第一图书网, tushu007.com

<<非常时期非常领导>>

图书基本信息

书名：<<非常时期非常领导>>

13位ISBN编号：9787111270065

10位ISBN编号：7111270061

出版时间：2009-5

出版时间：机械工业出版社

作者：杨思卓

页数：234

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

前言

无论从哪个角度讲，中国经济都在经历着转型和质变：将从改革开放30年来的“快速增长”模式转型和质变为今后长时期内的“科学发展”模式；将从“出口”拉动、“投资”拉动调整和质变为由消费、投资、出口协调拉动。
以前那个仅靠低成本优势就能轻易赚钱的时代已经结束了。
而中国经济的转型，倒逼着企业进行主动或被动的自我变革。
大势已变，企业怎么办？
一定要应势而变，否则大势浩浩，逆之则亡。
而此次全球性的金融危机，加速了人们对中国企业发展模式的反省和对变革的渴望。
人们在过去习惯了简单的赚钱方式，依赖于优惠政策、依附于国外订单，没有自己的品牌、没有自己的销售队伍、没有自、己的研发。
当外部市场风云突变之后，中国企业突然发现自己是如此孤单。
应该说，经济繁荣期给我们带来了激进的改革，同时改善了消费者的选择；经济萧条期则帮助我们把精力集中在最重要的事情上，同时加速了已经过时的技术和公司的灭亡。
显而易见的是，所有的衰退都会对文化和社会产生影响，在较大的衰退中，影响就更为深远。
其影响的不仅仅是经济，更是整个社会和文化时代。
当下的危机也可能会在很多不同的方面催生改变，从我们的娱乐习惯到保健方式。

内容概要

《非常时期非常领导》核心内容就是如何利用危机崛起的领导智慧。
顺逆之理，成败之道，娓娓道来，读来如入名山大川，与一位博古通今的智者彻夜长谈。
案例生动，道理精辟……开卷而思，体验豁然开朗之快感；掩卷而起，感受恍然大悟之满足。
在这场突如其来的金融危机让全球为之惊惶时，《非常时期非常领导》另有视角：危机不是人类公敌，它是一种可以利用的能量，是被摧毁还是被成就，关键要看你如何利用这种能量。

作者简介

杨思卓，北京大学领导力研究中心副主任、深圳中商国际管理研究院执行院长。
畅销代表作有《领导力的360°修炼》、《职业培训师的36项修炼》、《中国管理顾问手册》、《黑钻顾问》等。
多年来以其政、商、学三位一体的功底从事管理咨询与教学实践，被誉为企业管理的“黑钻顾问”。

<<非常时期非常领导>>

书籍目录

丛书序 聚集改变未来的力量 前言第1章 非常时期，需要非常领导1.1 非常时期，呼唤非常领导1.2 剧变警钟，唤醒智慧潜能1.3 金融危机下的非常策略1.4 情境转换与领导方式切换1.5 化危为机：必当机立断1.6 从容应变：需临危不乱1.7 进攻需“大勇”，转移需“大智”1.8 平时静态战略，战时动态策略1.9 理性决策以正合，灵性决策以奇胜1.10 强攻应提升速度，智取必更换跑道1.11 从多头并进到重点突破1.12 从单一战术到组合战术1.13 从快公司到“韧”公司1.14 从做大做强到做深做厚第2章 非常模式，应对非常挑战2.1 自造优势，持续发展三字诀2.2 从产品竞争到模式竞争2.3 战略模式：如何从红海走向蓝海2.4 市场模式：如何由针锋相对到超越竞争2.5 运营模式：如何从“经营”到“精营”2.6 管理模式：如何轻松解决管理难题2.7 执行模式：如何提升动力破除阻力第3章 非常韬略，提升非常威信3.1 统御之道解决MBA难题3.2 企业家掌控企业的“五略”3.3 如何做到不怒自威3.4 令行禁止之要术3.5 心悦诚服之心法3.6 三位一体，驭人有方3.7 刚柔并济，驭人有道3.8 企业领袖必知的“五星”法则3.9 领导者的非智力要素3.10 人际沟通的“五线谱”3.11 化解冲突的灭火器原理3.12 领导有度：授权而不失控3.13 驾驭强势下属的“降龙之策”3.14 “飞龙先锋”与“潜龙元帅”3.15 领导者的角色变形第4章 非常团队，成就非常事业4.1 欲建设优秀团队，先成为卓越领导4.2 领导人的选才之眼4.3 处置不称职员工的双刃剑4.4 破译“人才引力公式”4.5 培养接班人的九项要诀4.6 要改变行为，先控制欲望4.7 企业不可缺少的三大游戏规则4.8 防范内部腐败，先建四道防线4.9 炼就钢铁团队，锻造行为习惯4.10 培育企业文化的“十六字令”

章节摘录

第1章 非常时期，需要非常领导　　当国家遭遇突发事件时，会宣布进入“紧急状态”；当部队面临敌情异动时，会命令进入“一级战备”。
那么当企业面临危机时，会怎么做？
当然也要明确进入“非常时期”。
非常时期，只有比群体看得更高的人，才能领导群体走得更远。
1.1非常时期，呼唤非常领导　　当金融海啸突如其来，经理人能力难以为继，企业之船风雨飘摇之时，我们发现了一个引人注目的现象：一些曾经创造了辉煌、如今已经退居“后舱”研究未来的企业家，面对狂风巨浪，重返前台，再度掌舵。
丰田之变：丰田章男临“亏”受命　　71年来，这家汽车公司首次面临亏损，这让家族第四代长孙丰田章男（AkioToyoda）浮出水面。
2009年1月，丰田副社长丰田章男接任社长。
作为丰田创始人丰田喜一郎的孙子，丰田章男重掌丰田帅印，日本媒体用“大政奉还”形容这次交班。
2008年7月，在向来贡献超过40%利润的美国汽车市场，丰田汽车销量骤降21.4%。
紧接着，在2008年12月22日，总裁渡边捷昭沉重地宣布：丰田汽车预计，在截至2009年3月31日的财政年度内，将亏损1500亿日元。
这是该公司自1938年以来首次出现年度亏损，即使在第二次世界大战和广岛协议之后，丰田都没有出现过这种情况。
丰田章男临“亏”受命，显示出了非常领导的魄力，正像他所说的：“我将竭尽全力带领丰田汽车度过这次世纪危机”。
联想之变：柳传志重新掌舵　　2009年2月5日，联想集团创始人柳传志复出担任集团董事局主席，挽救联想面临的困境，杨元庆则取代阿梅里奥担任联想集团首席执行官。
这是联想集团自收购IBMPC以来最大的一次人事调整。
柳传志坦言：“董事会的工作其实主要就是两件事：一是对管理层的监督，二是对管理层的具体支持。
我在支持方面除了协调关系之外，在战略制定上也可以帮忙看看。
我只是做做这些工作，更多的工作还是压在他们身上。
”所以，他担任董事局主席，主要是为了让杨元庆有更好的精力去做好CEO的工作。
重新担任联想集团董事局主席的柳传志，同时还担任着联想控股总裁一职。
在此次管理层调整中，在联想供职三年多的罗里?里德还担任了新设立的总裁兼COO一职。
对于这个调整，柳传志认为：带国际的兵还要用国际的将，用本地化的管理。
只能成功，不能失败。
正如柳传志所说：“因为我从来没有在失败的时候离开过联想。
我只可能在成功、做得好的时候退出，不可能在做坏、有问题时离开，那是不可能的。
因此对我来说，不可能有失败，失败了就接着做吧，做到成功为止。
”　　全球经济危机的冲击，使联想的领导者们真正意识到危机已经悬在头顶。
很显然，危急关头，杨元庆的资历难以继任。
重整山河，逐鹿中原，问鼎天下，还需老帅担此大任。
分众之变：江南春再度出海　　2009年1月26日，分众传媒宣布，该公司执行董事长江南春将取代谭智再度出任首席执行官一职，而谭智将继续担任分众传媒执行董事。
分众传媒还宣布任命AlexDeyiYang出任临时首席财务官，迈克尔?许（MichaelXu）为财务副总裁。
江南春说：“我对再度出任首席执行官感到非常激动，期望能够与谭智和管理团队密切合作，推动分众传媒的经营更上一层楼。
我们对Yan9出任临时首席财务官表示欢迎，自2004年8月以来，Yang一直参与了我们的所有重要交易，对公司经营和财务状况非常了解。

”　　2008年底，新浪以约合13.7亿美元的代价，将分众传媒旗下的楼宇电视、框架广告、卖场广告等业务收入囊中。
但进入2009年，美国传媒巨头时代华纳、AOL集团、ClearChannel户外广告公司等都相继宣布裁员。
广告市场低迷、用户数下降使刚刚崛起的新媒体在此次寒潮中受到了巨大的冲击。
　　在这个越发寒冷的冬季，江南春出山了，以惊人的沉着和勇毅再度挂帅，其豪气丝毫不减当年。
　　华硕之变：施崇棠重掌权柄　　2009年2月5日，台湾媒体报道，华硕董事长施崇棠重新出山。
对于各项策略计划及重大产品方向将亲下指导棋，掌握重大决策权。
但华硕强调现阶段沈振来仍是最适当、也是唯一的CEO人选。
　　现任CEO沈振来曾在主板等领域立下汗马功劳，但令人始料未及的是，沈振来旗下的子弟兵虽一手打造EeePC杀手级产品，但因其对于财务及业务领域尚处于摸索期，重心置于研发，面对突如其来的金融海啸，惨遭库存及汇率损失。
　　危难之际，作为精神领袖的施崇棠再度出山，重新掌舵，对于处在全球景气不佳、策略失准重大危机下的华硕是件好事。
　　鸿海之变：郭台铭力挽狂澜　　除华硕外，台湾“电子一哥”鸿海集团为度过这个非常时期，上下“危机总动员”。
原本宣布退居二线的台湾首富、鸿海董事长郭台铭，已经暂缓集团接班计划，公开宣布重披战袍，并带领多名高层前往各地亲访客户。
　　郭台铭曾钦点四名集团元老，其中包括业绩年年上冲的戴正吴副总裁与吕芳铭副总裁，还有跟随郭台铭超过20年的徐牧基副总裁，以及最年轻敢拼敢冲的蒋浩良副总裁，他们将有可能接下率领鸿海集团的重任。
　　郭台铭向员工表示：“大家放心，2009年我一定陪大家，带领大家，度过风暴。
”　　佛照之变：钟信才重披战袍　　在淡出佛山照明的具体事务两年多后，钟信才再度被推上前台。
　　2008年12月24日，佛山照明对外公告称：“决定对公司总经理的职位进行调整，由公司董事长钟信才兼任公司总经理，对公司的生产经营负全责，重点抓好公司的生产发展和成本控制。
”而原来的总经理刘醒明改任副总经理。
　　“从目前国内外的经济形势发展趋势来看，今后几年企业的生产经营将更加困难，这对于我公司来说，既是挑战也是机遇，我们要利用这个机会，充分发挥公司龙头企业的优势，加快发展，提高效益。
”“经济危机时企业的发展需要稳健而保守的人才，钟信才是这方面的好手。
”佛山照明给予了钟信才颇有高度的评价。
　　非常时期，执掌佛山照明几十年之久的“教父”钟信才披挂出山。
　　领导禅悟　　当国家遭遇突发事件时，会宣布进入“紧急状态”；当部队面临敌情异动时，会命令进入“一级战备”。
那么当企业面临危机时，会怎么做？
当然也要明确进入“非常时期”。
非常时期，形势瞬息万变，压力与难度已经超越了经理人的责任和权力。
生死存亡，事关重大，企业家责无旁贷。
　　只有比群体看得更高的人，才能领导群体行得更远。
只有非常之领导，才能建立非常之功业。
我们的领导人应当有这样的使命感：“我的船长我的船”，站在时代的潮头，挽狂澜于既倒，显英雄之本色。
　　1.2剧变警钟，唤醒智慧潜能　　2008年这场在美国爆发的金融地震，迅速地扩展开来，导致了全球范围的经济海啸。
如何应对？
我建议大家看看《后天》、《水啸雾都》这两部灾难大片，它们给了我们这样的启示：天灾人祸面前，力量往往形成于万众一心，而智慧总是产生于高瞻远瞩。

在这样一个非常时期，我们的领导者怎样才能像《后天》里的山姆或《水啸雾都》里的莱纳德那样，成为具有非常智慧的人呢？
这个问题已经摆在了全球政治领导人和企业领导者的面前。
我们不妨从几个不同的视角人手，研究一下，如何将这危机中的世界看个清清楚楚，明明白白。
透视这场经济危机的五个视角　　人们通常的思路是：看什么范围的问题，就用什么学科的视角。
比方说，看病，就要从医学的视角；看戏，就用艺术的视角。
那么看待这场经济危机呢？
自然就用经济学的视角。
经济学的视角：最近经济学家火了，电视上、报纸上、杂志上、讲台上比比皆是，请经济学家分析经济危机，已经成为一种最吸引眼球的手段。
经济学家怎么看，从布雷顿森林体系讲到金融产品创新；从市场行为讲到政府干预。
说来说去，无非就是三大流派：一大派坚持用无形的手，让市场自我修复；一大派坚持用有形的手，让政府大力调控；第三派聪明一点，则说两手都要用。
但是，这些手段都用上了，就能够从根本上解决企业危机问题了吗？
我们先不必下结论，且看看经济学家之外的视角是怎么看待经济危机的。
政治学的视角：经济危机源于大国霸权，美元是以邻为壑、强取豪夺的战略武器，美元霸权造成了金融危机。
……

媒体关注与评论

我觉得现在从管理的角度来说，不是一个奢谈创新的时候，不是要急于冒进的时候。
现在什么事情都要回归，回归常识。
要尽可能地做减法，回到原来几千年来一直相信的那些最简单的真理。
过去我们看金融危机就是由于创新的过度导致的。
这是在非常时期的企业领导需要关注的一大问题，同时也正是智囊丛书之一——《非常时期非常领导》出版的必要性。
——何帆　中国社会科学研究院政治与经济研究所所长助理　　未来几十年中国经济将继续前行，美国又进入了“失去的10年”，我们认为中国经济超过日本和美国的时间会远比我们设想的要快，现在估计到2035年左右就可能变为世界第一了。
这一大势，是“非常时期的非常领导们”需要想到的。
——高辉清　国家信息中心发展研究部战略规划研究室主任　　非常时期的非常领导需要从结构里面找缝隙、找机会，发现新的利润区域。
比如说原来民间资本很难进入的新产业，像文化创意、物流、与知识相关的服务业等，对于民间资本都有很大的市场空间。
《非常时期非常领导》就在帮助我们的企业家从管理的角度发现新的利润区域。
——祝慧烨　中国企业联合会宣委会常务副秘书长　　我们企业的领导，正在面对的是一个非常大的不确定性的环境。
不管做什么样的决策，这个决策都应该是关于春天的决策。
不可能就冬天来做冬天的决策，一定是用明天的视角来做今天的选择，一定要想到今天和未来相比非常渺小。
相信看过《非常时期非常领导》的读者们会用全新的视角，采取全新的解决方案。
——李晨晔　铭远管理咨询公司总裁　　其实应对危机最简单的办法就是回到人最朴素的东西上来。
管来管去最后肯定要走到危机，所以所谓的长久，想的首先是人，是长久，不仅仅是物。
把这个问题想透了，企业领导们在应对危机时就有了准星。
《非常时期非常领导》正是这样一本直击要害的书。
——张成林　（美）国际组织学习学会SOL中国项目协调人

编辑推荐

登高而招，臂非加长也，而见者远；顺风而呼，声非加疾也，而闻者彰；假舆马者，非利足也，而达千里；假舟楫者，非能泳也，而绝江河。
君子生非异也，善假于物也。

第一图书网, tushu007.com

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