

<<管理沟通>>

图书基本信息

书名：<<管理沟通>>

13位ISBN编号：9787810737999

10位ISBN编号：7810737996

出版时间：2006-4

出版时间：哈尔滨工程大学出版社

作者：姜炳麟，董士波，

页数：221

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

当今世界，变得日趋全球化、多元化和包容化。商业环境发生了根本的变化，同时，全球化与本土化竞争加剧；环境保护、企业社会责任上升；政府控制力减弱、消费者力量上升；信息技术进步、工作平台e化；媒体深度介入、影响力日趋扩大；贫富悬殊及其他社会问题日益明显。

新形势，新条件下企业应如何响应？

从历史上看，沟通理论的产生及发展缘于劳资矛盾激化问题。我国改革开放以来，经济体制改革日益深化，经济建设迅猛发展，同时，在转型过程中不可避免地出现一些新的社会问题。

要发展更要稳定，要强大更要构建一个和谐的社会。

在这种情况下，有效沟通有着非常积极的现实意义。

矛盾是普遍存在的，永远存在的。

用什么方法解决矛盾呢？

用权力？

用纪律？

还是用有效沟通？

由于历史的原因，人们习惯用权力和纪律解决问题，不习惯沟通的方式。

他们不懂得沟通的重要性，不会有有效的沟通，做起工作来往往事倍功半。

沟通是人与人之间信息、思想和情感交流的过程，有效沟通是解决一切问题的基础。

沟通不是万能的，但没有有效的沟通世界上再好的理念都不可能成功，在工商业尤其如此。

国际与国内、组织内部与外部环境的变化，要求现代企业管理者必须掌握有效的沟通技巧，能够在复杂纷纭的情况下游刃有余，“不管风吹浪打，胜似闲庭信步”。

本书就是为了满足对这种需要而编写的。

## <<管理沟通>>

### 内容概要

本书全面、系统地阐述了管理沟通的基本理论，突出展示了国内外管理沟通研究的新的成果，配备了生动形象的案例。

在理论和实践相结合的基础上，对沟通的基本原理、沟通的主要障碍与克服、如何进行有效倾听、有效表达、如何进行组织沟通、冲突与危机沟通、跨文化沟通、面试与应聘等内容进行了系统地阐述。

本书可以作为高等院校MBA学员管理沟通课程的教学参考书，也可以作为高等院校其他专业研究生与本科生管理沟通课程的教学参考书，同时也适合企事业单位的工作人员阅读参考。

## &lt;&lt;管理沟通&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 沟通原理 第一节 沟通概述 第二节 沟通的过程 第三节 管理与沟通 第四节 受众分析 复习题第二章 沟通障碍 第一节 沟通障碍的定义 第二节 人际沟通障碍与克服 第三节 组织沟通障碍与克服 复习题第三章 有效倾听 第一节 倾听概述 第二节 倾听中的障碍与克服 第三节 倾听中的反馈 第四节 有效倾听的技巧 复习题第四章 有效表达 第一节 语言沟通 第二节 非语言沟通 第三节 演讲 第四节 写作 复习题第五章 组织沟通（一） 第一节 组织沟通的渠道 第二节 组织沟通的影响因素 第三节 组织沟通的方式 第四节 组织沟通效率的提高 第五节 评估组织沟通的质量 第六节 组织沟通研究的发展趋势 复习题第六章 组织沟通（二） 第一节 与政府的沟通 第二节 与竞争者的沟通 第三节 与上、下游企业的沟通 第四节 与消费者的沟通 第五节 与新闻媒体的沟通 第六节 与社区的沟通 复习题第七章 冲突与危机沟通 第一节 冲突概论 第二节 冲突管理的沟通策略 第三节 下属之间的矛盾冲突 第四节 危机沟通 复习题第八章 跨文化沟通 第一节 跨文化沟通的含义 第二节 跨文化沟通的障碍 第三节 企业文化风险管理 第四节 跨文化沟通的策略 复习题第九章 面试与应聘 第一节 择业的准备 第二节 求职材料的撰写 第三节 面试准备 第四节 面试对策 第五节 面试以后 复习题参考文献

## 章节摘录

## 3. 影响信息接收和理解的因素 (1) 选择性知觉。

由于每个人的心理结构及需求、意向系统各不相同，这些差异性直接影响到他们接收信息时知觉的选择性，即往往习惯于对某一部分信息敏感，而对另一部分信息“麻木不仁”、“充耳不闻”。事实上，我们对能印证自己推断、论点的信息常表现出高度的兴趣，而对相反的信息却漠然视之，正如有的学者指出，我们不是看到事实，而是对我们所看到的東西进行解释并称之为事实。

## (2) 信息“过滤”。

接收者在接收信息时，往往根据自己的理解和需要对信息加以“过滤”。当一个信息传送下来，每经过一个层次，都要产生新的差异，最后则有可能突破了允许极限范围。过滤的程度与组织结构的层次和组织文化密切相关。

## (3) 接收者的解码和理解偏差。

由于个人所处社会环境不同，在团队中角色、地位、阅历也各异，从而对同一信息符号的解码、理解都会有差异，即使同一个人，由于接收信息的心情、氛围不同，也会对同一信息有不同解释。

## (4) 信息过量。

管理人员在作出决策前需要足够的信息，但如果信息量过于巨大，则过犹不及，使管理者无法分清主次，眉毛胡子一把抓，或是浪费大量时间，坐失良机，沉没于信息的汪洋大海之中。

## (5) 阶层差别。

特别需要强调和说明的是，社会地位的差距对沟通产生着十分重大的影响。

## (6) 目标差异。

企业内各部门的分目标差异而造成的冲突和互不信任，也往往会干扰他们之间的有效沟通。技术人员与营销人员常常会有意见冲突，前者往往责怪后者提出一些不切合实际的要求，或是不支持高层次的理论研究，而后者则认为前者不能顺应消费趋势潮流的变化。

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>