

<<领导者讲故事指南>>

图书基本信息

书名：<<领导者讲故事指南>>

13位ISBN编号：9787810989299

10位ISBN编号：7810989294

出版时间：2007-11

出版地：上海财大

作者：斯蒂芬·丹宁

页数：357

译者：丁栋虹

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>

<<领导者讲故事指南>>

内容概要

本书是一本全面介绍讲故事程序、方法与技巧的力作。

它会告诉你如何利用故事的神奇力量去展开领导——不管你目前的处境如何——以及如何面对领导人今日普遍遇到的挑战：你要求如何说服人们改革？

你要如何促成人们合作？

你要如何分享知识？

你要如何平息谣言？

你要如何介绍自己？

你要如何传达价值观？

你要如何带领人们迈向未来？

作者简介： 斯蒂芬·丹宁(Stephen Denning)，在澳大利亚悉尼出生、受教育，在悉尼大学(Sydney University)修法律和心理学，并曾在悉尼担任过几年律师，后来在英国牛津大学获得法学硕士学位。1969年，斯蒂芬加盟世界银行后担任了各种管理职位，包括1990~1994年南非部的主管以及1994~1996年非洲区的主管。

从1996~2000年，斯蒂芬任世界银行知识管理的项目总负责人，在这里他发起了知识分享项目。

斯蒂芬的著作《跳板：故事如何激发知识时代组织的行动》(The Springboard: How Storytelling Ignites Action in Knowledge Era Organizations, Boston: Butterworth-Heinemann, 2000)，书中描述如何靠说故事这项有力工具来带动组织变革；《松鼠公司：说故事的领导》(Squirrel Inc: A Fable of Leadership Through Story-telling, San Francisco: Jossey-Bass, 2004)其中也介绍了知识管理这门学问。

他的文章“讲故事”在《哈佛商业评论》2004年第5期上发表。

2000年11月，他被评选为世界十大最受尊敬的知识型领导之一。

从2000年起，他与美国、欧洲、亚洲和澳大利亚的公司合作，研究领导、组织中的故事和知识管理。

2003年4月，斯蒂芬在托马斯·达文波特(Tom Davenport)和劳伦斯·普鲁萨克(Larry Prusak)所著的《最优理念》(What's the Big Idea?

Boston: Harvard Business School Press, 2003)一书中被列为世界最出色的200位管理大师之一。

斯蒂芬所收集的有关组织中的故事和知识管理的资料可能会在他的网站(www.stevedenning.com)上找到。

1993~1996年间，斯蒂芬曾是世界大企业联合会(The Conference Board)第五届质量委员会的委员，是皇家人文学会(Royal Society of Arts)的特别会员。

他已出版了一部小说和一本诗集。

<<领导者讲故事指南>>

作者简介

作者：(美国)斯蒂芬·丹宁 译者：丁栋虹

<<领导者讲故事指南>>

书籍目录

译者序前言第一篇 故事在组织中的作用 第一章 讲述恰当的故事——选择恰当的故事以解决领导迫在眉睫的挑战 第二章 恰当地讲述故事——讲故事的四个关键因素第二篇 8种叙事模式 第三章 激励他人采取行动——利用故事激发行动, 执行新的想法 第四章 建立对自己的信任——利用叙事介绍自己 第五章 建立对公司的信任——利用叙事建立你的品牌 第六章 传递你的价值观——利用叙事来灌输组织的价值观 第七章 与别人一起工作——通过讲故事促进合作完成任务 第八章 分享知识——通过讲故事传递知识, 增进理解 第九章 平息流言——通过讲故事来平息流言和传闻 第十章 创造和分享你的愿景——用讲故事把人们带入未来第三篇 在实践中整合 第十一章 解决创新中的矛盾——用讲故事来改变你的组织 第十二章 不一样的领导者——通过讲故事成为交互式领导者参考文献致谢作者介绍

<<领导者讲故事指南>>

章节摘录

第一篇 故事在组织中的作用 第一章 讲述恰当的故事——选择恰当的故事以解决领导迫在眉睫的挑战 讨论会之后，达夫和我一起讨论了为何他的故事强调负面而我的故事却强调正面。

我知道他是有其道理的。

当我在试图教会人们学科的本质时我也曾经用过负面故事。

实际情况也是如此：人们从他们的错误失败中学到的要比他们从成功中学到的多得多。

然而，最终我意识到我俩的观点正好互为补充。

我们谈论的是在组织中所用的具有不同目的的故事：我的故事用于激励人们，达夫的故事用于分享知识。

他的故事也许描述的是一个团队如何又是为何未完成目标的，目的是为了帮助其他人防止再犯同类错误。

(不过为引出此类故事，达夫开始不得不让大家先谈论他们的成功，即使这类叙述最终对于传递知识不太有用。

)到那时我才开始意识到讲故事的目的可能会决定它的形式。

不错，即使乐观的故事必须得真实可信，因为半真半假的故事对组织中那些疲惫不堪的听众来说太多了。

旨在激励人们行动的故事需要兑现其诺言，因此需要有足够的论据证明会产生正面的结果。

但是旨在传递知识的故事必须更为真实。

因其目标在于促成理解而非行动，所以这类故事倾向于突山由无知带来的隐患。

它们不是为了激励人们行动，而是告诫人们要谨慎。

就像我的极为简单、能激发行动的故事和传统的、极为丰富的娱乐性故事不同一样，有效的旨在分享知识的故事会蕴涵负面而非正面的特质。

令人乏味的故事 当意识到不同的叙述形式能够推进不同的商业目标，我就去寻找主管们能用故事为其服务的其他方法。

许多独特的故事类型开始显现——这些故事并不一定遵循亚里士多德的原则，但它们在各类组织中被成功使用。

我对在组织内讲故事的本质有意外的收获。

<<领导者讲故事指南>>

编辑推荐

无论你在组织是什么角色——CEO、中层管理者或一线人员——你都能够通过讲故事影响变革。《领导者讲故事指南》里的诸多事例，展示了说故事如何成为处理重要——而且最困难——的领导挑战的有用手段之一：激励行动，促使人们协同工作，领导人们走向未来。在适当的类型的故事，能够促使一个组织乐意接受一个新的观念。

<<领导者讲故事指南>>

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>