

领导学

陈树文◎编著

第2版

*Managerial
Leadership*



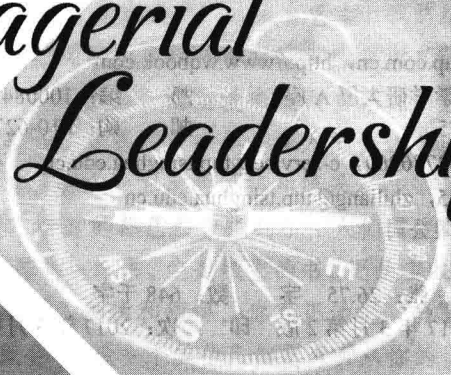
清华大学出版社

领导学

陈树文◎编著

第2版

*Managerial
Leadership*



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书建立了完备的理论体系,内容涵盖知识与现代领导、领导理论、领导模式与领导体制、领导环境、领导者的思维、领导方法与领导艺术通论、团队领导的方法与艺术、领导沟通的方法与艺术、领导决策的方法与艺术、领导激励的方法与艺术、危机领导的方法与艺术、领导者的语言方法与艺术等,系统、完整地体现领导学的理论、知识、方法,有助于读者建立起领导学的整体意识,全面认识和把握领导系统的内在关系、各个环节及其衔接和转换的机理。

书中案例丰富,主要选择了中国文化和市场经济背景下的案例,绝大部分是作者采集于中国领导界的实际案例,实用性强。可供高等院校的工商管理、公共管理等专业本科生、研究生使用,也可用作各类工商管理培训教材,适合追求卓越的中高层管理者和想要实现基业常青的企业决策者们阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

领导学/陈树文编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2017

ISBN 978-7-302-45962-0

I. ①领… II. ①陈… III. ①领导学 IV. ①C933

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第310384号

责任编辑:杜春杰

封面设计:刘超

版式设计:魏远

责任校对:王云

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:保定市中国画美凯印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:26.75 字 数:648千字

版 次:2011年6月第1版 2017年3月第2版 印 次:2017年3月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:49.80元

产品编号:070531-01



作者简介

陈树文，1955年3月生，山东莒县人。经济学博士。现任大连理工大学人文社会科学部教授，博士生导师。曾任大连理工大学公共管理与法学学院院长，兼任中国人力资源开发指导委员会副会长，大连社会保障研究中心主任，大连人才研究中心副主任。

20世纪70年代初，曾任桓仁县团委书记。80年代在吉林大学任教10年。90年代主要从政，先后担任过辽宁省本溪县副县长，本溪市证券监督管理办公室主任，本溪市对外经济贸易委员会主任。21世纪伊始，调入大连理工大学任教。主要研究方向：公共管理、领导艺术、人力资源开发与管理、国际贸易与市场营销。

近年来在清华大学出版社出版了《卓越领导者的智慧》《领导学》《周易与人生智慧》《人力资源管理》《组织行为学》，在其他出版社出版了《周易中的领导智慧》《三国中的领导智慧》《我悟周易》《组织管理学》《领导智慧》等三十余部著作，在国内外核心期刊和权威刊物发表了各种研究论文百余篇。主持国家自然科学基金和辽宁省、山东省重点社会科学、软科学研究项目39项。组织和承担各地政府和大中型企事业组织研究和咨询项目50多项。兼任北京大学、浙江大学、中山大学、西安交通大学、上海交通大学、吉林大学、西北工业大学、郑州大学、厦门大学、中国大连高级经理学院等多所高校的EMBA和EDP的讲课教授。

《领导学》作为21世纪工商管理特色教材，由清华大学出版社2011年6月第一次出版发行后，得到了大学本科、研究生、MBA、EMBA、党政领导和企业领导的认可和欢迎，先后数次印刷，需求量仍然不减。

此次再版的《领导学》在保留了原书体系、体例和特色的基础上，又增加了以下新的内容。

1. 大量地增加了工商企业界领导者的真实案例。这些案例有成功的经验，也有失败的教训，无论是成功还是失败的案例，都是极为宝贵的。它从正反两个方面帮助学员深入领会和运用领导学的原理、方法和艺术。需要说明的是，增加的大量案例是我从各种书籍、报纸、杂志以及网络上收集，并经过我的加工整理而成，很难一一列出具体的出处，在此向初创者表示深深的敬意和谢意！

2. 增加了具有时代感很强的内容。例如，在第一章增加了“第四节互联网时代的领导力”。大环境变了，传统的领导模式、领导方式、领导方法、领导手段、领导工具也必须做适应互联网要求的改变，这样才能“领”，才能“导”。这一节系统地阐释了互联网时代领导力转变与提升，对原书第一章“知识经济与现代领导”作了进一步的扩展与深化。

3. 增加了中国领导者“微言大义”的语言艺术。我总结了中国领导人的讲话特点，发现我国几代领袖都有“微言大义”的讲话风格，就是用含蓄微妙的语言，通俗地表达精当深远的义理。我将这一研究在本书第十二章第四节中作了深入的论述，读者可以从中领略中国领袖者在这一方面的风格和风采。

歌德有句名言：“所有好的都已经被想到了，人们需要的是再思考”。《领导学》是厚厚的一本书，它是纸上的书，更是实践的书，它需要研读者静下心来深入细读和领悟，你真正地把“静”“读”“悟”的工夫下到，你就会“构造一个其他人都愿意听从你的世界。”

作者

2017年1月

领导活动是人类历史上产生最早、范围最广、影响最深、高度综合的社会实践活动。领导学是研究和探索领导活动过程中的特殊矛盾及其发展变化规律的科学，是一门融领导的科学性、艺术性和实践性为一体的综合性学科。研究领导工作规律及其方法的科学的生命力就在于积极适应社会发展的新变化。21世纪的主导型经济形态是知识经济，知识经济亦称智能经济，是指建立在知识和信息的生产、分配和使用基础上的经济。它是和农业经济、工业经济相对应的一个概念。在知识经济社会中，社会的发展因素越来越复杂，变化越来越迅速，整个社会越来越走向综合化。在这种情况下，领导活动的重要性更加凸显，更加需要科学的理论和方法来武装自己，博弈世界。建立具有知识经济形态和更大实践价值、成熟而完备的领导学理论体系，是促进知识经济发展和繁荣的时代呼唤。

本书着眼于知识经济时代的特点，梳理学科思路，构建领导学科体系。

第一章 知识经济与现代领导：旨在从知识经济的角度扩展领导学的学科视野，使领导学能面向知识经济所带来的社会群体及其每个社会成员的生产生活方式和思想价值观念日趋多样的深刻变化来阐述学理。

第二章 领导理论：现代社会要求领导者能够统观全局、审时度势，而这单凭个人的经验与智慧是很难胜任的，需要有规范、完整、系统的领导理论作指导。该章全面介绍了目前得到公认或有影响力的西方领导学经典理论，并努力将其融入中国本土的前沿研究，使领导理论和方法更具有流变的、灵动的智慧。

第三章 领导模式与领导体制：这是领导活动展开的框架和结构，是保证领导活动顺畅进行的重要因素。该章重点研究领导模式、领导体制对领导活动成败和成效的影响，进而指明了知识经济时代符合领导过程及其活动规律的领导模式和领导体制。

第四章 领导环境：领导环境是领导活动赖以展开的基本条件，是现代领导理论的一个基本研究范畴。该章主要阐述制约和

推动领导活动开展、影响领导行为模式的组织内部和外部的环境气氛与条件,领导者的领导风格与环境匹配,组织的现状与环境要求相协调,组织的结构与环境发展相适应等问题。

第五章 领导者的思维:领导者的领导能力在一定程度上就体现在思维的多元化和把多元化的思维灵活地、创造性地运用到领导实践中。该章系统地研究了思维在领导活动中的灵魂作用、领导者的思维品质、领导者思维品质的提高路径。

第六章 领导方法与领导艺术通论:领导方法和领导艺术是领导活动中表现出的创造性和有效性。领导活动就是把领导规律创造升华到领导艺术的境界,不讲领导方法与艺术当不好领导。该章研究的重点内容是卓越的领导者如何在错综复杂的领导活动过程中,通过领导方法和领导艺术把领导规律演绎得出神入化。

第七章 团队领导的方法与艺术:组织竞争力强大的根源,不在于其组织成员个人能力的卓越,而在于其组织成员整体“团队合力”的强大。该章主要研究领导者如何建设团队组织,锻造团队精神,打造整个团队的和谐及坚强的执行力。

第八章 领导沟通的方法与艺术:领导者的沟通,是领导者驾驭领导舞台,统一组织成员意志,实现上下同欲,形成巨大组织合力不可缺少的领导艺术。该章阐释了领导沟通的策略、领导沟通的艺术、跨文化沟通、领导沟通的境界。

第九章 领导决策的方法与艺术:领导决策是领导工作的中心环节,领导决策是衡量领导者水平的主要标志。领导决策正确与否,关系到领导活动乃至整个事业的兴衰成败。该章全面地揭示了现代领导决策的要素与程序、科学的现代领导决策体制、现代领导决策的模式、科学决策的艺术。

第十章 领导激励的方法与艺术:激励是领导的基本职能,是领导艺术的核心。学习领导激励方法,掌握领导激励艺术,既是新形势下提高领导水平的必然要求,又是现代领导者必须具备的基本技能。该章着重研究激励的功能、激励的理论、激励的机理、激励的方法、激励的艺术、激励的创新。

第十一章 危机领导的方法与艺术:领导活动过程中突发的危机事件具有紧迫性和破坏性,因此危机是对领导者能力的一次全面检验。在危机日益常态化的形势下,领导者只有掌握危机的领导方法与艺术,能够在各种危机袭来时采取积极果断的措施,运用领导艺术创造性地转危为机。该章系统地研究了危机的特征、危机事件产生的原因及其类型、危机处理的方法与艺术。

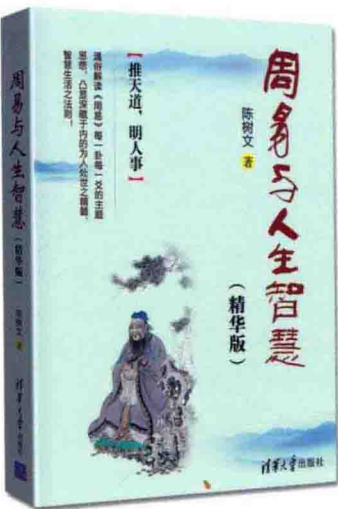
第十二章 领导者的语言方法与艺术:语言是一门艺术,它是反映领导者综合素质的一面镜子,也是领导者的第一职业要求。领导者崇高的思想品质、超凡的智慧谋略、卓越的才华能力、迷人的风度魅力,都以艺术的语言作为载体。该章深入地研究了领导语言的功能、领导语言的类型、领导语言的技巧。

本书体现了领导科学的基本框架,涵盖了领导方法与艺术的基本内容。此外,为了方便学习,本书在编写体例上作了实用性安排:各章开篇有引导案例,行文中根据领导学的基本原理穿插一些分享案例,每章的最后还有案例讨论。让读者通过对真实而典型的领导活动案例的分析研究,深入领会和运用领导学的原理、方法和艺术。

本书在写作的过程中,参阅了国内外大量的领导学方面的书籍,目的是汲取学科精蕴,贯通前沿思想。本书可作为大学本科、研究生、MBA、EMBA教材,也可供政府、企业领导和相关人员自学和参考。

作 者

2011年1月



第一章 知识经济与现代领导.....1

第一节 领导概述.....2

一、传统领导界说.....2

二、对领导的再认识.....6

三、领导与管理的关系.....8

四、领导活动的基本要素.....16

五、领导的作用.....20

第二节 知识经济与领导变化.....23

一、知识经济的内涵及其特征.....23

二、知识经济带来领导观念的变革.....26

三、知识经济对领导活动的深远影响.....31

第三节 现代知识领导.....32

一、知识领导的含义及其特征.....32

二、知识领导所需的领导能力.....35

三、知识领导的实施.....38

第四节 互联网时代的领导力.....41

一、互联网与互联网时代.....41

二、互联网时代对领导者的挑战.....43

三、互联网时代领导者的能力提升.....44

第二章 领导理论.....48

第一节 领导特质理论.....49

一、领导特质理论的相关研究.....49

二、对领导特质理论的评析.....57

第二节 领导行为理论.....59

一、领导行为理论的相关研究.....59

二、对领导行为理论的总体评析.....68

第三节 领导权变理论.....70

一、领导权变理论的相关研究.....70

二、对领导权变理论的评析.....78

第四节	魅力型领导理论	80
一、魅力型领导理论的相关研究	81	
二、对魅力型领导理论的评析	84	
第五节	变革型领导理论	85
一、变革型领导理论提出的必要性	85	
二、变革型领导理论的相关研究	86	
三、对变革型领导理论的评析	87	
第六节	其他领导理论	88
一、愿景型领导理论	88	
二、领导替代理论	89	
三、价值领导理论	89	
四、超越型领导理论	90	
五、内隐领导理论	90	
第三章	领导模式与领导体制	92
第一节	中国传统领导模式的影响因素及特征	93
一、中国传统领导模式的影响因素	93	
二、中国传统领导模式的特征	95	
第二节	中国传统领导模式与现代领导模式的比较	96
一、在领导目标的实现上比较	96	
二、在沟通方式上比较	96	
三、在领导策略与措施的选择上比较	97	
四、在用人思想及方法上比较	97	
第三节	中国传统领导模式存在的主要问题	98
一、思想上存在“官本位”观念	98	
二、文化上受封建官僚主义的制约	99	
第四节	中国传统领导模式向现代领导模式的转变	100
一、领导模式的选择	100	
二、中国传统领导模式向现代领导模式转变的分析	102	
三、中国传统领导模式向现代领导模式转变的途径	103	
第五节	领导体制	106
一、领导体制的含义和内容	106	
二、领导体制的二重性	107	
三、领导体制的作用	108	
四、合理的领导组织结构	109	
五、现代领导体制的类型	111	
六、新型领导组织结构	115	

第四章 领导环境	118
第一节 领导环境的概述	119
一、领导环境的概念	119
二、领导环境的特征	122
第二节 领导环境的构成	125
一、第一类因素：自然环境	125
二、第二类因素：制度性环境	126
三、第三类因素：人文环境	128
第三节 领导活动与领导环境	130
一、领导活动的含义与基本要素	130
二、领导环境对领导活动的影响	131
三、创造良好的领导环境	134
第五章 领导者的思维	139
第一节 思维是领导活动的灵魂	140
一、思维是领导活动各个要素协调的血脉	140
二、思维是领导活动各项工作开展的推动力	140
三、领导活动整体绩效的优化需要思维提供智力	141
四、思维创新是一切领导活动中创新的源泉	142
五、思维能力是衡量领导者总体能力和水平的根本标志	143
第二节 领导者的思维品质	145
一、思维的高度	145
二、思维的广度	146
三、思维的深度	148
四、思维的强度	150
五、思维的韧度	151
六、思维的角度	152
七、思维的密度	153
八、思维的亮度	154
九、思维的速度	155
十、思维的权变度	156
第三节 提高领导者思维品质的路径	158
一、不断提高科学理论水平	158
二、总结提炼工作实践经验	159
三、努力挖掘自身思维潜能	160
四、虚心借助外界聪明才智	161
五、切实加强思想环境建设	162

第六章 领导方法与领导艺术通论	164
第一节 领导方法	165
一、领导方法的含义和特性	165
二、传统领导方法	166
三、现代领导方法	169
第二节 领导艺术	179
一、领导艺术的含义和特性	179
二、领导艺术的核心内容和内在因素	182
三、知识经济时代的领导艺术	189
第三节 领导方法与领导艺术之比较	192
一、领导方法与领导艺术的区别	192
二、领导方法与领导艺术的关系	194
三、领导艺术是领导方法的高级形态	194
第七章 团队领导的方法与艺术	197
第一节 团队的概念与特征	198
一、团队的概念	198
二、高效团队的特征	200
第二节 团队的类型	205
一、问题解决型团队	205
二、自我管理型团队	205
三、多功能型团队	206
四、虚拟团队	207
第三节 团队的形成与发展	207
一、团队形成的途径	207
二、团队的发展阶段	209
第四节 高效团队构建	211
一、团队建设的策略	211
二、高效团队的建设原则	214
第五节 团队绩效	218
一、团队绩效概述	218
二、团队绩效与部门绩效的比较	219
三、团队绩效考核的基本流程	220
四、跨部门团队绩效考核的注意事项	221
五、绩效考核的作用	222
第六节 团队管理	222
一、团队的目标管理	222

二、基于平衡计分卡的团队管理	226
三、虚拟团队的管理	228

第八章 领导沟通的方法与艺术

第一节 沟通概述	235
一、沟通的含义	235
二、沟通的要素	236
三、领导沟通的内容	238
四、沟通的过程	242
五、沟通的类型	243
第二节 领导沟通的作用和策略	250
一、沟通的作用	250
二、沟通的策略	253
三、沟通的艺术	255
第三节 跨文化沟通	260
一、跨文化沟通概述	260
二、跨文化沟通策略	266
第四节 领导沟通的境界	267
一、沟通心	267
二、沟通情	269
三、沟通义	270
四、沟通理	270
五、沟通道	272
六、沟通神	272

第九章 领导决策的方法与艺术

第一节 领导决策的概念与类型	275
一、领导决策的基本含义	275
二、领导决策的特点	276
三、领导决策的类型	279
第二节 现代领导决策的要素与程序	284
一、现代领导决策的要素	284
二、现代领导决策的程序	288
第三节 科学的现代领导决策体制	296
一、外部保障机制	296
二、内部决策系统	297
第四节 现代领导决策模式	300
一、理性决策模式	300

二、渐进决策模式.....	301
三、综合决策模式.....	303
四、超优决策模式.....	303
五、权变决策模式.....	303
六、模糊决策模式.....	304
七、成功管理决策模式.....	304
第五节 科学决策.....	304
一、科学决策的标准.....	304
二、实现领导决策从经验到科学的转变.....	305
第十章 领导激励的方法与艺术.....	310
第一节 领导激励的概念与功能.....	310
一、领导激励的概念.....	310
二、激励的功能.....	311
第二节 激励理论.....	312
一、马斯洛的需求层次理论.....	312
二、赫茨伯格的双因素理论.....	316
三、弗鲁姆的期望理论.....	319
四、亚当斯的公平理论.....	323
五、波特—劳勒的综合模型.....	326
六、麦克利兰的成就需要理论.....	327
七、斯金纳的强化理论.....	327
八、归因理论.....	328
九、阿尔德弗的 ERG 理论.....	328
第三节 领导激励的机理.....	329
一、物质激励与精神激励相结合.....	329
二、正激励与负激励相结合.....	330
三、内在激励与外在激励相结合.....	331
四、一般需要激励和特殊需要激励相结合.....	331
五、组织目标与个人目标相结合.....	332
六、严格管理与思想工作相结合.....	333
七、连续激励与间断激励相结合.....	333
八、激励机制与约束机制相结合.....	334
第四节 领导激励的方法.....	334
一、目标激励.....	334
二、行政激励.....	334
三、工作激励.....	335
四、典型激励.....	336

五、荣誉激励.....	336
六、信任激励.....	337
七、危机激励.....	337
八、持股激励.....	338
九、组织文化激励.....	339
十、培训教育激励.....	340
第五节 领导激励的艺术.....	340
一、明暗公私要分开.....	340
二、顺逆要合适.....	341
三、刚柔要相济.....	341
四、动静大小要并用.....	341
五、用外部压力产生内部动力.....	342
第六节 领导激励的创新.....	343
方法一：沟通无极限.....	343
方法二：把赞扬表达出来.....	343
方法三：给他最需要的.....	344
方法四：创新的激励项目.....	345
方法五：利用比较法.....	345
方法六：吐露一点秘密.....	346
第十一章 危机领导的方法与艺术.....	348
第一节 危机领导的内涵.....	349
一、危机的概念.....	349
二、危机领导的内涵与特征.....	350
三、危机管理的原则.....	352
第二节 危机事件产生的原因与特点.....	355
一、危机事件产生的原因.....	355
二、危机事件的特点.....	357
第三节 危机处理的方法与艺术.....	358
一、掌握与控制危机发展的事态.....	359
二、找出危机症结所在.....	361
三、采取有效的处理策略.....	361
四、果断解决问题.....	362
五、危机恢复与善后.....	364
六、危机事件的问责制.....	365
第十二章 领导者的语言方法与艺术.....	369
第一节 领导者的语言功能.....	370

一、履行领导职责的功能	370
二、体现领导才能的功能	370
三、塑造领导形象的功能	371
四、展现领导魅力的功能	372
五、塑造组织形象的功能	373
第二节 领导者的语言类型	373
一、书面语言	373
二、有声语言	374
三、态势语言	375
第三节 领导者的语言修养	378
一、领导者语言表达的基本技巧	378
二、领导者语言运用的场合	382
三、领导者的语言风格	390
第四节 中国领导者的微言大义	395
一、毛泽东的微言大义	395
二、邓小平的微言大义	399
三、胡锦涛的“不折腾”论	401
四、习近平的微言大义	401
参考文献	410