

《领导艺术的真谛》

图书基本信息

书名：《领导艺术的真谛》

13位ISBN编号：9787801620460

10位ISBN编号：7801620461

出版时间：2001-1

出版社：经济管理

作者：张福墀

页数：310

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《领导艺术的真谛》

内容概要

《领导艺术的真谛(领导感召力)》阐述了领导的感召力；领导者感召力从哪里来；领导者的人格魅力；领导者的宣传鼓动力；古鉴及演讲经典。

《领导艺术的真谛》

书籍目录

第一篇

领导感召力概述 第一章

引例 1. 尊师重教：乾隆帝感召王尔烈 2. 执法度，皇帝也敢阻：周亚夫感召汉文帝 3. 说理入心：鲁庄公感动用曹刿 4. 评功封赏：唐太宗感召众大臣 5. 仁至义尽，心悦诚服：诸葛亮七擒七纵感召蛮王 第二章

领导感召力的涵力 6. 什么是领导感召力 7. 感召力同决断力、驾驭力的关系 8. 领导感召力的六个力 9. 不清不楚促亲和：唐太宗善对“破阵舞” 10. 信用感召：刘寿不疑陈平受大益 11. 大义解臣怨：刘秀愿作和事老 12. 皇帝不可坏法：狄仁杰感化唐高宗 13. 支持严明执法：刘秀重用董宣 14. 大度化解疑虑：秦王不责范雎 15. 人心感化而可控：刘邦宽仁葬项羽 16. 为臣不忠者戒：汉高祖断然斩丁公 第三章 领导感召力的基本特征 17. 特征之一：感召力是领导者个人素质的综合外现 18. 全方位素质综合：孔明对东吴的感召力 19. 综合品味话感召：古人评刘秀与刘邦 20. 特征之二：感召力的群体认可性 21. 初战必胜，每战必胜：Z老板在实践中一步步被认可 22. 从骨干到群众：李从珂哭得天下 23. 特征之三：感召力的时空变化性与阶段性特征 24. 同一对象·不同时间·不同效果：苏寿、张仪说连横 25. 同一主导·不同时间·不同效果：商鞅由一言九鼎到五牛分尸 26. 不同主导·同一对象·不同时间·同等效果：秦、仪分说韩宣王 27. 特征之四：感召力形成与强化，在于“政策”承诺与落实 28. 还田取信：齐桓公感召诸侯国 29. 有许愿无兑现：张仪结仇楚怀王 30. 特征之五：感召力一般是在直接隶属关系以外的个体或群体实现的 31. 危难之中见真习：刘皇叔携民渡江 32. 特征之六：感召力一般是在“亲近人”以外的个人或群体实现的 33. 墙内开花墙外红：对一夫妻的故事 第四章 领导感召力形成与强化的条件 第二篇 感召力从哪里来（上）：领导者的人格魅力 第五章 领导者的品格 第六章 领导者的风格 第七章 领导者的名声 第八章 领导者的心性 第三篇 感召力从哪里来（下）：领导者的宣传鼓动力 第九章 宣传鼓动力概述 第十章 宣传鼓动力智巧 第四篇 古鉴及演讲经典 第十一章 古鉴 第十二章 演讲经典

《领导艺术的真谛》

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：www.tushu000.com