

<<商务与管理沟通>>

图书基本信息

书名：<<商务与管理沟通>>

13位ISBN编号：9787564207588

10位ISBN编号：7564207582

出版时间：2010-6

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：张炳达，陈婧，杨慧 编著

页数：358

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>

## &lt;&lt;商务与管理沟通&gt;&gt;

## 前言

经济全球化浪潮的推动，使得越来越多的组织开始接触并融入到一个全新的环境。与此同时，一些组织内部的各种纠纷也呈上升趋势，在一定程度上影响了组织的正常经营活动。经济全球化在带来组织变革的同时，也给中国管理带来了新的知识、新的观念和新的思想，而这些新知识、新观念、新思想的诞生与碰撞又在不断催生着中国管理的变革。

在新的形势下，如何制定出凝聚共识，既有弹性应变又有刚性执行力的战略及实施计划就成为组织在竞争中胜出必须要解决的问题。

而如何在我们的管理教学中结合机遇与挑战，向我们的学生——未来的管理人才——展现出知识与实践结合的力量，则成为我们高等教育的管理沟通课程必须要克服的难题。

著名学者马克斯·韦伯曾说过：现代社会越来越趋向于网状金字塔形结构，在这种社会结构中每一个阶层、社会组织和个人都处于管理与被管理之中，管理是现代社会的永恒话题。

正是管理，才产生了公共秩序；正是管理，才产生了工作效率；正是管理，才产生了丰厚利润；正是管理，才产生了社会民主。

可以说，人类社会走向现代文明的过程，也就是人与人之间管理沟通趋向有效、有序的过程。

作为管理的最为重要的组成部分，沟通无疑对组织生存与发展起着至关重要的作用。

沟通是人类社会的基本生活方式，是人们通过共同的符号系统进行意见或思想交流的过程。

在现代组织的商务与管理活动中，沟通占据着举足轻重的地位。

特别是在如今这个由消费者占据主导地位、经济日益全球化的世界里，人们更要依赖沟通来为自己的产品和服务创造国内外顾客，依赖沟通来了解如何在现今这个瞬息万变的世界取得成功。

一个优秀的领导者首先必须是一个优秀的管理者，而一个优秀的管理者首先必须具有出色的沟通能力。

可以说，管理者与被管理者之间有效沟通是任何管理艺术的精髓。

管理沟通是组织的生命线，它把组织由内到外有效地连接起来，对提高组织效率、确保组织有序运行产生着重要影响。

## <<商务与管理沟通>>

### 内容概要

在当今这个知识经济时代，很多组织已经开始重视对管理者沟通技能的培养与训练，很多高校也纷纷设立了管理沟通课程以适应形势发展，为社会提供更多优秀的管理人才。

作为一门跨学科课程，管理沟通涉及的范围很广，涵盖了管理学、社会学、心理学、逻辑学、语言学、人际关系学等各个学科。

我们在进行了大量的资料搜集与研究的基础上，为推动中国管理的进一步发展，编写了这本教材。

总的来说，本书具有以下几个特点： 1. 内容深入浅出。

由于管理沟通的内容较为庞大且复杂，因此为方便读者学习，本书坚持由浅入深，用通俗易懂、生动具体的语言向读者阐述管理沟通的理论知识，力求将复杂、枯燥的理论知识平实化，使读者在体验到阅读乐趣的同时，掌握相关理论知识。

2. 结构完整。

本书内容涵盖了管理沟通的各个方面，全书一共分为十七章，主要涵盖于以下五大板块：管理沟通理念篇、管理沟通技能篇、管理沟通策略篇、管理沟通应用篇、管理沟通方法篇。

在每一章开头和结尾都分别附有学习目标、本章小结以及复习思考题，力求做到内容全面、详尽。

3. 实用性强。

本书坚持从实用性出发，立足商务活动实践，不仅注重理论知识，更注重方法与技巧的培养，书中引用了大量案例来完善理论，通过以案例引导出理论，并以理论阐释案例的方法来帮助读者提升理念、培养技能，为读者提供更为有效的方法和工具。

## &lt;&lt;商务与管理沟通&gt;&gt;

## 书籍目录

前言 第一篇 管理沟通理念 第一章 商务与管理沟通概述 第一节 现代商务与管理沟通 第二  
 节 管理沟通的类型 第三节 管理沟通的功能与作用 第四节 商务与管理沟通的趋势 第二章  
 管理沟通角色分析 第一节 管理沟通的主体与客体 第二节 管理沟通对象的识别 第三节 管  
 理沟通对象的分类与策略选择 第三章 建设性沟通 第一节 建设性沟通的含义与特征 第二  
 节 建设性沟通的原则 第三节 建设性沟通的框架与策略 第二篇 管理沟通技能 第四章 倾听技巧  
 第一节 倾听概述 第二节 倾听的过程 第三节 倾听的障碍 第四节 倾听的策略 第五  
 章 口头表达技能 第一节 口头表达技能概述 第二节 演讲技能 第三节 会见技能 第四  
 节 面谈技能 第六章 谈判技能 第一节 谈判技能概述 第二节 谈判的过程 第三节 谈判的  
 原则与谈判高手的特征 第四节 谈判的策略与技巧 第七章 书面沟通技能 第一节 书面沟通概  
 述 第二节 书面沟通的技巧和工具 第八章 非语言沟通技能 第一节 非语言沟通概述 第  
 二节 有效运用非语言沟通的技巧 第三节 非语言沟通在面试中的应用 第三篇 管理沟通策略 第九  
 章 变革沟通 第一节 变革阶段与沟通 第二节 变革阻力与沟通 第三节 变革沟通的原则  
 第四节 变革沟通的策略 第十章 危机沟通 第一节 危机与危机管理 第二节 危机管理的过  
 程 第三节 危机沟通的原则 第四节 危机处理的沟通策划 第十一章 跨文化沟通 第一节  
 文化与跨文化沟通 第二节 文化差异模型 第三节 跨文化管理的沟通原则 第四节 跨文化沟  
 通策略 第四篇 管理沟通应用 第十二章 求职与面试 第一节 求职信与个人简历 第二节 面试  
 第十三章 薪酬谈判 第一节 薪酬谈判要点 第二节 如何获得协商优势 第三节 对战术问  
 题的回答 第四节 协商中的交流技巧 第十四章 职场中的人际沟通 第一节 职场人际沟通的意  
 义 第二节 如何与单位的领导、同事相处 第十五章 人际冲突处理 第一节 引发人际冲突的原  
 因 第二节 冲突的过程 第三节 冲突的解决模式 第四节 冲突的处理技巧 第五篇 管理沟通  
 方法 第十六章 会议沟通 第一节 群体沟通的优缺点 第二节 影响群体沟通的因素 第三  
 节 高效的会议流程 第四节 会议的沟通技巧 第十七章 与新闻媒体的沟通 第一节 现代新闻  
 媒体概述 第二节 与新闻媒体良好沟通的必要性 第三节 与新闻媒体沟通的技巧 第四节 良  
 好企业形象的塑造 参考文献

## &lt;&lt;商务与管理沟通&gt;&gt;

## 章节摘录

沟通在于寻找对象的价值需求。

很多看来似乎不可能的事情，之所以不可能，关键在于不能找到让对方接受的理由，因此，在沟通之前先找到对方的价值需求特征，成为成功的管理沟通的前提。

另外，沟通者也要掌握尽可能充分的信息。

在实际情况中，沟通参与方有时会不知道自身的需要，或者说对自身的需求很模糊，这个时候就需要沟通者通过掌握各方面的信息来帮助对方识别清楚自己的需求，从而达到沟通的目的。

为了更好地通过明确并传递沟通客体利益激发他们的兴趣，有两点必须做到：首先要明确沟通客体的利益；其次是传递恰当的信息给沟通客体以利益。

对于不同的沟通客体以及他们所期望的不同的利益，有的是直接的，因而，沟通者比较容易识别，沟通时能够明白地被告知。

有的利益是只可意会而不可言传的，沟通者就需要深入去了解 and 发掘。

对于后一种类型的利益，使用下面的技巧可能有助于我们去确认沟通客体的利益：  
1. 了解能引起沟通客体的需求动机的感受、恐惧和欲望；  
2. 找出自己产品的客观性能或政策中有助于实现这些感受（恐惧或欲望）的特点；  
3. 说明读者怎样利用介绍的产品和政策才能达到他们自身的需求。

洛克认为，分析沟通客体的感受、恐惧和欲望可以从马斯洛的需求层次理论分析入手。

以某一产品为例，通常企业所提供的产品能同时满足几个不同层次的需求，在信息沟通过程中，应重点强调与沟通客体最相关的内容，如薪水已经很高的经理，整日忧心忡忡，那么，其原因可能是夫人刚刚失业，而他们得同时抚养孩子上大学和赡养老人。

因此，在沟通时就要针对沟通客体的具体需求动机提供相应的沟通信息。

寻求针对沟通客体具体需求的沟通信息，关键在于找出自己产品的客观性能或政策有助于实现这种感受（恐惧、欲望）的理由。

有的沟通客体需求，其满足条件是显而易见的；有的要有很多条件才能满足，在考虑时，力求全面。假如想劝说人们到某一饭店消费，的确，每个人都要吃饭，但是仅仅说明可以在这里解决饥饿问题显然是很难吸引顾客到该饭店来的，必须要根据顾客的要求安排不同的沟通信息。

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>