

<<面谈>>

图书基本信息

书名：<<面谈>>

13位ISBN编号：9787100044257

10位ISBN编号：7100044251

出版时间：2005-5-1

出版时间：商务印书馆

作者：祝吉芳,《哈佛管理前沿》《哈佛管理通讯》编辑组

页数：166

译者：祝吉芳

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>

## <<面谈>>

### 内容概要

如今电子邮件、短信息、电话会议充斥于我们的工作环境，但这些现代化的沟通方式却不能完全使沟通顺畅。

因此，面谈，即面对面交流就前所未有的重要。

本书融会了面谈的方方面面，从语言交流到非语言交流，从说者的角度到听者的角度，全方位地展示了面谈的魅力。

读后不仅有助于管理者磨砺自己的交际技能，还有助于经理取得惠及个人和公司的傲人成绩。

信心十足 直截了当；      不畏逆境 坚持主张；      意见中肯 批评得当；      语言巧妙 交流顺畅。

## &lt;&lt;面谈&gt;&gt;

## 作者简介

贝蒂·A·马汤(Betty A. Marton) 职业：自由撰稿人，地址：纽约州帕尔兹(New Paltz, NY. )。

洛伦·加里(Loren Gary) 职业：编辑，地址：哈佛商学院出版公司《管理通讯》集团(the Newsletters and Conferences Group at Harvard Business School Publishing)。

尼克·雷登(Nick Wreden) 著有《联合打出商标品牌：为客户经济打造战略品牌》(Fusion Branding : Strategic Branding for the Customer Economy)。

约翰·鲍多尼(John Baldoni) 著有《杰出领袖的几大交流秘密》(Great Communication Secrets of Great Leaders)。

西奥多·金尼(Theodore Kinni) 职业：商业作家(曾发表署名或不署名著作七部)，地址：弗吉尼亚威廉斯堡(Williamsburg, Va. )。

理查德·比尔克(Richard Bierck) 职业：财经作家，自由撰稿人，地址：新泽西州普林斯顿，作品曾发表在《美国新闻·世界报道》(U.S. News-World Report)，《布卢姆伯格个人理财》(Bloomberg Personal Finance)及《检阅》(Parade)上。

尼克·摩根(Nick Morgan) 《哈佛管理通讯》(Harvard Management Communication Letter)编辑。

莉兹·辛普森(Liz Simpson) 职业：商业作家，地址：奥斯汀(Austin)。

安妮·菲尔德(Anne Field) 职业：商业作家，地址：纽约州佩勒姆(Pelham, N.Y. )。

玛莎·克劳默(Martha Craumer) 曾在CSC指数公司(CSC Index)、莲花咨询(Lotus Consulting)和Zefer公司从事营销传播工作，现在往来于麻省剑桥(Cambridge, Mass. )与佛罗里达州萨拉索塔(Sarasota, Fla. )两地之间。

<<面谈>>

书籍目录

- 引言第一部分 用语言交流打动听众1. 掌握说服的艺术 贝蒂·A·马汤2. 注重交流内容, 促使局势好转 洛伦·加里3. 如何在30秒内阐明观点 尼克·雷登4. 提出的问题得体吗?  
约翰·鲍多尼5. 单方面的交流限制领导才能的发挥吗?  
西奥多·金尼第二部分 用非语言交流打动听众1. 如何听 理查德·比尔克2. 微笑背后的真相及秘密 尼克·摩根3. 姿势妨碍成功吗?  
尼克·摩根4. 脸: 流露什么, 掩饰什么第三部分 “阅读” 交流对象发出的信号1. 消除抵触情绪, 赢得对方支持 莉兹·辛普森2. 如何知道同事在撒谎?  
3. 快速读懂交流对象的技巧第四部分 顶住压力, 打动听众1. 别任压力毁掉交流 安妮·菲尔德2. 制怒 玛莎·克劳默4. 为批评同事支招

## &lt;&lt;面谈&gt;&gt;

## 章节摘录

哈佛商学院经管图书简体中文版的出版使我十分高兴。  
2003年冬天，中国出版界朋友的到访，给我留下十分深刻的印象。  
当时，我们谈了许多，我向他们全面介绍了哈佛商学院和哈佛商学院出版公司，也安排他们去了我们的课堂。  
从与他们的交谈中，我了解到中国出版集团旗下的商务印书馆，是一个历史悠久、使命感很强的出版机构。  
后来，我从我的母亲那里了解到更多的情况。  
她告诉我，商务印书馆很有名，她在中学、大学里念过的书，大多都是由商务印书馆出版的。  
联想到与中国出版界朋友们的交流，我对商务印书馆产生了由衷的敬意，并为后来我们达成协议、成为战略合作伙伴而深感自豪。  
哈佛商学院是一所具有高度使命感的商学院，以培养杰出商界领袖为宗旨。  
作为哈佛商学院的四大部门之一，哈佛商学院出版公司延续着哈佛商学院的使命，致力于改善管理实践。  
迄今，我们已出版了大量具有突破性管理理念的图书，我们的许多作者都是世界著名的职业经理人和学者，这些图书在美国乃至全球都已产生了重大影响。  
我相信这些优秀的管理图书，通过商务印书馆的翻译出版，也会服务于中国的职业经理人和中国的管理实践。  
20多年前，我结束了学生生涯，离开哈佛商学院的校园走向社会。  
哈佛商学院的出版物给了我很多知识和力量，对我的职业生涯产生过许多重要影响。  
我希望中国的读者也喜欢这些图书，并将从中获取的知识运用于自己的职业发展和管理实践。  
过去哈佛商学院的出版物曾给了我许多帮助，今天，作为哈佛商学院出版公司的首席执行官，我有一种更强烈的使命感，即出版更多更好的读物，以服务于包括中国读者在内的职业经理人。  
在这么短的时间内，翻译出版这一系列图书，不是一件容易的事情。  
我对所有参与这项翻译出版工作的商务印书馆的工作人员，以及我们的译者，表示诚挚的谢意。  
没有他们的努力，这一切都是不可能的。

### 编辑推荐

“ 经理人下午茶系列 ” 丛书中的文章均引自《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》，每本书都收集了最前沿的管理理念和思维，借以帮助管理人员提高管理技能、增强领导能力，从而使其在商界更胜一筹。

本丛书编排简洁，通俗易懂，同时提供了权威的管理见解和方法，读后可使你取得立竿见影的管理效果。

关于《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》 《哈佛管理前沿》和《哈佛管理通讯》是全球知名的管理期刊，隶属于哈佛商学院出版公司六大支柱产品之一——《哈佛通讯》。

这两本杂志由哈佛商学院出版公司资深编辑和顶尖顾问群共同编辑，其中精选的文章锁定全球最新的管理主题，以讲管理故事的形式，为企业管理者及企业领袖提供深入浅出、具体可行的解决方案。

这些文章篇幅都比较短，讲述的都是全球管理领域的最新实践，以及新案例、新理念，每一篇文章都注重与读者的互动，有很强的可读性和实用性。

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>