

第3版

管理沟通

成功管理的基石

Management Communication
Foundation for Successful Business

魏江 严进 编著

CP3
305-3

华
章
文
渊

管理学系列



第3版

管理沟通

成功管理的基石

Management Communication
Foundation for Successful Business

魏江 严进 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

管理沟通: 成功管理的基石 / 魏江, 严进编著. —3 版. —北京: 机械工业出版社, 2014.6
(华章文渊·管理学系列)

ISBN 978-7-111-46992-6

I. 管… II. ①魏… ②严… III. 管理学 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 118279 号

本书围绕管理沟通的本质是换位思考这个核心问题, 提出并分析了管理沟通的结构体系, 以及在中国文化背景下的沟通理念和沟通技能。重点在于分析管理沟通的基本理念, 包括沟通客体策略、沟通主体策略和沟通信息策略; 还分别阐述了基于个体的管理沟通和基于组织的管理沟通中的策略与技能, 包括笔头沟通、面谈技能、倾听技能、演讲技能、会议组织、危机沟通、跨文化沟通等。

本书主要适用于 MBA、EMBA 教学, 较大篇幅内容也适合于本科生与研究生教学, 同时, 可以为从事实际管理工作的实践者提供帮助和参考, 也可用于管理培训。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 王 昱

责任校对: 董纪丽

印 刷: 北京瑞德印刷有限公司

版 次: 2014 年 6 月第 3 版第 1 次印刷

开 本: 185mm×260mm 1/16

印 张: 21.75

书 号: ISBN 978-7-111-46992-6

定 价: 39.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

华章文渊

管理学系列

师道文宗
笔墨渊海

文渊阁 位于故宫东华门内文华殿后，是紫禁城中贮藏图书的地方，世界上最大的丛书《四库全书》曾经藏在这里，阁内悬有乾隆御书“汇流澄鉴”四字匾。

魏江 博士，浙江大学管理学院教授，博士生导师。现任浙江大学发展战略研究院副院长、国家重点软科学基地浙江大学“科教发展战略研究中心”执行主任、教育部“创新管理与持续竞争力”哲学社会科学创新研究基地副主任、浙江大学企业组织与战略研究所所长等。曾留学访问英国曼彻斯特大学、美国哈佛大学等。

长期从事企业战略管理、技术创新与管理、管理沟通等领域的研究与教学工作。入选“跨世纪优秀人才支持计划”、浙江省“新世纪151人才工程”第一层次、浙江省“151人才工程”重点资助对象、宝钢教育奖获得者、浙江省青年科技奖获得者、浙江省杰出青年基金获得者等。1998年以来，主持国际合作项目5项、国家自然科学基金重点项目1项、国家自然科学基金项目9项，省部级等项目近40项。在《管理世界》、《新华文摘》、*Management & Organization Review*等国内外权威期刊上发表论文280多篇；出版专著12部，译著4部；编著教材5部，先后获国家级优秀教学成果奖和教育部中国高校人文社会科学优秀成果奖二等奖、浙江省科学技术奖等省部级奖励10多项。

严进 应用心理学博士，浙江大学管理学院副教授，硕士生导师。中国心理学会工业心理学专业委员会秘书。曾受国家留学基金中国—哈佛博士后项目资助在哈佛大学从事博士后研究，先后赴香港科技大学、波士顿大学、荷兰自由大学等多所高校进行交流访问。2008~2009年在国家发展改革委员会西部司经济发展处挂职工作，2009~2012年任浙江大学管理学院MBA中心副主任。

长期从事行为决策、组织行为等领域的研究和教学工作。入选浙江省“新世纪151人才工程”第三层次，先后主持及参与10多个国家自然科学基金项目。在*Negotiation Journal*, *International Journal of Psychology*、《南开管理评论》、《心理学报》、《心理科学》、《应用心理学》等学术杂志上发表多篇学术论文。曾获得教育部中国高校人文社会科学优秀成果奖二等奖（管理学类）。

出版说明

提高自主创新能力，建设创新型国家，是党中央国务院做出的战略部署，是包括科技界、教育界在内全社会的共同目标。高等学校是培养和造就数以千万计专门人才和一大批拔尖创新人才的重要基地，是综合国力的重要组成部分，在支撑经济社会发展、提高自主创新能力、推进创新型国家建设中具有不可替代的重要作用。增强自主创新能力，建设创新型国家，对培养创新人才提出了新的要求，也对高等教育提出了新的挑战。教育部明确提出大力推进高校自主创新，进一步提高高等教育质量。

作为教学内容改革成果重要体现形式的教材，在高校创新人才的培养中扮演着重要角色。“教材是体现教学内容和教学方法的知识载体，是进行教学的具体工具，也是深化教育教学改革、全面推进素质教育、培养创新人才的重要保证。”新世纪的到来，对高等教育来说，不仅是时间上的跨越，更重要的是教育思想、教育观念发生了深刻的变革，而教材正从一个侧面折射出教育思想变革。为体现优秀教材的创新成果，机械工业出版社华章公司推出“华章文渊”教材系列（分经济学系列和管理学系列）。本系列重视教育思想和观念的改革，力求处理好知识、能力和素质三者辩证统一的关系，以素质教育为核心组织教材的内容，实现教材内容和体系的创新。“华章文渊”教材充分体现“授人以鱼不如授人以渔”的终身教育的思想。

奉献给广大读者的“华章文渊”教材系列重在培养学生的创新精神和能力，观点、体系有所创新，既与国际接轨，又具有理论性、实用性、可操作性和创新性等鲜明特色，具有各自的知识创新点和独到之处。同时，优秀教材是知识性和可读性的结合体，将深奥的知识融于浅显易懂的文字中，努力使读者的学习过程变得轻松愉快，这也是“华章文渊”的目标。

秉承“国际视野、教育为本、专业出版”的理念，华章始终坚持以内容取胜的出版标准。集合优秀教材创新成果的“华章文渊”教材系列正是“深化教育教学改革，全面推进素质教育，培养创新人才”的直接体现，期待有志于此的广大教师加入。

机械工业出版社华章公司经营出版中心

第3版序言

本书第2版出版之后，我与出版社利用每年全国MBA“管理沟通”课程教学研讨会的机会，都会邀请部分老师对教材内容，结合自己使用的体会，进行研讨交流，充分征求老师们的意见。比如，2013年合肥会议期间，我们当面听取了30多位老师的意见。会后，出版社通过问卷向授课老师们进一步征求意见，结果，我们收到了90多位老师的反馈。看到老师们的肯定意见与坦诚的批评建议，内心的感动无以言表。

在充分听取老师们的意见和建议之后，我对整个教材做了相应的调整：一是删减了“伦理与管理沟通”、“与新闻媒体沟通”、“谈判技巧”三章内容。这主要基于以下意见：原来教材内容太多，36个学时讲不完；“谈判技巧”和“与新闻媒体沟通”与普通MBA学生的距离相对较远，而且这两部分内容有专门的书籍进行介绍；“伦理与管理沟通”应该渗透到整个教材的其他章节中。二是改变了章节结构，把第2版中的“沟通专题”合并到第三篇中，并把三篇内容的标题调整为“管理沟通理念与策略”、“基于个体的管理沟通”、“基于组织的管理沟通”。因为有老师提出，危机沟通、跨文化沟通也是组织层面的沟通，把专题从组织沟通技能中独立出来，不符合逻辑。三是调整了5个案例。有的案例删除了，有的替换成新的案例，也有的章节增加了案例。在调查中，老师们提出建议最多的就是关于案例的，认为应该再进一步贴近MBA学生的实际工作层次，选取相应情境的案例。四是修订了部分章节的具体内容。

但是，由于不同老师的教学对象不同，教学背景不同，因此，提出的建议确实有很多难以兼顾，还请老师们原谅。不过，老师们提出很多建议但短时间内难以完成的一个方面，就是教辅材料的编写，比如，案例使用手册。我一定将此作为光荣的任务纳入到我的下一步修订计划中，请老师们多包涵，谢谢！

在此，要特别感谢以下同行专家提出了宝贵的修订意见和指导建议，他们是（按姓氏笔画排序）：

于丽艳 黑龙江大学

王晓莉 东北财经大学

万杰 河北工业大学

王斯年 新疆财经大学

王珏 西北大学

韦惠惠 河南科技大学

王华强 长江大学

尤莉 河南科技大学

王红国 上海医疗器械高等专科学校

方刚 杭州电子科技大学

王国锋 电子科技大学

卢小丽 大连理工大学

王柳云 福建农林大学

田毕飞 中南财经政法大学

- | | | | |
|-----|----------|-----|----------|
| 付亦重 | 北京林业大学 | 张丽梅 | 南京审计学院 |
| 庄贝妮 | 集美大学 | 张国萍 | 南开大学 |
| 庄恩平 | 上海大学 | 陈逢文 | 重庆大学 |
| 刘娜 | 北京建筑大学 | 陈益民 | 南京林业大学 |
| 刘传富 | 重庆文理学院 | 陈随军 | 浙江大学 |
| 刘贵清 | 中原工学院 | 陈喜波 | 北京物资学院 |
| 齐庆祝 | 天津工业大学 | 苗建军 | 南京航空航天大学 |
| 孙卫敏 | 山东大学 | 林晓 | 天津理工大学 |
| 孙金花 | 重庆理工大学 | 林銮珠 | 海南大学 |
| 孙祖荣 | 广东石油化工学院 | 罗磊 | 暨南大学 |
| 杜宏 | 内蒙古财经大学 | 周勇 | 武汉科技大学 |
| 李乃文 | 辽宁工程技术大学 | 周志霞 | 潍坊学院 |
| 李朋林 | 西安科技大学 | 赵莉 | 中国矿业大学 |
| 李南雁 | 上海对外经贸大学 | 赵延昇 | 中国科学技术大学 |
| 李剑青 | 清华大学 | 赵艳萍 | 江苏大学 |
| 杨悦 | 中国传媒大学 | 赵智宏 | 宁夏大学 |
| 杨晓玲 | 江西财经大学 | 胡军 | 浙江工业大学 |
| 杨雪莲 | 青岛大学 | 胡付照 | 江南大学 |
| 杨彩玲 | 宁夏大学 | 胡宝娣 | 重庆工商大学 |
| 肖武东 | 广东外语外贸大学 | 姚承曦 | 汕头大学 |
| 吴小丁 | 吉林大学 | 秦世波 | 潍坊学院 |
| 吴振华 | 桂林电子科技大学 | 钱丽 | 安徽财经大学 |
| 何林 | 陕西师范大学 | 钱振波 | 中央财经大学 |
| 何健 | 南京大学 | 钱黎春 | 安徽工业大学 |
| 何春丽 | 西华师范大学 | 徐永 | 上海外国语大学 |
| 汪贤泽 | 浙江师范大学 | 徐新鹏 | 四川外语学院 |
| 宋刚 | 大连外国语学院 | 徐德力 | 常州工学院 |
| 张琰 | 华东师范大学 | 高建新 | 洛阳理工学院 |
| 张薇 | 金陵科技学院 | 涂辉文 | 浙江理工大学 |
| 张鑫 | 合肥工业大学 | 黄庐进 | 华东理工大学 |
| 张广宁 | 辽宁大学 | 黄爱华 | 华南理工大学 |
| 张刚峰 | 浙江大学 | 黄漫宇 | 中南财经政法大学 |
| 张守刚 | 西安思源学院 | 曹巍 | 中国矿业大学 |
| 张丽芳 | 厦门大学 | 曹洲涛 | 华南理工大学 |

梁琳 西南石油大学
程馨 青岛大学
程巍 沈阳大学
傅克平 南昌大学
焦娟妮 湖南科技学院

曾成 广东外语外贸大学
警永成 河海大学
潘虹 吉林大学
戴强 安徽财经大学

最后,根据出版社的建议,结合自己的教学体会,就如何根据不同层次的学员(学生)使用本教材提供内容安排上的建议,供大家参考(见下表)。特别需要说明的是:①表中带*的教学内容建议作为必讲内容,不带*的可以作为选择性内容;②章节内容原则上是按照MBA学生36个学时设计的,但一般要全部讲完时间比较紧张,所以,第二篇基于个体的管理沟通策略、第三篇基于组织的管理沟通内容,可以有所取舍。管理类专业本科生和非管理类专业本科生可以再进一步简化为讲前面的8章内容,而基于组织的管理沟通内容可以不讲。③案例讨论、情境模拟等时间已经包括在前面各个章节的教学课时中。

教学内容	学习要点	课时安排		
		MBA	管理类 专业本科	非管理类 专业本科
第1章 绪论*	(1) 掌握管理沟通的基本概念与要素 (2) 掌握管理沟通的过程 (3) 确立管理沟通的基本策略构成	4	6	6
第2章 沟通客体策略*	(1) 确立客体导向的沟通思维模式 (2) 能分析把握客体的沟通需求 (3) 认知如何与上司有效地沟通 (4) 认知如何与下属有效地沟通	4	6	6
第3章 沟通主体策略*	(1) 能对自我做正确的沟通认知和定位 (2) 了解自我沟通的目标设计 (3) 了解自我沟通的基本过程及特点 (4) 重点掌握自我沟通的三阶段策略	4	6	6
第4章 沟通信息策略*	(1) 掌握与运用信息组织策略 (2) 掌握并运用信息表达技能 (3) 掌握并运用定位导向策略 (4) 学会基于尊重导向的沟通策略	4	6	4
第5章 笔头沟通技能*	(1) 笔头沟通的文字组织原则 (2) 笔头沟通的语言组织技能 (3) 掌握公司重要报告的写作技巧	4	3	2
第6章 面谈技能	(1) 求职信的写作 (2) 求职面试准备 (3) 求职面试过程的技巧把握	2	3	2
第7章 倾听技能*	(1) 认识并领会倾听的重要性 (2) 认识并克服倾听中的障碍 (3) 学会有效地运用和把握倾听技巧	2	3	2
第8章 演讲与辅助手段	(1) 能掌握演讲准备的基本要求技能 (2) 能把握演讲的语言结构与非语言技巧 (3) 基本掌握并运用PPT的设计制作 (4) 能较有效利用相关的心理技能等	2	3	4

(续)

教 学 内 容	学 习 要 点	课 时 安 排		
		MBA	管理类 专业本科	非管理类 专业本科
第 9 章 沟通环境与策略	(1) 了解沟通过程的内外部环境要素 (2) 正确运用常见技术环境下的沟通技能 (3) 正确把握正式沟通网络中的沟通 (4) 能了解并运用非正式网络中的沟通	4	—	2
第 10 章 会议组织与沟通	(1) 认识并领会会议沟通的优缺点 (2) 掌握会议沟通的基本要点 (3) 能正确做好会议沟通的准备 (4) 能把握会议沟通的过程	2	—	—
第 11 章 危机沟通	(1) 了解危机的基本类型及其识别 (2) 掌握危机沟通的基本策略 (3) 能运用危机管理思想做好沟通	2	—	—
第 12 章 跨文化沟通	(1) 明确导致跨文化沟通的文化差异 (2) 有效做好跨文化沟通的策略	2	—	2
案例讨论: 建议各章至少选择一个案例, 准备不占用课内时间, 案例讨论时间由教师灵活调整, 总共时间已经包括在前面的各章中。		12	12	8
情境模拟: 选择教材中的两三个情境模拟用于教学, 在时间上也可以灵活把握。		6	4	—
课时总计		36 ~ 48	36	36

魏江

2014年3月于杭州启真湖畔

第2版序言

在我的记忆中，“管理沟通”作为我国自己的MBA培养课程，开设时间应该在1998年前后（当然，与国外合作办的MBA项目开这门课要早些）。1999年秋，清华大学组织召开了第一届全国MBA“管理沟通”课程研讨会，会上做了初步统计，那时正式开设该课程的MBA培养高校不超过10所。一转眼，10年过去了，“管理沟通”这门课可以说是得到了超常的发展，受到了学生超常的欢迎。目前，据不完全统计我国已经有60多所MBA培养高校开设了该课程，而且授课对象从MBA延伸到本科、硕士、博士、EMBA。例如作者所在的浙江大学，“管理沟通”不仅成为最受MBA学生欢迎的选修课程之一，而且在全校硕士生公选课程、全校本科生通识类课程推出后，立即成为最受欢迎的课程之一，每次选修的学生数量达到四五百人。

正是因为该课程的超常发展，管理沟通教材这些年不断出现。既有从国外引进的，也有国内教师自己编写的。据作者所知，仅国外引进的（包括影印版、翻译版）就有近20种了。但我在阅读这些教材的过程中有一个困惑：“管理沟通”作为一门课程，可讲的内容实在太多了，如果没有逻辑体系，要一个技能一个技能地讲，根本无法在有限的课堂时间里讲完。如何能够授学生以渔，而不是鱼，就必须思考“管理沟通”课程的体系和结构问题，先让读者体会到管理沟通的本质、精髓，对于具体技能技巧，每个人自然会“触类旁通”、“举一反三”了。基于此，我对“管理沟通”这门课提出了两个问题：什么是中国文化背景下的管理沟通？管理沟通到底有没有体系结构？这两个问题随着时间的延续正变得清晰起来，通过自己的思考积累、同行的交流启发和与学生的教学互动，不断厘清以上两个问题的脉络。最后的落脚点还是：管理沟通的本质应该是换位思考；在沟通过程不能忘记文化背景。

本书是对这两点的延续和深入。在内容安排上，分为四篇。第一篇是管理沟通理念。对管理者来说，我坚信理念是第一位的，没有正确的理念，技能再多也没用；如果理念转变过来了，即使没有教给学生具体技能，他们也会自己去找答案。因此，本书的第一篇在提出管理沟通基本概念的基础上，分别从沟通对象分析、沟通主体分析、沟通内容分析三个方面讨论“如何换位思考”。第二篇和第三篇分别是个人沟通技能和组织沟通技能。这两篇是理念与技能的结合，对于个人沟通技能，分别探讨了笔头沟通技能、口头沟通中的演讲与辅助手段、倾听技能和面谈技能；组织沟通技能讲了沟通环境与策略、会议组织与沟通、伦理与管理沟通。之所以说这两篇内容是理念与技能的结合，是因为在内容组织上强调了“为什么”和“如何”的结合。从本人教学经验来看，如果单单给大家灌输“如何写工作报告”，结果发现，学生手里拿着渔具还是不知道如何使用，看来，还是要弄清楚“为什么要这样写报告”，所以，在内容组织上涉及了技能与思路的结合。第四篇是沟通

专题，分别分析了危机沟通、跨文化沟通策略、与新闻媒体沟通、谈判技巧等。这部分内容可能发生在个体层面，也可能发生在组织层面，同时，又是企业越来越经常遇到的问题，所以，把这些技能单独列为一篇来介绍。

接着，说明一下这本书试图体现的特色。作者以为，一个成功的管理沟通者，前提必须是一个优秀的自我沟通者。一个不能与自己成功沟通的人，是不可能与他的同事、朋友、亲人和顾客实现建设性沟通的。为此，本书第一篇专门围绕这一理念从换位思考的角度阐述了如何分析对方，如何分析自己，如何进行建设性沟通。这在其他教材或著作中显然是被忽视的，但作者又认为是很根本的，权且把它作为一个特色。

再者，管理沟通课程的教学与实践结合得非常紧密。如何把课堂教学与实践结合起来是作者煞费苦心思考的问题。为此，我们明确了每章内容的体例安排：从实践问题引入，通过基本理念和方法的分析，结合现实体验和自我评估，再回到实践。基于这种考虑，在内容安排上，设计了引入式的例子和案例、情境模拟、自我测评、总结回顾、回顾性案例等内容，这一方面有助于教学，另一方面也有助于提高教材的可读性和可自学性。这算是对原先教材做重大修订之后的最大特色。

最后，本书收集了较多的第一手案例。这些案例绝大部分是发生在我们身边的事，篇幅也不长，不少案例来自我的 MBA 学生的切身经历。这就算为具有中国文化背景的管理沟通课程建设做一点努力。

接下来，根据出版社的建议，结合自己的教学体会，就如何根据不同层次的学员（学生）使用本教材提供内容安排上的建议，以供大家参考（见下表）。特别需要说明的是：① 表中带 * 的教学内容建议作为必讲内容，不带 * 的可以作为选择性内容；② 在课时安排上，对于 MBA 可以是 36 个学时或者 48 个学时，管理专业本科生和非管理专业本科生是根据 36 个学时安排的，标注课时的内容建议要讲，其他内容不一定讲，或者选择性补充；③ 案例讨论、情境模拟等时间已经包括在前面各个章节的教学课时中。

教学内容	学习要点	课时安排		
		MBA	管理类 专业本科	非管理类 专业本科
第 1 章 绪论*	(1) 掌握管理沟通的基本概念与要素 (2) 掌握管理沟通的过程 (3) 确立管理沟通的基本策略构成	4	4	6
第 2 章 沟通客体策略*	(1) 确立客体导向的沟通思维模式 (2) 能分析把握客体的沟通需求 (3) 认知如何与上司有效地沟通 (4) 认知如何与下属有效地沟通	4	6	6
第 3 章 沟通主体策略*	(1) 能对自己做正确的沟通认知和定位 (2) 了解自我沟通的目标设计 (3) 了解自我沟通的基本过程及特点 (4) 重点掌握自我沟通的三阶段策略	4	4	6

(续)

教 学 内 容	学 习 要 点	课 时 安 排		
		MBA	管理类 专业本科	非管理类 专业本科
第 4 章 沟通信息策略*	(1) 掌握与运用信息组织策略 (2) 掌握并运用信息表达技能 (3) 掌握并运用定位导向策略 (4) 学会基于尊重导向的沟通策略	4	4	4
第 5 章 笔头沟通技能*	(1) 笔头沟通的文字组织原则 (2) 笔头沟通的语言组织技能 (3) 掌握公司重要报告的写作技巧	4	4	—
第 6 章 面谈技能	(1) 求职信的写作 (2) 求职面试准备 (3) 求职面试过程的技巧把握	2	2	2
第 7 章 倾听技能*	(1) 认识并领会倾听的重要性 (2) 认识并克服倾听中的障碍 (3) 学会有效地运用和把握倾听技巧	2	2	2
第 8 章 演讲与辅助手段	(1) 能掌握演讲准备的基本要求技能 (2) 能把握演讲的语言结构与非语言技巧 (3) 基本掌握并运用 PPT 的设计制作 (4) 能较有效利用相关的心理技能等	4	2	4
第 9 章 沟通环境与策略	(1) 了解沟通过程的内外部环境要素 (2) 正确运用常见技术环境下的沟通技能 (3) 正确把握正式沟通网络中的沟通 (4) 能了解并运用非正式网络中的沟通	4	—	—
第 10 章 会议组织与沟通	(1) 认识并领会会议沟通的优缺点 (2) 掌握会议沟通的基本要点 (3) 能正确做好会议沟通的准备 (4) 能把握会议沟通的过程	4	2	—
第 11 章 伦理与管理沟通	(1) 认识到伦理对管理沟通的影响 (2) 能正确判断管理沟通中的伦理道德 (3) 学会处理沟通中的伦理道德冲突	2	2	—
第 12 章 危机沟通	(1) 了解危机的基本类型及其识别 (2) 掌握危机沟通的基本策略 (3) 能运用危机管理思想做好沟通	2	—	—
第 13 章 跨文化沟通策略	(1) 明确导致跨文化沟通的文化差异 (2) 有效做好跨文化沟通的策略	2	2	2
第 14 章 与新闻媒体沟通	(1) 掌握并运用与新闻媒体沟通的策略 (2) 了解并初步学会组织记者招待会 (3) 了解并初步学会组织新闻发布会	2	—	—
第 15 章 谈判技巧	(1) 了解谈判中存在的效用决策陷阱 (2) 能掌握并运用分配性和整合性策略 (3) 根据中国人特点进行谈判的注意点	2	—	—
案例讨论：建议各章至少选择一个案例，准备不占用课内时间，案例讨论时间由教师灵活调整，总时间已经包括在前面的各章中。		12	12	8
情境模拟：选择教材中的两三个情境模拟用于教学，在时间上也可以灵活把握。		6	4	—
课时总计		36 ~ 48	36	32

本书的编写人员分工：第 1、2、3、4、5、6、8、9、10、11、14 章和有关附录等由魏江负责编

写；第7章由魏江、朱纪平负责编写；第12、13、15章由严进、魏江负责编写。另外，在初稿出来后，严进、朱纪平、潘慧珍、苗玲玲做了协助校对，魏江对整个书稿做了最后的校对修改审稿。

这里，我们要衷心感谢十年来在我国 MBA 培养院校“管理沟通”课程教学领域辛勤耕耘的同行——清华大学钱小军教授、暨南大学沈远平教授、北京交通大学余江东老师、哈尔滨工程大学姜炳麟教授、南开大学赵伟副教授、西安交通大学曾小春教授、北京理工大学裴蓉教授、南京理工大学葛志宏教授、哈尔滨工业大学张莉教授与刘宝巍博士、同济大学张科平副教授、福州大学施红兵教授、中国人民大学刘彧或副教授、南京大学何健博士、郑州大学孙恒有教授、中南财经政法大学张华容教授、吉林大学张秋惠教授等。在连续十年的全国管理沟通研讨会上，他们给了我无数的启迪和帮助，特别是2009年年初在哈尔滨开会期间，我们专门组织了一个关于教材的讨论会，共有20多位老师给我们提出了极富启发性的意见和建议。每当想起这些同仁们对我的帮助，我心头不自觉涌起暖流：他们对我的帮助是如此无私，如此真挚，如此地具有建设性。尤其让我感动的是，他们把自己在教材使用过程中发现的错字、不恰当的表述、错误的标点符号都提出了修改意见。他们是我永远的朋友、永远的姐妹、永远的兄长。我把这本教材献给他们。

要特别感谢我校97届以来各届 MBA 学员、EMBA 学员、学历教育研究生们给我的帮助，本书中部分案例来自于他们所提供的素材；课程中的许多内容也得益于他们给我的启发。尤其让我感动的是，许多学员在学习过程中与我一起探讨教学方式和学习方法，并给我提出了很多好的建议。

另外，我还要感谢以下学校的老师们对使用我之前所编版本之后的反馈意见。它们是南开大学、西南财经大学、北京理工大学、广东工业大学、中南财经政法大学、内蒙古工业大学、中央民族大学、清华大学、广西财经学院、暨南大学、昆明理工大学、电子科技大学、广州大学、华南理工大学、东北财经大学、上海交通大学、南京理工大学、云南大学、天津财经大学、山东大学、上海理工大学、西南交通大学、西北工业大学、青岛大学、南京大学、华东理工大学等。

当此书稿快完成的时候，编著者重新翻阅了2001年出版的《管理沟通：理念与技能》一书，觉得当初提出的不少目标，现在开始实现了，甚感欣慰。同时，也遗憾地发现，要编写一本让自己满意、让老师满意、让读者满意的教材，还需不断积累和完善。恳望大家不吝赐教。

魏江

浙江大学教授、博士生导师

2009年10月于求是园

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
技术创新管理	978-7-111-39167-8	技术与创新管理(第2版)(中国版)(怀特)(2012年)	外版	45
管理学	978-7-111-41918-1	管理学(第7版)(罗宾斯)(2013年)	外版	69
管理学	978-7-111-46255-2	管理学(诺里亚)(2014年)	外版	69
管理学	978-7-111-33777-5	管理学(威廉姆斯)(2011年)	外版	49
管理学	978-7-111-27459-9	管理学(英文版)(希尔)(2009年)	外版	58
管理学	978-7-111-27095-9	管理学(中国版)(希尔、李维安)(2009年)	外版	42
管理学	978-7-111-41449-0	管理学:原理与实践(第8版)(罗宾斯)(2013年)	外版	59
管理学	978-7-111-26447-7	管理学精要:国际化视角(第7版)(中国版)(韦里克、孔茨、马春光)(2009年)	外版	45
管理学	978-7-111-36487-0	管理学原理(第7版)(达夫特)(2011年)	外版	69
管理学	978-7-111-29222-7	管理学原理(英文版·第6版)(达夫特)(2010年)	外版	75
管理沟通	978-7-111-24811-8	管理沟通:原理与实践(第3版)(哈特斯利)(2008年)	外版	35
管理沟通	978-7-111-24913-9	管理沟通:原理与实践(英文版·第3版)(哈特斯利)(2008年)	外版	45
管理沟通	978-7-111-32945-9	商务沟通(莱曼)(2011年)	外版	48
管理沟通	978-7-111-43944-8	商务与管理沟通(第10版)(洛克)(2013年)	外版	75
管理沟通	978-7-111-43763-5	商务与管理沟通(英文版·第10版)(洛克)(2013年)	外版	79
企业文化	978-7-111-44522-7	企业文化(第2版)(陈春花)(2013年)	本版	35
企业文化	978-7-111-36805-2	现代企业文化理论与实务(李建华)(2012年)	本版	32
企业管理	978-7-111-39908-7	现代企业管理(第2版)(周荣辅)(2012年)	本版	35
技术创新管理	978-7-111-43794-9	创新创意基础教程(谭贞)(2013年)	本版	30
技术创新管理	978-7-111-36731-4	创新管理:获取持续竞争优势(宁钟)(2011年)	本版	68
技术创新管理	978-7-111-30136-3	技术创新管理(赵晶媛)(2010年)	本版	32
管理研究方法	978-7-111-44259-2	管理研究(第2版)(席酉民)(2013年)	本版	45
管理学学习指导	978-7-111-44584-5	管理学学习指导(郝云宏、向荣)(2013年)	本版	35
管理学	978-7-111-23215-5	管理基础与实务(朱权)(2008年)	本版	30
管理学	978-7-111-44591-3	管理学(第2版)(卢润德)(2013年)	本版	39
管理学	978-7-111-43793-2	管理学(郝云宏、向荣)(2013年)	本版	39
管理学	978-7-111-35399-7	管理学(李彦斌)(2011年)	本版	35
管理学	978-7-111-25012-8	管理学(聂锐)(2008年)	本版	36
管理学	978-7-111-33846-8	管理学(王关义)(2011年)	本版	29
管理学	978-7-111-24832-3	管理学:企业的视角(纪成君)(2008年)	本版	28
管理学	978-7-111-38887-6	管理学基础(李立新)(2012年)	本版	35
管理学	978-7-111-37505-0	管理学原理(第2版)(陈传明)(2012年)	本版	36
管理学	978-7-111-37405-3	管理学原理(精品课)(徐碧琳)(2012年)	本版	35
管理学	978-7-111-44254-7	现代管理学(第2版)(“十一五”国家级规划教材)(张英奎)(2013年)	本版	30
管理学	978-7-111-35694-3	现代管理学(蒋国平)(2011年)	本版	34
管理沟通	978-7-111-35242-6	管理沟通(刘晖)(2011年)	本版	27
管理沟通	即将出版	管理沟通(王凌峰)(2014年)	本版	30
管理沟通	978-7-111-29573-0	管理沟通:成功管理的基石(第2版)(魏江)(2010年)	本版	39
管理沟通	即将出版	管理沟通:成功管理的基石(第3版)(魏江)(2014年)	本版	39
工商管理类专业综合实训	978-7-111-21236-2	工商管理类专业综合实训教程:工商模拟市场实训(精品课)(阚雅玲)(2007年)	本版	22
	978-7-111-43562-4	大学治理(李维安)(2013年)	本版	49



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务管理(公司理财)	即将出版	财务管理(刘淑莲)(2014年)	39
战略管理	978-7-111-32666-3	战略管理(第2版) (“十一·五”国家级规划教材)(王方华)(2010年)	38
战略管理	即将出版	战略管理(魏江)(2014年)	35
运营管理	978-7-111-42293-8	生产运作管理(第4版)(陈荣秋, 马士华)(2013年)	49
企业文化	978-7-111-44522-7	企业文化(第2版)(陈春花)(2013年)	35
管理学	978-7-111-37505-0	管理学原理(第2版)(陈传明)(2012年)	36
管理沟通	978-7-111-29573-0	管理沟通:成功管理的基石(第2版)(魏江)(2010年)	39
管理沟通	即将出版	管理沟通:成功管理的基石(第3版)(魏江)(2014年)	39
创业管理	978-7-111-42860-2	创业管理(第3版)(基础版)(张玉利)(2013年)	29
创业管理	978-7-111-42833-6	创业管理(第3版)(张玉利)(2013年)	39
会计学	即将出版	基础会计学(潘爱玲)(2014年)	35
统计学	978-7-111-31321-2	统计学(曾五一)(2010年)	35
数量经济学	978-7-111-26575-7	应用数量经济学 (“十一·五”国家级规划教材)(张晓响)(2009年)	45
管理经济学	978-7-111-39608-6	管理经济学(毛蕴诗)(2012年)	45
产业经济学	即将出版	产业经济学(刘志彪)(2014年)	39
财政学	即将出版	财政学(毛程连)(2014年)	39
组织行为学	978-7-111-39625-3	组织行为学(第2版)(陈春花)(2012年)	39
供应链(物流)管理	978-7-111-45453-3	供应链管理(第4版)(马士华)(2014年)	39

目 录

作者简介	
出版说明	
第3版序言	
第2版序言	
第一篇 管理沟通理念与策略	
第1章 绪论 2	
1.1 引题：一天工作的“流水账”..... 2	
案例 1-1 一个典型的早晨..... 3	
1.2 管理与沟通..... 3	
1.3 管理沟通的内涵与要素..... 5	
1.4 管理沟通的作用..... 7	
1.5 管理沟通过程..... 8	
1.6 管理沟通的本质：换位思考..... 10	
情境分析 52型飞机的悲剧..... 13	
总结..... 14	
讨论题..... 15	
案例 1-2 钢铁公司人事制度改革..... 15	
第2章 沟通客体策略 18	
2.1 引题：“拉郎配”的故事..... 18	
案例 2-1 电信公司的账单事件..... 18	
2.2 客体导向沟通的意义..... 19	
2.3 沟通对象的特点分析..... 21	
2.4 激发受众兴趣..... 24	
2.5 受众类型分析和策略选择..... 26	
2.6 受众分析专题：与下属的沟通... 31	
2.7 客体分析专题：与上司沟通..... 36	
情境模拟训练..... 44	
总结..... 45	
讨论题..... 46	
自我认知风格测试..... 47	
案例 2-2 与上司沟通：令王安特头痛 的上司..... 49	
案例 2-3 与下属沟通：对吴经理该 怎么办..... 50	
附录 2A 用礼貌语言来请求的 30 种 方法..... 50	
第3章 沟通主体策略 54	
3.1 引题：拿破仑·希尔与《快乐的 城堡》..... 54	
沟通启示 观心证道，在于自我..... 54	
3.2 沟通主体策略的两个基本问题... 55	
3.3 目标和策略的确定..... 57	
3.4 自我沟通的作用与过程..... 60	
3.5 自我沟通的艺术..... 62	
3.6 自我沟通媒介——自我暗示..... 71	
情境模拟训练..... 72	
总结..... 73	
讨论题..... 74	
自我技能测试..... 75	
案例 3-1 潮汐的转变..... 76	
案例 3-2 华为的冬天（任正非演讲 节选）..... 77	