

<<商战力>>

图书基本信息

书名：<<商战力>>

13位ISBN编号：9787807287995

10位ISBN编号：7807287993

出版时间：2008-1

出版时间：广东经济

作者：李泽尧 编

页数：411

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>

## <<商战力>>

### 内容概要

本丛书针对职业经理人、企业在职干部实战管理能力训练而展开，涵盖了如下内容：第一册为《执行力》，以“执行力”为核心，包括，做人之道——角色与心态：要做事先做人，心态调整最重要；管理之道——管理的主线：管什么？

管理的本质是什么？

有没有一条简单明了的主线呢？

能力之道——管理者基本能力：如何提升管理能力？

有没有让人心服口服的捷径？

第二册为《领导力》，以“领导力”为核心，包括，待人之道——驾驭人性：人性有何规律？

如何成为人性的主人？

管人有哪些基本要点？

带兵之道——打造团队：团队与个人有何不同？

如何打造高绩效团队？

现代管理技术如何与传统管理手段相结合？

第三册为《商战力》，以“商战力”为核心，包括，商战之道——如何赢得商机：商机在哪里？

如何打造火眼金睛？

商业生存与在家做人有何不同？

商战谋略的赢家是谁？

经营之道——打造优秀企业：路遥知马力，最后的赢家属于苦心经营者；企业家有哪些特质？

如何做一个“有准备的人”？

针对各单元，本丛书分别配备了单元思考题。

本丛书非常适合在职企业干部、各级主管、中高层管理者以及有志从事管理的人士使用，可作为自学、企业内训、公开课、企业大学、系列课程班的学习用书，也是职业经理人资格认证培训的首选教材。

## <<商战力>>

### 作者简介

李泽尧，西南交通大学工学硕士，美国威斯康辛国际大学MBA，西南交通大学企业管理博士，《有效管理十八项技能》一书的作者。

实战派企业管理专家。

中山大学高等继续教育学院、颐园学院及中外管理研究中心、清华大学及中国人民大学商学院高级工商管理硕士（MBA）研修班（广州、汕头、东莞、佛山、惠州）特聘教授，中山大学教授经理研究会特约顾问，原广州亚加达mini MBA教育中心负责人、管理系教授、系主任，“在职经理人MBA班”及“国际项目经理文凭班”《项目管理》、《管理学》、《运作管理》、《人力资源管理》课程教授。

国外受训“现代企业管理模式”一年；国外跨国公司高级管理工作两年，国内大型外资企业高级管理工作多年。

五年大学授课经验，十年企业成功管理经验；有亲自规划、编写工厂管理电脑化信息系统的丰富经验。

历任大型外资企业总生产主管，销售部、管理部经理，总经理特别助理，兼ISO 9000委员会委员、培训经理、5S委员会总干事、电脑化推行委员会总干事，管理顾问公司顾问部经理、大型企业（8000人）管理咨询首席顾问、管理顾问公司执行总经理。

职责涉及生产计划及订单跟踪、物料需求计划、采购及委外加工、成本控制、资财系统，有亲自规划设计工厂管理数据库经验。

曾全权主导推动实施某大型企业管理电脑化系统：独立完成系统规划、流程设计，组织并参与相关电脑程序的编写。

独立撰写系统操作手册。

北京、上海、广东多家管理顾问公司的首席顾问和特邀高级培训导师。  
多家企业的首席顾问、常年管理顾问。

## 书籍目录

第一讲 领导者与领导力 第1单元 人之道——人际影响之道 公关意识与人际敏感性——情商 投入与跳出三种境界——情商的起点 公关四层次——公关意识的运用 十大经典公关情景 单元思考题 第2单元 领导力基础 领导者权力 领导力分析 如何提升影响力 如何提升威信、塑造权威 领导技巧的层次 单元思考题 第3单元 领导者人格魅力 好领导的标准——领导者的品质 领导魅力基础——领导者特质理论 领导修炼——如何做一个好领导 单元思考题第二讲 被领导者与领导风格 第4单元 人性透视——认识被管理者 员工的多种类型 员工的成熟度——能力与愿力 人的四种行为风格 心境领导与人性驾驭 人类行为的后台逻辑 用人要点 单元思考题 第5单元 领导模式 领导风格 权变理论 情境领导模式 新官上任 单元思考题第三讲 有效领导 第6单元 拉：愿景管理——调动人心的软技术 引子：什么叫愿景管理 为什么需要愿景管理 如何进行愿景管理 让他“来电”的愿景管理技术 期望账户 单元思考题 第7单元 推：危机意识管理——激发自动自觉 什么是危机意识管理 奖金不会让人心动，扣款才会让人心痛 危机意识管理的目的 如何进行危机意识管理 危机意识管理真的可行吗 单元思考题 第8单元 打：强势管理——营造服从氛围 问题的提出 什么是霸气 为什么管理技能中应该加上霸气 “霸气”——管理者“强势”心理建设 “霸气”的导入 领导力与强制力 单元思考题第四讲 用权艺术 第9单元 抓权与用权——扩大你的影响 ..... 第10单元 授权艺术第五讲 领导技能 第11单元 沟通 第12单元 激励第六讲 领导实务 第13单元 教练技术——训练个人 第14单元 团建技术——打造团队附录参考文献后记

## 章节摘录

第一讲 商道：领导的修炼第1单元 商之道——商业生存之道商业生态与利益人格——商业意识案例大学毕业在省城工作的儿子回到家乡时，他的父亲告诉他说：看看我们建的房子，也就只是多占他半尺的地界，可你看那邻家人，竟然全都忘记我们当初对他的好处，斤斤计较，拒不接受，闹得很厉害。

这位儿子是这样对他父亲说的：其一，你对别人的好处，也许你会记得，但受益的他却未必记得，而且常常会忘记也是人性本来面目。

其二，你可以不在乎自己的利益，但是别人有权在乎他的利益；你对他的好处是你愿意，而伤害到自己的利益他去维护却是他的权利。

其三，问题的关键是要明确知道，任何的利益都是有边界的。

生意心理学——创业者的第一项修炼“大锅饭”为什么行不通，是因为“人为财死、鸟为食亡”，人与人之间有利益的鸿沟。

生意人的第一项修炼，就是要认识到这种人与人之间的利益鸿沟。

某会计人员在业余时间里为4家小公司做会计账，说好的报酬为每月300元。

可是春节时朋友从她口中知道，其中3家都没有结账付款给她。

朋友劝诫她说：“你同人合作一定要有书面协议，不然事情之后时过境迁，你凭什么去向他要钱？换言之，你这样会留下漏洞。

也就相当于故意把钱包放到别人的面前去，你怎么可能叫他不眼红、不产生贪占之心呢？

”“人心隔肚皮”，反映的是各自思想的独立性和难以捉摸性。

而人与人之间的利益鸿沟，则反映了人与人之间人格的独立性，人的意志的独立性。

如果没有利益人格的独立性，那么经济法、民事法律就失去了其基本的利益划分单位和利益保护单元

。

<<商战力>>

编辑推荐

《商战力(PMTP-3)》由广东省出版集团，广东经济出版社出版。  
无论风筝飞到多高、多远，如果你把拽住风筝的那根线捆在电线杆上，你就一定会发现，风筝会很快跌落到地上；无论制度、组织怎样完善，企业管理没有一劳永逸，你还必须发出力量、创造价值、作为动力源！  
——李泽尧

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>