

<<做一个有影响力的人>>

图书基本信息

书名：<<做一个有影响力的人>>

13位ISBN编号：9787111233008

10位ISBN编号：711123300X

出版时间：2008-3-1

出版时间：机械工业出版社

作者：杨壮

页数：172

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>

<<做一个有影响力的人>>

内容概要

领导力的核心是对他人产生的一种持续的影响力。

影响力来自以下三个方面：思想家。

影响力的第一源泉是领导的思想特质。

这里所说的思想家，是指那些具有自己独特的思维模式和哲学理念，对复杂问题有独到判断，并具有完备价值体系的人。

专家。

在专业领域里的扎实基础和精湛技能，能使领导者成为一名受人敬仰的专家。

专家在特定领域具有权威的话语权，对特定问题有着超过常人的理解和认识，并且具备把这种认识运用到实践中的能力。

这样的专家也往往具有相当的影响力。

品格。

有些领导者具有某种闪光的品质。

这种品质既包括为人处世的道德准则，也包括人在困难面前所表现出的坚韧不拔的毅力，在人与人交流过程中的同理心和换位思维能力，对持有不同性格和思想的人的宽容，在处理危机时的勇敢和沉着。

对世人的爱心，等等。

<<做一个有影响力的人>>

作者简介

杨壮，北京大学北大国际MBA美方院长，北京大学中国经济研究中心兼职教授；美国福坦莫大学商学院终身职教授、副院长。

杨壮博士曾获哥伦比亚大学社会学硕士学位及工商管理博士学位，普林斯顿大学公共管理和国际关系硕士学位，大学本科毕业于北京大学英语语言文学系。

<<做一个有影响力的人>>

书籍目录

作者简介前言第1章 领导者、追随者和情境 三环图：领导者、追随者和情境三方面互动第2章 领导力是可以培育的 提升领导力的途径第3章 权力与影响力 权力 权力的来源 影响策略 用你的魅力感召人第4章 领导力和价值观 什么是“价值观” 价值观是怎样形成的 价值观分类第5章 领导的特质 人格 人格五要素模型第6章 领导的品格 品格的魅力 西点军校的领导力 一些领袖者的案例第7章 激励 激励的基础 怎么让猫吃辣椒：激励的策略第8章 群体与团队 团队传统性格和团队协作 小游戏：双赢思维第9章 情境领导 情境 情境领导 国情和国际化领导第10章 领导与创新 领导与变革 变革的动力 领导与创新 领导与变革附录A 领导力的源泉附录B 领导力就是影响力 成功领袖的三个显著特点 成功领袖影响他人的三大原则 成功领袖的四大秘诀附录C 企业家精神和特质 企业家是梦想家 企业家是冒险家 企业家是偏执狂 企业家是创新者附录D 领导力的国际发展新趋势 为客户创造价值、降低成本的领导力 “扁平”世界里跨学科创新的领导力 超越利润目标、胸怀企业社会责任的领导力 成为全球化、国际化的领军人物

<<做一个有影响力的人>>

章节摘录

<<做一个有影响力的人>>

后记

要影响别人，先做好自己。

我与杨壮博士深有同感。

柳传志——联想集团董事局主席领导力直接决定了一个企业的凝聚力和影响力。

杨壮教授的这本书为我们揭示了培养和塑造影响力的关键，为中国企业界提供了一条有建设意义的前进路径。

张亚勤——微软（中国）有限公司董事长、微软中国研发集团主席领导力更多来自你看不见但体会得到的软实力，杨壮教授在这本书中为人们勾勒出了这种力量的轨迹。

牛文文——《中国企业家》杂志总编领导力是企业永续经营、商业社会持续进步的根本因素之一，进步、文明、高效的中国商业社会需要领导力。

张忠——《财富时报》出版人

<<做一个有影响力的人>>

媒体关注与评论

要影响别人，先做好自己。

我与杨壮博士深有同感。

柳传志——联想集团董事局主席 领导力直接决定了一个企业的凝聚力和影响力。

杨壮教授的这本书为我们揭示了培养和塑造影响力的关键，为中国企业界提供了一条有建设意义的前进路径。

张亚勤——微软（中国）有限公司董事长、微软中国研发集团主席 领导力更多来自你看不见但体会得到的软实力，杨壮教授在这本书中为人们勾勒出了这种力量的轨迹。

牛文文——《中国企业家》杂志总编 领导力是企业永续经营、商业社会持续进步的根本因素之一，进步、文明、高效的中国商业社会需要领导力。

张忠——《财富时报》出版人

<<做一个有影响力的人>>

编辑推荐

《做一个有影响力的人》明确指出领导力的核心是对他人产生的一种持续的影响力。

<<做一个有影响力的人>>

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>