

<<市场调研（第二版）>>

图书基本信息

书名：<<市场调研（第二版）>>

13位ISBN编号：9787501747191

10位ISBN编号：7501747199

出版时间：2004-01

出版时间：清华大学出版社

作者：陈世珍 著

页数：250

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>

书籍目录

第一章 领导者的三种境界

一、孤独的领导：昨夜西风凋碧树，独上高楼，望尽天涯路

.....

第二章 魅力领导素描

一、从不满足于现状

.....

第三章 魅力领导探源

一、魅力的神秘之源

.....

第四章 透视现实 把握未来

一、富有远见的战略设想探微

.....

第五章 传达理想 鼓舞斗志

一、语言的重要性

.....

第六章 用实力和奉献构筑信誉

一、用实力构筑成功的信念

.....

第七章 知人善任 众志成城

一、知人的意义和知人的方法

.....

第八章 领导魅力的负面效应

一、最大的危险：领导者的目标违背下属、组织、公共利益

.....

后记 魅力领导课题的当下“魅力”

<<市场调研（第二版）>>

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>