

<<国际职业经理人培训教程>>

图书基本信息

书名：<<国际职业经理人培训教程>>

13位ISBN编号：9787802113169

10位ISBN编号：7802113164

出版时间：2006-12

出版时间：中央编译出版社

作者：李笑天

页数：458

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>

<<国际职业经理人培训教程>>

内容概要

什么是职业经理人呢?我翻阅了中外许多企业管理类的书籍,但是,没有找到一种完整的定义。甚至在中外辞典中也难以查到这一词汇。

既然对职业经理有着不同的理解,我就姑且将其简单地定义为:职业经理人是实行了现代企业制度的企业中,以长期担任经理职务为职业目标和谋生手段的企业领导者、管理者和经营者。

职业经理人是主宰现代企业命运的最庞大的企业经营管理者群体,是企业乃至社会发展最稀缺的精英人才,是市场经济社会中战斗在经济第一线的英雄豪杰。

正是出于对职业经理人的敬仰之心,在我的经济学与企业管理知识储备与才能所远远不及的情况下,我斗胆编写中国第一本系统反映职业经理人地位、角色、作用、素养与管理技能的专用培训教材——《国际职业经理人培训教程》。

本书共分三编,第一编主要内容是职业经理人的地位、作用、素养技巧等职业基本要求;第二编主要介绍有关经理人文化的相关内容;第三编主要是职业经理人必须具备的通用的基础知识,而不是某个专业的管理知识,适合于在企业中任职的不同岗位的职业经理人,希望能对中国的职业经理人培训事业尽到绵薄之力。

<<国际职业经理人培训教程>>

作者简介

李笑天，李笑天先生是国内知名的营销专家、培训专家和企业管理与企业文化研究工作者。1983年大学毕业，曾经在职进修研究生课程。

曾在新闻媒体供职10多年，现任中国企业文化促进会副秘书长、《中国企业文化》杂志副主编、中国企业文化建设经典案例丛书主编。

10多年来，曾经调

书籍目录

第一编 职业经理人的职业道德与素养 第一章 职业经理人的角色和素养 第一节 职业经理人的定义 第二节 职业经理人阶层的产生 第三节 企业在什么发展阶段最需要职业经理人 第四节 职业经理人的六种类型 第五节 职业经理人的八大特征 第六节 职业经理人的七种社会角色与职务角色 第七节 中外著名职业经理人简介 第二章 职业经理人的地位与作用 第一节 职业经理人的社会地位与作用 第二节 职业经理人队伍存在的问题 第三节 职业经理人与企业所有者的关系 第四节 职业经理人与资方的四大区别 第五节 职业经理人与资方之间的四大冲突 第三章 职业经理人的职业道德 第一节 职业道德的形成要素 第二节 职业道德对职业经理人的重要性 第三节 职业经理人的职业道德标准 本章案例 第四章 职业经理人的职业素养训练 第一节 职业经理人素质培训 第二节 职业经理人的能力训练 第三节 职业经理人的品质修炼 第四节 职业经理人的沟通技巧 第五章 职业经理人的职业生涯拓展 第一节 确立自我概念 第二节 职业经理人角色的自我设计 第三节 职业经理人如何适应角色转变 第四节 职业经理人上任后应该注意的问题 第五节 职业经理人取得上司信任的要领 第六节 管理者的“四个层级”与职业经理人的身份错位 第七节 职业经理人如何提高自身素质 第六章 职业经理人的选聘程序 第一节 选聘的时机 第二节 职业经理人的招聘来源及方法 第三节 职业经理人的解聘程序 第七章 职业经理人的薪酬体系 第一节 职业经理人薪酬设计的五项原则 第二节 职业经理人的薪酬体系 第三节 MBO对职业经理人的激励 第八章 职业经理人的知识结构 第九章 职业经理人必备的商务公关礼仪常识 第一节 职业经理人的公关策略 第二节 职业经理人的谈判策略 第三节 职业经理人的个人商务礼仪 第四节 商务接待礼仪 第五节 开业典礼商务礼仪 第六节 国际商务礼仪(世界主要国家礼俗) 第二编 经理人文化 第一章 研究经理人文化 第二章 研究经理人文化的意义 第三章 经理人文化的类型分析 第四章 管理层和谐是经理人文化的精髓 第五章 经理人行行为准则 第六章 优秀经理人的性格特征 第七章 提倡做“五商俱全的经理人” 第三编 职业经理人必备的企业管理基本知识 第一章 职业经理人常用的经济学词汇 第二章 世界著名管理大师理论概要 第一节 泰勒：世界科学管理之父 第二节 亨利·法约尔：现代经营管理之父 第三节 马克斯·韦伯：组织理论之父 第四节 梅奥：人际关系学说的创立者 第五节 马斯洛：人性管理的理论大师 第六节 巴纳德：社会系统学派的开创者 第七节 西蒙：管理决策学派的领航者 第八节 杜拉克：理论与实践相结合的管理大师 第九节 戴明：质量管理的一代宗师 第十节 明茨伯格：经理角色的挖掘者 第十一节 钱德勒的管理层级制理论 第十二节 彼得·圣吉：掀起全球组织学习浪潮的人 第十三节 迈克尔·波特：战略教父 第十四节 约翰·科特：当代领导学的权威 第三章 职业经理人常用的管理学知识 第一节 管理学中的人性假设 第二节 目标与计划管理 第三节 管理者的三种类型 第四节 高效管理者应该具备的素质 第五节 实现成功职业管理的10个步骤 第六节 成功管理者的四个特征 第七节 管理者的知识结构差异 第八节 组织管理中的授权运用 第九节 管理改进的十条基本原则 第十节 职业经理人的个人工作目标管理 第十一节 职业经理人的时间管理 第十二节 管理者的效能评价 本章案例 第四章 职业经理人常用的组织行为学知识 第一节 组织行为学定义 第二节 组织行为学研究两个基本问题 第三节 组织行为学发展历程简要回顾 第四节 组织行为学发展的五大趋势 第五节 一种常见的研究方法——案例分析法 第六节 组织发展的内容与过程 第七节 组织管理中的激励机制 第八节 组织行为学与企业用人艺术 第九节 转变观念与组织文化创新 第十节 团队组织是一种高效的组织形态 第十一节 学习型组织与第五项修炼 第十二节 组织行为学的评价 本章案例 第五章 职业经理人常用的领导学知识 第一节 领导者的特点和品质 第二节 领导者的才能、需要和角色定位 第三节 柔性管理中的三种领导类型 第四节 发挥领导者影响力的几种方法 第五节 领导者的换位思考 第六节 有效领导的要诀 第七节 领导者的十项修炼 第八节 创新型领导的授权途径 第九节 领导者正确决策的六大步骤 第十节 领导学发展的五大趋势 第十一节 领导者的七个教训 第十二节 关于“自我领导的二十条建议” 第十三节 领导者自我管理的工作顺序单 第十四节 如何评价领导者 第十五节 测量领导者可信度的六C标准 第十六节 领导的自我诊断 本章案例 第六章 职业经理人常用的企业文化知识 第一节 企业文化的概念与内涵 第二节 企业文化是迄今为止企业管理的最高阶段 第三节 影响企业文化的十大因素 第四节 文化管理产生的六大原因 第五节 企业文化所拥有的十种“力” 第六节 企业文化的作用 第七节 企业文化建设的步骤 第八节 经理人与企业文化建设 第九节 企业文化建设实务 本章案例 第七章 市场

<<国际职业经理人培训教程>>

营销基础知识与市场营销新观念 第一节 营销战略是企业发展战略的重要组成部分 第二节 国外主要市场营销理论介绍 第三节 推销—促销—营销三者的差别 第四节 制定企业营销战略的七大要素 第五节 心经济时代的文化营销

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>