیامدهای استرس..... ۲۵
- ۲۷ - روشهای مدیریت استرس..... ۲۷

فصل سوم:

- ۳۹ - کار، شغل، حرفه و تاثیر تبلیغات بر رفتار مصرف کننده..... ۳۹
- ۴۴ - روانشناسی کار..... ۴۴
- ۴۵ - روانشناسی صنعتی..... ۴۵
- ۴۶ - روانشناسی مهندسی..... ۴۶
- ۴۷ - روانشناسی سازمانی..... ۴۷
- ۵۲ - ویژگیهای روان شناسی کار..... ۵۲
- ۵۴ - تاثیر تبلیغات بر رفتار مصرف..... ۵۴
- ۵۵ - عوامل موثر در بهره وری سازمانی..... ۵۵
- ۵۸ - عوامل کلیدی موثر بر رفتار مصرف کننده..... ۵۸
- ۶۰ - الگوهای سازمانی کار..... ۶۰

فصل چهارم:

- ۶۴ - تفاوتهای فردی..... ۶۴
- ۶۴ - تعریف تفاوتهای فردی..... ۶۴
- ۶۵ - اهمیت و نقش تفاوتهای فردی..... ۶۵

- ۶۹.....انواع تفاوت‌های فردی
- ۶۹.....عوامل موثر بر تفاوت‌های فردی

فصل پنجم:

- ۷۷.....روش‌های تحقیق در روان‌شناسی کاربردی
- ۷۷.....مفهوم تحقیق
- ۷۷.....انواع تحقیق
- ۸۰.....ابزارهای گردآوری داده‌های تحقیق
- ۸۰.....پرسشنامه
- ۸۱.....مصاحبه
- ۸۲.....مصاحبه‌استخدامی
- ۸۵.....مشاهده
- ۸۵.....آزمون‌های استاندارد
- ۸۶.....تجهیزات فنی

فصل ششم:

- ۸۸.....توانایی‌های انسانی و سنجش آن
- ۸۸.....تعریف آزمون
- ۸۸.....ویژگی‌های آزمون
- ۹۲.....هدف‌های کلی کاربرد آزمون‌ها
- ۹۳.....طبقه‌بندی آزمون‌ها

فصل هفتم:

- ۹۶.....شخصیت، علایق و آزمون‌های آن‌ها
- ۹۸.....آزمون‌های شخصیت
- ۹۸.....الف) آزمون‌های عینی شخصیت
- ۹۹.....ب) آزمون‌های فرافکن
- ۱۰۱.....رغبت‌ها، علایق و سنجش آنها

فصل هشتم:

- ۱۰۵.....نگرش‌ها و روانشناسی مثبت‌گرا در سازمان
- ۱۰۵.....مفهوم نگرش
- ۱۰۶.....نقش نگرش‌ها
- ۱۰۷.....تغییر سنجش نگرش
- ۱۰۸.....روش‌های سنجش نگرش
- ۱۱۰.....روانشناسی مثبت‌گرا