

<<沟通时代的管理者>>

图书基本信息

书名：<<沟通时代的管理者>>

13位ISBN编号：9787801470645

10位ISBN编号：7801470648

出版时间：1998-08

出版时间：企业管理出版

作者：甘波

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>

<<沟通时代的管理者>>

作者简介

甘波：1966年生，首都师范大学副教授，北京凌波企业形象设计所总策划。
专业方向：心理学。

专著：《CI策划—企业形象新境界》、《策划实务全书》、《超越顾客期望—顾客满意》等。

作者简介

曲保智，男，1973年生，毕业于北京中国人民大学工业经济专业，经济学硕士，现于北京中国人民大学工商管理学院任教。

主
要著作有：《超越期望—TCS》、《胸有百万兵—市场竞争与企业公关》、《策划实务全书》、《企业跨国经营之道》等。

<<沟通时代的管理者>>

书籍目录

目录

- 第一篇 沟通时代的管理沟通
- 第一章 沟通时代话管理
- 第一节 沟通描绘企业远景
- 第二节 沟通获取真正的追随者
- 第三节 沟通客观公正
- 附：管理者管理能力自测
- 第二章 管理沟通基本理念
- 第一节 管理沟通基本概念
- 第二节 管理沟通基本流程
- 第三节 管理沟通基本形式及工具
- 第三章 有效沟通黄金法则
- 第一节 有效沟通的基本原则
- 第二节 有效管理沟通的障碍
- 第三节 克服沟通障碍的方法
- 附：管理者管理沟通知识自测
- 第二篇 管理沟通渠道
- 第四章 企业内部沟通
- 第一节 管理信息系统及沟通需要
- 第二节 企业内部沟通网路
- 第三节 有效的企业内部沟通
- 案例：桑普电器CI企业内部沟通
- 附1：内部沟通检查表
- 附2：员工类型测试
- 第四节 跨国公司的内部沟通
- 案例：威金帝百公司的内部沟通
- 第五章 与上、下游企业的沟通
- 第一节 与上、下游企业沟通的基本观念与方法
- 第二节 零售经销商的支援活动
- 第三节 与上、下游企业沟通的技巧
- 第六章 与顾客沟通
- 第一节 企业与顾客信息沟通的基本载体
- 案例：诺德斯特龙公司的礼遇
- 第二节 顾客调查及企业内的“顾客气息”
- 第三节 与顾客沟通的技巧
- 第七章 与股东沟通
- 第一节 与股东沟通的特点及基本目标
- 第二节 与股东沟通的工具与方法
- 案例：英格兰和威尔士自来水公司的民营化
- 第三节 投资建议及反购并行为中的股东沟通
- 第八章 与社区沟通
- 第一节 社区结构分析
- 第二节 社区沟通方法
- 案例：奥林联合公司成功的社区沟通计划
- 第九章 与新闻媒体的沟通

<<沟通时代的管理者>>

第一节 新闻媒体及其运用

第二节 陷于误区的企业媒体关系

第三节 企业与新闻媒体的有效沟通

案例：从可口可乐公司新闻发布会看得失

附：酒店管理中沟通渠道的建立

第三篇 管理沟通技巧与方法

第十章 磨练沟通技巧

第一节 锻炼思维——沟通的基础

第二节 如何“说”与“写”

第三节 如何“读”与“听”

第四节 磨练非语言沟通技巧

附：自我测试——你了解身体语言吗？

第十一章 活用会议的沟通方法（一）

第一节 会前准备工作

第二节 会议的进行

第三节 会后工作

附：测试——管理者能否有效主持会议？

第十二章 活用会议的沟通方法（二）

第一节 企划会议实务

第二节 销售会议实务

第三节 公司高层会议实务

第四节 宴会和招待会实务

第十三章 简报及商业文件沟通技巧

第一节 简报沟通技巧

第二节 商业文件沟通技巧

第十四章 员工提案制度

第一节 员工提案制度的进行步骤

第二节 员工提案领导人

第三节 员工提案制度的运作技巧

附1：摩托罗拉公司独特的沟通文化——IDE

附2：松下公司提案奖金制度

第四篇 管理沟通专题实务

第十五章 企业变革中的沟通

第一节 企业变革前的准备

第二节 变革中管理者的沟通方法与沟通风格

第三节 达成共识

第十六章 冲突管理中的沟通

第一节 冲突定位

第二节 确定沟通模式

第三节 沟通实施及评估

第十七章 危机沟通

第一节 事前危机沟通

第二节 事后危机沟通

第三节 危机中与新闻媒体沟通的技巧

案例：派波艾尔伐号灾难

<<沟通时代的管理者>>

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>