

<<人际关系管理实务>>

图书基本信息

书名：<<人际关系管理实务>>

13位ISBN编号：9787309093834

10位ISBN编号：7309093836

出版时间：2013-2

出版时间：许晓青 复旦大学出版社 (2013-02出版)

作者：许晓青

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>

<<人际关系管理实务>>

内容概要

<<人际关系管理实务>>

书籍目录

模块一 社会认知及评价能力 第一章 社会认知差异与管理 本章主要学习目标 知识目标 能力目标 引导案例 对教师的评价 第一节 感知觉与个体行为的管理 一、感觉 (一) 感觉是对事物个别属性的反应 (二) 感觉是一切高级心理活动的基础 二、知觉 (一) 知觉是人对事物的整体和简单关系的反应 (二) 知觉的基本特性 认知能力模拟实训1: 你看到了什么?

第二节 社会知觉和社会认知效应 一、社会知觉 二、社会认知效应及偏差 (一) 深刻的第一印象——首因效应 (二) 最近的事件会留下清晰印象——近因效应 (三) 先入为主——定型效应 (四) “情人眼里出西施”——晕轮效应 (五) 以己度人——投射效应 (六) 难以察觉潜在的危机——青蛙效应 三、社会认知偏见及其特征 社会认知评价能力实训2: 印象卡 本章小结及对管理实践的意义 本章复习思考题 模块二 自我管理 第二章 个性差异与管理 本章主要学习目标 知识目标 能力目标 引导案例 雅科卡的传奇经历 第一节 气质差异与管理 一、气质带有先天秉性的特征 二、气质是怎样产生的 三、气质类型及其行为特征 (一) 热情、敏捷而易变的多血质 (二) 沉稳、理智而顽强的黏液质 (三) 直率、生机勃勃但易冲动的胆汁质 (四) 敏感、细心而脆弱的抑郁质 四、气质特点在管理中的具体应用 (一) 气质无好坏之分 (二) 气质不能决定一个人社会价值和成就的高低 (三) 气质与职业相匹配 第二节 人格差异与管理 一、人格中的五个维度——大五人格 二、谁是命运的主人——控制点 三、喜欢操纵、注重实效的马基雅维利主义 四、自尊 五、自我监控性 六、A型人格 七、人格与工作相匹配 人格测评实训1: 艾森克人格测验 (EPQ) 第三节 能力差异与管理 引导案例 福特的用人策略 一、能力概述 (一) 心理能力——智力 (二) 躯体能力 (三) 能力—工作的匹配 (四) 知识、技能和能力之间的关系 能力拓展训练1: 九个点 二、管理者应掌握的技能 三、组织管理中的用人之道——知人善任 (一) 知人 (二) 善任 人格测量模拟实训2: 卡特尔十六种人格因素测验 (16PF) 个性测评 本章小结及对管理实践的意义 本章复习思考题 第三章 情绪、情感与管理 本章主要学习目标 知识目标 能力目标 引导案例 极度愤怒导致的惨案 第一节 情绪和情感的一般概念 一、情绪、情感是一种态度体验 (一) 情绪、情感概述 (二) 需要是情绪、情感产生的基础 (三) 情绪和情感既有区别又有联系 二、情绪变化产生的生理反应 第二节 情绪、情感的种类 一、情绪的基本形式 二、情绪的状态 (一) 微弱而持久的情绪状态——心境 (二) 暴发强烈而短促的情绪状态——激情 (三) 面临重大危险时的焦虑状态——应激 (四) 强烈、稳固而又深刻的情绪状态——热情 情绪管理模拟实训1: 心理健康临床症状测评 (SCL-90) 第三节 组织中的情绪管理 一、情商概述 (一) 什么是情商 (二) 有关情商的实验研究——果汁软糖效应 二、情绪感知等级 三、情绪管理的方法 (一) 员工个体层面的情绪管理 (二) 组织层面的情绪管理 情绪管理能力模拟实训2: 平静一下 本章小结及对管理实践的意义 本章复习思考题 第四章 价值观和工作态度 本章主要学习目标 知识目标 能力目标 引导案例 希拉里, 为政治而生 第一节 价值观与管理 一、价值观的概念 (一) 价值观是一种信念和评价标准 (二) 价值观的两个属性 (三) 价值观是了解员工态度和动机的基础 二、价值体系的稳定性 三、价值体系的来源 四、价值观的分类 (一) 奥尔波特的分类 (二) 罗克奇的价值观分类 价值观测试模拟训练1: 避难所的抉择 价值观测试模拟训练2: 确定自己的价值观 五、价值观与组织文化建设 (一) 组织文化的概念 (二) 价值观与组织文化的关系 (三) 现代组织文化的五大要素 (四) 组织文化建设 第二节 工作态度与管理 引导案例 德国造的骄傲 一、对态度的理解 (一) 态度的定义 (二) 情感因素是态度的核心和关键因素 二、态度的类型 (一) 我是否喜欢我的工作——工作满意度 (二) 把工作视为整个生活的核心——工作投入度 (三) 组织忠诚度 (组织承诺) 三、态度—行为之间的关系 (一) 认知平衡理论 (二) 认知失调理论 (三) 自我知觉理论 四、改变态度的方法——说服与宣传 (一) 说服者的因素 (二) 说服信息的因素 (三) 说服者的人格 (四) 唤起恐惧感会提高说服的有效性 (五) 需要改变态度的幅度不太大 五、工作满意度对工作绩效的影响 (一) 满意度与工作绩效 (二) 满意度与缺勤率 (三) 满意度与流动率 六、员工如何表达不满 七、中国员工态度调查 满意度调查方法实训1: 马氏工作倦怠通用量表的使用 工作满意度调查方法实训2: 对某一工作单位进行员工满意度调查 本章小结及对管理实践的意义 本章复习思考题 第五章 工作压力与管理 本章主要学习目标 知识目标 能力目标 引导案例 崔永元又失眠了?

!

<<人际关系管理实务>>

第一节压力概述 一、对压力的认识 (一) 世界各国员工压力的调查 (二) 压力是什么?
二、压力后的反应 (一) 适度的压力反应 (二) 过度的压力反应 (三) 压力给组织带来的影响 第二
节压力产生的来源 一、压力的潜在来源 (一) 环境因素 (二) 组织因素 (三) 个人因素 (四) 压力
因素具有可叠加性 二、每个人的压力承受水平不同——个体差异 (一) 生理因素 (二) 人格因素 (三)
个人认知 (四) 工作经验 (五) 社会支持 压力管理能力实训1：压力应对方式测试 第三节工作压
力的管理策略 一、应对压力的个人调适 (一) 对成功的认知标准 (二) 有效地管理时间 (三) 积极
利用人际支持网络 (四) 提升自我价值感 (五) 压力的自我调适 (六) 饮食调节压力 二、压力的组
织管理策略 (一) 组织成员的甄选 (二) 设置现实可行的目标 (三) 重新设计工作 (四) 提高员工
的参与程度 (五) 加强组织内部的人际沟通 (六) 善于激励你的下属 (七) 引入员工辅助系统 压力
管理能力实训2：时间管理策略 本章小结及对管理实践的意义 本章复习思考题 模块三人际关系管
理能力 模块四管理沟通能力 模块五团队合作能力 模块六管理激励能力 主要参考文献

<<人际关系管理实务>>

章节摘录

版权页：插图：（1）说服者的权威性。

如果说服者是某一领域的专家或权威人物，则其可信度就高，说服力也较强。

特别是他的观点和意见与自己的物质利益无关时，或者提供的信息被接受者无意得知时，影响力会更大。

（2）说服者的吸引力。

如果说服者有漂亮的外貌、优雅的气质，招人喜爱或与被说服者相似之处较多时，其说服力也较强。由于喜欢易产生认同，态度改变的可能性就较大，如电视广告中的明星、可爱的儿童和动物形象。

（二）说服信息的因素 接受者原有的态度越坚定、执著，则越难被改变，尤其是曾经公开表示或承诺过的态度更是不容易被说服，因为人们很难有勇气承认自己犯了错误。

（三）说服者的人格 能力较强，自信心、独立性较强的人不易被说服；相反，依赖性较高、自我价值感较低的人容易被说服，因为他们需要通过别人正向、积极的评价来提高自我价值感和自信心。

（四）唤起恐惧感会提高说服的有效性 研究表明，唤起恐惧感会提高说服的有效性。

但要注意，恐惧程度不可过强，否则会引起接受者的反感或怀疑。

宣传、说服时要注意信息沟通的方式。

比如，语言要简洁、明快、有条理；态度要诚恳、有足够的证据，有逻辑性。

此外，可采取单方面和双方面（正、反两方面）进行说服宣传，这样效果会更好。

<<人际关系管理实务>>

编辑推荐

<<人际关系管理实务>>

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>