

<<管理沟通>>

图书基本信息

书名：<<管理沟通>>

13位ISBN编号：9787565401107

10位ISBN编号：7565401102

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，李亚伯 编

页数：279

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>>

内容概要

本书具有如下特色： 第一，自成体系。

基于十来年的教学经验，笔者主要从三个模块组织内容：管理沟通的一般原理、组织内外部沟通、沟通技能。

沟通原理打基础；组织内外部沟通解决企业实际中的沟通问题，在企业的培训中尤其受欢迎；沟通技能的训练越来越受到MBA学生的青睐。

第二，中西结合。

理论框架中既有西方管理沟通的基本原理，也有中国文化背景中的沟通理念。

第三，兼容大小企业实际。

书中既有世界500强公司的案例，也有本土中小企业的故事，还包括职场流行小学的场景，力争反映最新的企业动态。

<<管理沟通>>

书籍目录

第1章 沟通概述 学习目标 引例 不沟通导致双输 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 【小案例1-2】一起由沟通不畅引起的事故 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1-3】“白领腔”的陈小姐 【小案例1-4】难懂的产品说明书 1.3 成功沟通的原则 1.3.1 诚恳开放地沟通 1.3.2 换位思考 【小案例1-5】换位思考使审计工作底稿签字 1.3.3 建设性沟通 【小案例1-6】减少的退休金 【小案例1-7】可以不打扰我吗? 【小案例1-8】小店如此宣传：“更须公款吃喝” 【小案例1-9】问题导向的沟通 【小案例1-10】描述性沟通 复习思考题 案例分析 第2章 沟通的一般策略 学习目标 引例 西奈半岛之争 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 2.6.1 文化背景影响沟通 2.6.2 跨文化沟通策略 【小案例2-7】联想并购IBM个人电脑部门 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 对80后员工上班玩电子游戏问题的处理 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 3.2.2 沟通场所的布置 3.3 人际沟通 3.3.1 人际沟通含义及过程 3.3.2 人际沟通行为影响因素 3.3.3 人际沟通障碍及克服 【小案例3-1】收编还是处决第4章 组织内部沟通第5章 企业与媒体的沟通第6章 危机沟通第7章 有效演讲第8章 有效面谈第9章 有效写作第10章 有效倾听附录：自我测试结果评价主要参考书目

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>