

<<管理沟通>>

图书基本信息

书名：<<管理沟通>>

13位ISBN编号：9787565400681

10位ISBN编号：7565400688

出版时间：2010-9

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：谢玉华 编

页数：303

字数：426000

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>

## <<管理沟通>>

### 前言

2000年笔者开始承担湖南大学MBA“管理沟通”的教学任务，至今已有10个年头。

该课程1998年才在清华大学MBA学员中开设，所以，承接该课程的教学任务后，笔者为备课寻找资料颇费心思。

当时的中文教材很少。

好在有不少前辈在前面探索，如钱小军、魏江、冯云霞、康青、张洁等老师翻译了国外一些好的教材，为这门课程奠定了基本框架。

教学过程中，笔者越来越觉得中国式沟通不同于西方文化背景的沟通，大量活生生的沟通案例天天在我们的企业演义。

作为教师，我们有责任探讨中国企业的沟通规律，诠释中国企业的沟通故事。

于是，笔者尝试在“管理沟通”课程中加入中国文化背景分析，尤其加入本地案例，以至到后来形成自己的体系。

对10年的教学体会作一梳理，就形成了本书。

“管理沟通”课程发展历史虽然不长，但一经引进，就迅速普及。

这或许基于沟通对人们工作生活的重要性。

如今，沟通的理念已为现代企业和职场中人们广泛认同。

该课程，各高校都在EMBA、MBA、科学学位研究生、本科学生中开设了，而且深受学生欢迎。

管理沟通成为职场经理人的必修课，也是所有学生培养职业素质的必修课。

作为本科学生有必要在跨入职场之前掌握职场沟通规律和方法。

## <<管理沟通>>

### 内容概要

本书分管理沟通理念、组织内外部沟通、个人沟通技能三篇，内容涵盖沟通概述、沟通的一般策略，组织内部沟通、变革沟通、冲突沟通、跨文化沟通、组织与媒介沟通、危机沟通，有效演讲、有效面谈、有效写作、有效倾听等。

力求理论与实际结合，以事说理，将西方的沟通理念与中国的文化背景相结合，并试图将最新的企业动态反映在书中。

书中既有世界500强公司的案例，也有本土中小企业的故事，还包括职场流行小说的场景。

## &lt;&lt;管理沟通&gt;&gt;

## 书籍目录

|             |                          |                       |                              |                          |                  |                 |                           |
|-------------|--------------------------|-----------------------|------------------------------|--------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|
| 第1篇 沟通理论    | 第1章 沟通概述                 | 学习目标                  | 引例 德国最愚蠢的银行                  | 1.1 沟通在管理中的作用            | 1.1.1 沟通在管理中的重要性 | 1.1.2 沟通在管理中的作用 | 【小案例1 - 1】吉利收购沃尔沃         |
|             |                          |                       |                              | 1.2 沟通的基本含义              | 1.2.1 沟通的定义      | 1.2.2 沟通的过程     | 【小案例1 - 2】“白领腔”的陈小姐       |
|             |                          |                       |                              |                          | 1.3 成功沟通的原则      |                 | 【小案例1 - 3】难懂的产品说明书        |
|             |                          |                       |                              | 1.3.1 诚恳开放地沟通            | 1.3.2 换位思考       | 1.3.3 建设性沟通     | 【小案例1 - 4】减少的退休金          |
|             |                          |                       |                              |                          |                  |                 | 【小案例1 - 5】小店如此宣传：“更须公款吃喝” |
|             |                          |                       |                              |                          |                  |                 | 【小案例1 - 6】问题导向的沟通         |
|             |                          |                       |                              |                          |                  |                 | 【小案例1 - 7】描述性沟通           |
|             | 1.4 管理沟通的教学与研究           |                       | 本章小结                         | 复习思考题                    | 案例分析             |                 |                           |
| 第2章 沟通的一般策略 | 引例 L为何沟通失败               | 2.1 沟通者策略             | 2.1.1 沟通目标                   |                          |                  |                 |                           |
|             | 【小案例2 - 1】古井贡酒集团致消费者的公开信 | 2.1.2 沟通者的可信度         | 2.1.3 沟通形式                   |                          |                  |                 |                           |
|             | 【小案例2 - 2】该怎样选择沟通策略      | 2.2 听众策略              | 2.2.1 听众态度分析                 |                          |                  |                 |                           |
|             |                          | 2.2.2 听众群体分类          | 【小案例2 - 3】维西尔公司沟通中抓住主要听众反败为胜 | 2.3 信息策略                 |                  |                 |                           |
|             |                          | 2.3.1 组织信息策略          | 2.3.2 听众记忆曲线                 | 2.3.3 传递负面信息策略           |                  |                 | 【小案例2 - 4】拒绝信贷            |
|             |                          | 2.4 渠道策略              | 2.4.1 沟通渠道分类                 | 2.4.2 沟通渠道选择策略           |                  |                 |                           |
|             |                          | 【小案例2 - 5】“邮件门”事件中的沟通 | 2.5 反馈策略                     | 【小案例2 - 6】某公司物资设备质量的反馈制度 |                  |                 |                           |
|             | 2.6 文化背景策略               | 本章小结                  | 复习思考题                        | 沟通游戏                     | 案例分析             |                 |                           |
| 第3章 心理与沟通   | 学习目标                     | 引例 不同情境下人们的抉择         | 3.1 个性特征与沟通                  |                          |                  |                 |                           |
|             | 3.1.1 能力与沟通              | 3.1.2 性格与沟通           | 3.1.3 气质与沟通                  | 3.2 环境氛围与沟通              | 3.2.1            |                 |                           |
|             | 沟通场所的选择                  | .....                 | 第2篇 组织内外部沟通                  | 第3篇 个人沟通技能附录             | 自我测试题结果评价        |                 |                           |
|             |                          |                       |                              |                          |                  |                 | 主要参考文献                    |

## 章节摘录

插图：弗雷德·鲁森斯和他的同事们通过对多个层面、多个类型，包括零售商店、医院、政府部门、报社、公司总部、金融机构、制造业等248名管理者进行研究发现，这些管理者都从事以下4种活动：

（1）传统管理：计划、决策和控制。

观察到的行为有：制定目标，明确实现目标所要完成的任务，分配任务及资源，安排时间表等；明确问题所在，处理日常危机，决定做什么、如何做；考察工作，监控绩效数据，预防性维护工作等。

（2）日常沟通：交流常规信息和处理案头文件。

观察到的行为有：回答常规程序性问题，接收和分派重要信息，传达会议精神，通过电话接收或者发出日常信息，阅读、处理文件、报告等，起草报告、备忘录等，以及一般的案头工作。

（3）人力资源管理：激励、奖惩、处理冲突、人员配备和培训。

观察到的行为有：正式的奖金安排，传达赞赏之意，给予奖励，倾听建议，提供团队支持，给予负性的绩效反馈，制定工作描述，面试应聘者，为空职安排人员，澄清工作角色，培训，指导等（制定规章制度并依此进行奖惩不可能被观察到，所以这一范畴没有考虑）。

（4）社交活动：社会化活动和与外界交往。

观察到的行为有：与工作无关的闲谈，插科打诨，议论流言蜚语，抱怨、发牢骚，参加政治活动以及搞搞小花招，应对外部相关单位，参加外部会议、公益活动等。

<<管理沟通>>

编辑推荐

《管理沟通》：21世纪高等院校工商管理精品教材

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>