

<<领导学>>

图书基本信息

书名：<<领导学>>

13位ISBN编号：9787040314847

10位ISBN编号：7040314843

出版时间：2011-5

出版范围：高等教育

作者：吴维库

页数：410

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>

<<领导学>>

内容概要

《领导学（第2版）》共分五个单元，第一单元介绍领导学的一般概念，第二单元讨论个人领导力，第三单元讨论团队领导力，第四单元讨论组织领导力，第五单元讨论应用领导力。

第一单元概述，讨论领导、领导者、追随者的概念，区别领导与管理。

第二单元个人领导力，重点讨论通过情商与情绪管理来缔造个人影响力。

第三单元团队领导力，重点讨论以价值观为本的领导理论。

第四单元组织领导力，介绍西方领导学的主要理论。

第五单元应用领导力模块，重点讨论将领导学的主要理论应用于实践。

《领导学（第2版）》可作为工商管理硕士和本科学学生领导学课程教材，也可作为企业管理人员的培训教材。

作者简介

吴维库,博士,清华大学经济管理学院战略与政策系教授。

1961年生于黑龙江省佳木斯市。

东北大学本科,哈尔滨工业大学硕士,清华大学博士。

曾在美国宾夕法尼亚大学沃顿商学院进修“公司战略”、“竞争战略”及“领导学”,在哈佛大学商学院和香港科技大学研修“领导学”和“组织行为学”。

主要研究与教学领域是“战略管理”和“企业领导学”。

书籍目录

第1章 领导与追随1.1 领导者与领导1.2 领导与管理1.3 领导者的行为1.4 领导力1.5 影响力作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第2章 智商与情商培养2.1 智商培养2.2 情商的内涵与作用2.3 知觉自己的情绪2.4 管理自己的情绪2.5 认识他人的情绪2.6 情绪运用作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第3章 情绪管理3.1 神经语言程序编制的基本原理3.2 管理情绪作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第4章 团队与团队管理4.1 团队与群体概念4.2 打造高绩效团队4.3 团队领导4.4 团队成员作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第5章 以价值观为本的领导5.1 以价值观为本领导理论概述5.2 组织的价值观5.3 企业是一个平台5.4 构造以价值观为本的企业文化5.5 以价值观为本领导理论的实施作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第6章 人格特质理论与领导行为理论6.1 人格特质理论6.2 领导行为理论6.3 高效能人士的七个习惯6.4 九型人格作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第7章 权变与情境领导7.1 菲德勒的权变理论7.2 赫塞赫和布兰德的情境领导理论7.3 路径-目标领导理论7.4 Vroom.Jago权变模型作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第8章 魅力型领导理论, 交易型领导和改造型领导8.1 魅力型领导理论8.2 交易型领导8.3 改造型领导8.4 交易型领导与改造型领导的区别8.5 交易型领导和改造型领导的前提条件作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第9章 领导学论丛林9.1 二元领导9.2 第五级领导9.3 服务型领导和仆人型领导9.4 参与型领导9.5 创业型领导9.6 和谐型领导9.7 教练型领导9.8 伦理型领导9.9 真诚型领导作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第10章 如何做正职10.1 正职及其任务10.2 正职的素养10.3 正职的具体职责10.4 技术主管成为领导者要做的10个观念转变作业1 案例与思考作业2 思考题作业3 练习第11章 如何做副手第12章 如何做企业领导者的秘书第13章 沟通艺术第14章 奖励与批评第15章 时间管理

章节摘录

版权页：插图：权力性影响力与非权力性影响力，尽管各有其特点，但两者又是相互联系、相互影响的。

第一，领导影响力是权力性影响力与非权力性影响力的有机统一。

权力性影响力是领导影响力的前提要素。

手中有实权，方能支配下级，实现领导功能。

非权力性影响力是领导影响力的基础要素。

要使下属自觉地、真正地服从，仅仅依靠职权是不行的。

当领导者盛气凌人、颐指气使、武断专横、滥施淫威时，下属只是口服心不服，暂时敷衍屈从，心底却暗生怨恨之意。

这种影响力是表面的、虚假的，对人的影响是暂时的，极其有限的，有时甚至是事与愿违的。

一位领导者，只有具备某种专门知识和才干，而且品德高尚、作风正派、处处以身作则、为人表率、坚持原则、秉公执政、办事公道、在工作中做出许多成绩，他的领导活动才能为下属所接受，他的为人才能得到下级的钦佩，下级才容易接受他的影响力，并且从心理上归属于他。

这种归属和接受不是强制性的，而是由衷的、自觉的、心甘情愿的。

崇高的威信是领导者的内在魅力，它像磁石吸铁一样，吸引着他的部下。

因此，非权力性影响力是构成领导影响力的最坚实的基础。

第二，两种影响力相互影响，其中，非权力性影响力制约着权力性影响力。

威信的高低可以导致实际权力大小的变化。

学者亨利·艾伯斯认为：经理的权力可能远远超过经理所具备的职位上的权力，这会使下属乐意接受组织上的职责。

这就是说，领导者拥有的非权力性影响力可以大大加强他的权力性影响力。

职权取决于职位，而威信主要与领导者个体行为与素养密切相关。

从另一个角度讲，只有权力性影响力而无非权力性影响力，权力性影响力也难以发挥功效，权力最终也会丧失。

<<领导学>>

编辑推荐

《领导学(第2版)》是工商管理硕士系列教材之一。

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>