

提高领导权威
增强领导魅力

多谋善断，借力用人，成就一番事业

修订版

领导六艺

LINGDAO
LIUYI

叶宇伟 编著

Lingdaoliuyi

海天出版社

修订版

叶宇伟 编著

LINGDAOYUJI

领导艺术

HAIYANCHUBANSHE



海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

领导六艺：修订版/叶宇伟著. —深圳：海天出版社，
2001.3

ISBN 7 - 80654 - 359 - 7

I. 领... II. 叶... III. 领导艺术 IV. C933.2
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 57300 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518026)

<http://www.htph.com>

责任编辑：陈敏宜 封面设计：张幼农

责任技编：陈炯 责任校对：康荣芬

海天电子图书开发公司排版制作

深圳市宣发印刷厂印刷 海天出版社经销

2001 年 3 月第 1 版 2001 年 3 月第 1 次印刷

开本：889mm×1194mm 1/32 印张：22.25

字数：590 千 印数：1 - 8000 册

定价：30.00 元

海天版图书版权所有，侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题，请随时向承印厂调换。

修 订 说 明

《领导六艺》自 1996 年问世以来,受到全国广大读者的厚爱与好评。在短短四年时间里,连续印刷发行了五次,编著者感到莫大的欣慰。

随着社会生活、工作节奏的不断加快,一些读者来函、来电建议:能否将《领导六艺》上、下册浓缩成一册,这样一则可以节省阅读时间,二则便于随身携带,能利用零碎时间学习。

为了更好地为读者服务,海天出版社与笔者采纳了上述建议,并立即抓紧修改、印刷发行,作为新世纪到来时向读者献礼。

修订的总思路是:鉴于近年来领导科学理论的普及,广大读者领导科学水平的提高,修改时着重精减书中的理论阐述部分,突出领导艺术的方法、技巧,选例力求典型、精彩。全书压缩近四分之一,由原来的 79 万字减到 59 万字,并合成一册。这本身又是一个新尝试,望读者多提宝贵意见和建议。

叶宇伟

2001 年 1 月

目 录

第一编 用权篇

第一章 领导者的权力观

第一节 权力

- 一、权力的概念 (3)
- 二、权力、责任与服务 (4)
- 三、职权 (5)

第二节 权威

- 一、权威的概念 (6)
- 二、权威的来源 (7)
- 三、权威的条件 (9)

第三节 权限

- 一、正式权限论 (10)
- 二、权限接受论 (11)
- 三、“无差别圈” (11)

第二章 权力类型与用权原则

第一节 权力类型

- 一、职位权力 (13)
- 二、个人权力 (14)

第二节 用权效果

- 一、被领导者的反应 (14)
- 二、领导者用权与领导绩效 (15)

第三节 用权原则

- 一、个人影响权 (17)
- 二、专长权 (19)
- 三、法定权 (23)
- 四、奖励权 (26)
- 五、强制权 (28)

第三章 用权方式

第一节 极端用权方式

- 一、极端用权理论 (31)
- 二、专制式用权特点 (32)
- 三、民主式用权特点 (33)

第二节 权变用权方式

- 一、权变式用权理论 (34)
- 二、权变式用权特点 (36)

第三节 授权

- 一、授权的意义 (41)
- 二、授权的类型 (42)
- 三、授权的过程与原则 (43)
- 四、授权的艺术 (45)

第二编 用人篇

第一章 领导的人才观

第一节 对人才的认识

- 一、从领导活动看人才的关键性 (49)
- 二、从现代化建设看人才的迫切性 (49)
- 三、从国际竞争看人才的战略性 (51)

第二节 对人才的态度

- 一、领导者的“才德” (51)
- 二、领导者的“才才” (53)

第二章 用人之道

第一节 选人的方法与步骤

- 一、影响选人的因素 (55)
- 二、选人的方法 (58)
- 三、选人的步骤 (61)

第二节 知人的方法

- 一、静中观察 (63)
- 二、动中考察 (63)
- 三、广咨博询 (64)
- 四、对比鉴别 (65)
- 五、知心知型 (65)

第三节 用人的原则

- 一、用人不疑 (67)
- 二、任人唯贤 (68)
- 三、用人之长 (68)
- 四、人才组合 (69)
- 五、革新适应 (70)

第三章 激励理论与方法

第一节 人的行为规律

- 一、个体行为产生的原因 (73)
- 二、个体行为的一般模式 (74)
- 三、个体行为的要素 (74)
- 四、人类行为的特征 (76)

第二节 需要理论与激励

- 一、需要——行为之源 (78)
- 二、需要理论 (81)
- 三、对需要理论的分析与借鉴 (93)

第三节 动机理论与激励

- 一、动机——行为的直接动力 (101)
- 二、动机理论 (106)
- 三、动机的激发 (112)

第四节 目标理论与激励

- 一、目标——行为的导向 (114)
- 二、期望理论 (118)
- 三、挫折理论 (124)

第五节 强化理论与激励

- 一、学习理论 (132)
- 二、双向决定理论 (133)

第三编 用脑篇

第一章 思维与领导

第一节 科学思维能力对领导者的意义

- 一、科学思维能力是领导能力的基础 (137)
- 二、科学思维能力是实现领导职能的保证 (138)
- 三、科学思维能力是领导艺术的灵魂 (138)

第二节 思维的概念

- 一、思维的含义 (139)
- 二、思维能力的三种表现 (139)

第三节 领导者的思维品质

- 一、思维的广阔性 (140)

二、思维的精确性	(140)
三、思维的敏捷性	(140)
四、思维的灵活性	(140)
五、思维的逻辑性	(141)
六、思维的深刻性	(141)
七、思维的创造性	(141)

第二章 科学思维方法

第一节 系统思维方法

一、系统思维方法概述	(142)
二、整体法	(143)
三、结构功能法	(143)
四、模拟法	(146)
五、反馈法	(147)
六、历时法	(147)
七、一体化法	(147)

第二节 逻辑思维方法

一、比较与分类	(149)
二、类比	(151)
三、归纳与演绎	(153)
四、分析与综合	(162)
五、历史与逻辑	(166)
六、证明与反驳	(168)

第三章 决策思维程序

第一节 发现问题与把握机会

一、发现问题	(176)
二、把握机会	(179)

第二节 确立目标

- 一、确立目标的意义 (180)
- 二、目标的分类 (181)
- 三、确立目标的原则 (181)
- 四、目标规划 (182)

第三节 拟定方案

- 一、方案的类型 (183)
- 二、拟定方案的原则 (184)
- 三、思考方案的起点 (184)

第四节 分析方案

- 一、分析方案的方法 (185)
- 二、分析方案的内容 (186)

第五节 选择方案

- 一、选择方案的标准 (189)
- 二、选择方案的方法 (191)

第六节 反馈调节

- 一、反馈调节的机制 (192)
- 二、反馈调节的类型 (194)

第七节 决策艺术

- 一、决策艺术的基本要求 (196)
- 二、日常决断的艺术 (202)
- 三、应急决策艺术 (206)
- 四、现场决策艺术 (211)

第四章 开发创造力

第一节 创造概述

- 一、创造力 (214)
- 二、创造过程 (215)
- 三、创造个性 (222)

第二节 创造性思维的形式

- 一、直觉 (225)
- 二、灵感 (226)
- 三、想象 (233)

第三节 创造思维能力的训练

- 一、善于发现问题 (239)
- 二、把握思维方向 (243)
- 三、培养形象思维 (254)
- 四、展开丰富联想 (258)
- 五、掌握创造技法 (263)

第五章 增强记忆力

第一节 记忆概述

- 一、记忆的机制 (268)
- 二、记忆的过程 (268)
- 三、记忆的分类 (278)
- 四、记忆的指标 (282)

第二节 记忆法则

- 一、记忆渴望 (284)
- 二、集中注意 (284)
- 三、加强理解 (287)
- 四、建立联想 (288)
- 五、提炼简化 (294)
- 六、分类织网 (297)
- 七、五官协同 (302)
- 八、掌握技巧 (304)
- 九、合理复习 (304)
- 十、科学护脑 (306)

第三节 记忆技巧

- 一、连锁法 (308)
- 二、定位法 (311)
- 三、头文字法 (314)
- 四、谐音法 (315)
- 五、歌诀法 (318)

第四编 用信篇

第一章 信息概述

第一节 信息的概念

- 一、信息的定义 (325)
- 二、信息的本质特性 (326)
- 三、信息的分类 (326)

第二节 信息的作用

- 一、信息与经济 (327)
- 二、信息与社会 (327)
- 三、信息与领导 (329)

第三节 信息的传播

- 一、信息传播的历史发展 (331)
- 二、信息沟通类型 (335)

第二章 人际信息沟通

第一节 人际信息沟通的内涵

- 一、人际信息沟通的概念与条件 (339)
- 二、人际信息沟通的依据 (340)
- 三、展示的度与人际关系 (343)
- 四、检验沟通效果的标准 (346)
- 五、缓和矛盾、解决冲突的方法 (347)

六、交流分析	(348)
<u>第二节 领导者的人际信息沟通</u>	
一、领导者与上级	(352)
二、领导者与下级	(358)
三、领导者与同级	(362)
四、领导者与群众	(366)
五、领导者与社区	(370)
六、领导者与非正式群体	(376)
七、领导者与家庭	(383)

第五编 用语篇

第一章 领导者的交往艺术

第一节 领导者的人际交往

一、交往的作用	(397)
二、交往的特点	(398)
三、交往的原则	(398)

第二节 领导者的风度美

一、领导者风度美的特征与类型	(400)
二、与风度相适应的神态、举止、言谈	(401)
三、领导者风度美的自我设计	(402)
四、领导者风度美的内涵与修养	(404)

第二章 领导者的谈话艺术

第一节 交谈的引入与展开

一、闲谈的作用	(406)
二、话题的选择	(407)
三、提问的作用与技巧	(409)

第二节 善于倾听

- 一、倾听的意义 (414)
- 二、倾听的技巧 (418)

第三节 交谈中信息传递方式

- 一、言语信息传递 (422)
- 二、非言语信息传递 (426)

第四节 谈话艺术

- 一、真诚赞美 (433)
- 二、恰当批评 (438)
- 三、面对分歧 (449)
- 四、有效说服 (458)

第三章 领导者的对话艺术

第一节 对话概述

- 一、对话的意义 (463)
- 二、对话的形式 (464)
- 三、对话的要求与对象 (467)

第二节 对话的语言

- 一、对话的语言特色 (471)
- 二、对话的感情语言 (474)
- 三、对话的态势语言 (475)
- 四、语言的储备 (477)

第三节 答问艺术

- 一、超越自我 (479)
- 二、处变不慌 (480)
- 三、答问技巧 (482)

第四节 对话的准备

- 一、掌握情况 (490)
- 二、择题、选材与“腹稿” (492)

三、口才与智力修养	(494)
四、威信效应	(497)

第四章 演讲艺术

第一节 演讲概述

一、领导者与演讲	(498)
二、演讲的定义	(499)
三、演讲的分类	(500)
四、演讲的特征	(501)

第二节 演讲的准备

一、心理准备	(503)
二、主题与题目的选择	(504)
三、材料的收集与整理	(508)
四、材料的选择	(510)
五、演讲稿的写作与修改	(513)
附(一)即席讲话腹稿结构模式	(515)
附(二)即席讲话快速构思法	(516)
附(三)临场快速总结发言要诀	(517)
六、演讲的方式	(519)
七、演讲的练习	(521)

第三节 演讲的技巧

一、演讲者的站立与走动	(523)
二、演讲的结构	(525)
三、演讲的开头	(529)
四、演讲的结尾	(534)
五、演讲的语言	(538)
六、声音、声调与节奏	(542)
七、情感的表达	(551)
八、听众注意力的局限	(554)

第五章 谈判艺术

第一节 谈判概述

- 一、谈判的定义 (556)
- 二、谈判的程序 (557)
- 三、谈判的特点 (558)

第二节 谈判的准备

- 一、制定战略 (560)
- 二、知己知彼 (561)

第三节 谈判技巧

- 一、沉着忍耐 (562)
- 二、清晰表达 (563)
- 三、认真倾听 (563)
- 四、机警发问 (564)
- 五、巧妙对答 (565)
- 六、以理服人 (566)

第六章 领导者的文采

第一节 写作是一种特殊的劳动

- 一、写作的过程 (567)
- 二、公务文书的特点 (568)
- 三、写作的功力结构 (568)

第二节 写作工程

- 一、揭示主题 (570)
- 二、文章结构 (570)
- 三、过渡与照应 (578)

第三节 逻辑与文风

- 一、文章的逻辑 (580)
- 二、文风三标准 (587)

三、语言的运用	(593)
---------	-------

第六编 用时篇

第一章 时间与领导

第一节 时间观

一、时间的概念	(609)
二、时间的分类	(613)
三、时间的特征	(614)
四、时间意识	(617)

第二节 时间运筹

一、算术法则	(620)
二、系统管理	(623)
三、科学计划	(624)
附：领导者支配时间的具体做法	(628)
四、分类管理	(629)
五、冷静思考	(631)
六、学说“不”字	(634)
七、调适节律	(636)
八、自由时间	(637)

第二章 会议时效

第一节 会议概述

一、会议的功能	(640)
二、会议的类型	(641)
三、会议的特性与成本	(642)
四、会议效果分析	(644)