



{ MBA/MPA }

必修公共课程

甘华鸣 • 李湘华 / 著

领导 (上)

LEADING

MBA (Master of Business Administration, 工商管理硕士), 是面向企业的高层次、应用型专门人才。**MPA** (Master of Public Administration, 公共管理硕士), 是面向政府部门及非政府公共机构, 包括政党团体、事业单位、社会中介组织等公共部门的高层次、应用型专门人才。

经商要读 **MBA**

MBA

从政要读 **MPA**

MPA

中国国际广播出版社

MBA 必修公共课程
MPA

领 导

(上 册)

甘华鸣 李湘华 著

中国国际广播出版社

MBA 必修公共课程
MPA

领 导

(下 册)

甘华鸣 李湘华 著

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

领导/甘华鸣,李湘华著. -- 北京:中国国际广播出版社,2002.1

ISBN 7-5078-2007-6

I. 领… II. ①甘… ②李… III. 领导学-研究生-教材 IV. C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 079954 号

著 者	甘华鸣 李湘华
责任编辑	何 清
版式设计	刘录正
封面设计	康笑宇工作室
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68033508(传真))
社 址	北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	王林芳
印 刷	北京泽明印刷有限责任公司
装 订	北京泽明印刷有限责任公司
开 本	850×1168 1/32
字 数	563 千字
印 张	23.375
版 次	2002 年 1 月北京第 1 版
印 次	2002 年 1 月北京第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2007-6/F·227
定 价	49.00 元(上、下册)

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书质量问题,本社负责调换)

前 言

MBA 和 MPA 这两个简洁而响亮的名称，以其不可抗拒的魅力和不可思议的魔力征服了全球主要发达国家，也强烈地吸引着中国的有识之士，特别是青年人的注意。

MBA (Master of Business Administration, 工商管理硕士), 是面向企业的高层次、应用型专门人才。MPA (Master of Public Administration, 公共管理硕士), 是面向政府部门及非政府公共机构, 包括政党团体、事业单位、社会中介组织等公共部门中的高层次、应用型专门人才。

MBA 教育诞生于美国, 经过近百年的探索和努力, 它培养了为数众多的优秀工商管理人才, 创造了美国经济发展的神话和奇迹。MBA 被誉为“天之骄子”和“管理精英”, 成为企业界乃至社会敬重和羡慕的特殊人物, 甚至在公众心目中被视为“商界英雄”。据统计, 美国最大的 500 家公司的总经理、董事长等高层主管, 绝大多数都是 MBA。这一惊人事实是对 MBA 教育成功业绩的最好说明。

MPA 教育也诞生于美国。在欧洲、北美一些发达国家中, MPA 已有了超过半个世纪的办学历史。美国目前开设 MPA 课程的院校有 220 多所, 在读学员达 3 万多人。MPA 的毕业生主要是去地方、州、联邦政府机构、非营利的公共组织(各种社会中介组织、基金会、协会等)、思想库或咨询公司等, 也有一些在企业的人事、行政部门工作。美国联邦政府中 10%~20% 的工作人员, 公共政策领域中 50%~60% 的工作人员具有 MPA 或相近的学位。

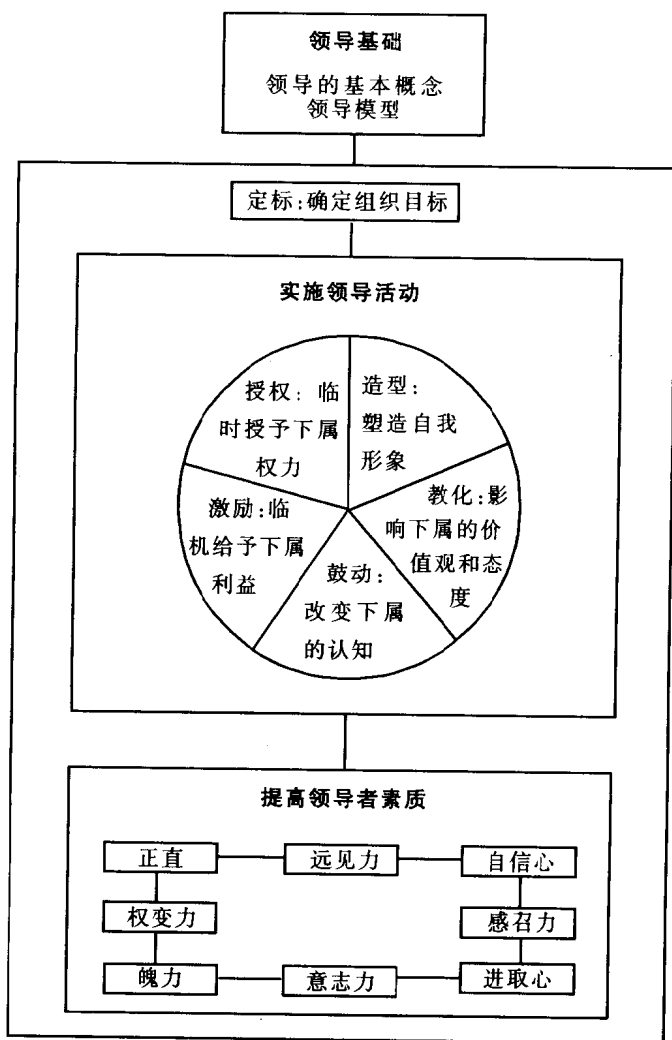
MBA 和 MPA 意味着超群的能力、胆识、品德……代表着

财富、地位、权力、荣誉……预示着希望、成功和辉煌……

MBA 和 MPA 创造的奇迹得益于其教育的科学性、规范性、灵活性和实用性。MBA 和 MPA 教育具有传统教育不可比拟的特色和优势。在教育观念、教育理论、教学内容和教学方法等诸多方面，都显现出其不同凡响的特点。这些特点不仅贯彻于 MBA 和 MPA 教育的整个过程之中，还体现在高质量的教材里面。因此，学习和阅读 MBA、MPA 权威教材，是了解和掌握 MBA、MPA 精髓要义的捷径；尤其是在我国 MBA、MPA 教育发展尚不能完全满足广大求学者要求的时候，这种求知的方式越发显得必要和实惠。

我们组织编写的这套“MBA/MPA 必修公共课程”，包括《创新》、《观察》、《决策》、《沟通》、《领导》、《谈判》、《高新科技》、《MBA/MPA 必修公共课程学习大纲》。这些教材囊括了工商管理 and 公共管理最普遍、最适用的通用知识。系统研读这些教材，就能够比较全面地了解和掌握 MBA、MPA 必修公共课程的知识。（另外我们还组织编写有“MBA 必修核心课程”和“MPA 必修核心课程”。）

成就事业需要人才，优秀的工商管理人才和公共管理人才需要接受一流的教育。实践证明，MBA 和 MPA 教育是当今世界培养职业企业家和职业公务员最完美的教育。一切有志于在企业界和行政界谋求发展并最终赢得成功的人士，都应该不失时机地夯实自己的知识根基。自学 MBA、MPA 必修公共课程的基本内容，能让你茅塞顿开、恍然大悟，会使你获得一种全新的感觉、全新的视野、全新的理念、全新的境界、全新的体验。



全书结构图

MBA教育诞生于美国，经过近百年的探索和努力，它培养了为数众多的优秀工商管理人才，创造了美国经济发展的神话和奇迹。**MBA**被誉为“天之骄子”和“管理精英”，成为企业界乃至社会敬重和羡慕的特殊人物，甚至在公众心目中被视为“商界英雄”。据统计，美国最大的500家公司的总经理、董事长等高层主管，绝大多数都是**MBA**。这一惊人事实是对**MBA**教育成功业绩的最好说明。

MPA教育也诞生于美国。在欧洲、北美一些发达国家中，**MPA**已有了超过半个世纪的办学历史。美国目前开设**MPA**课程的院校有220多所，在读学员达3万多人。**MPA**的毕业生主要是去地方、州、联邦政府机构、非营利的公共组织(各种社会中介组织、基金会、协会等)、思想库或咨询公司等，也有一些在企业的人事、行政部门工作。美国联邦政府中10%~20%的工作人员，公共政策领域中50%~60%的工作人员具有**MPA**或相近的学位。

MBA/MPA必修公共课程

《创新》CREATING

《观察》OBSERVATION

《决策》DECISION-MAKING

《沟通》COMMUNICATION

《领导》LEADING

《谈判》NEGOTIATION

《高新科技》NEW SCIENCE AND HIGH TECHNOLOGY

《MBA/MPA必修公共课程学习大纲》MBA/MPA SUMMARY

总 目 录

上册

导论 领导基础	(1)
第一章 领导的基本概念	(3)
第二章 领导模型	(40)
第一篇 实施领导活动	(69)
第三章 造型:塑造自我形象	(71)
第四章 教化:影响下属的价值观和态度	(123)
第五章 鼓动:改变下属的认知	(167)
第六章 激励:临机给予下属利益	(243)
第七章 授权:临时授予下属权力	(305)
附 录 定标:确定组织目标	(357)

下册

第二篇 提高领导者素质	(399)
第八章 正 直	(401)
第九章 远 见 力	(444)
第十章 自 信 心	(485)
第十一章 感 召 力	(515)

第十二章	进 取 心	(551)
第十三章	意 志 力	(578)
第十四章	魄 力	(629)
第十五章	权 变 力	(672)
参考文献		(711)

上册目录

导论 领导基础

第一章 领导的基本概念

第一节 领导的界定	(4)
一、领导的含义	(4)
二、领导的要素	(6)
第二节 领导的权力与权威	(12)
一、影响力	(13)
二、领导权力	(15)
三、领导权威	(21)
四、领导权力与领导权威的关系	(25)
第三节 领导与管理	(27)
一、管理	(27)
二、领导与管理的关系	(29)
第四节 领导者与管理者	(30)
一、管理者	(30)
二、领导者与管理者的关系	(32)
要点回顾	(33)
自我测试:你是一个领导者还是追随者?	(35)

案例研究:领袖中的领袖——英特尔总裁

安迪·格鲁夫 (36)

第二章 领导模型

第一节 实施领导活动 (42)

一、造型:塑造自我形象 (42)

二、教化:影响下属的价值观和态度 (43)

三、鼓动:改变下属的认知 (45)

四、激励:临机给予下属利益 (46)

五、授权:临时授予下属权力 (48)

六、关于“定标:确定组织目标” (51)

第二节 提高领导者素质 (54)

一、正直 (55)

二、远见力 (56)

三、自信心 (57)

四、感召力 (58)

五、进取心 (59)

六、意志力 (59)

七、魄力 (60)

八、权变力 (60)

自我测试:你具备当领导者的素质吗? (61)

案例研究:热爱变革的杰克·韦尔奇 (64)

第一篇 实施领导活动

第三章 造型:塑造自我形象

第一节 积极表现自我	(72)
一、相信自己	(72)
二、展现你对目标的专注	(74)
三、注重仪表	(78)
四、利用时空创造优势	(80)
五、拓宽自己的见识	(84)
第二节 拥有远大的目标	(88)
一、目标崇高	(89)
二、做必要的准备工作	(92)
第三节 迂回暗示	(94)
一、制造神秘性	(94)
二、使用间接的方法	(97)
三、替下属着想	(99)
第四节 善于表达情感	(103)
一、把情感与事实联系起来	(103)
二、保持高度的热情	(105)
三、使用生动的面部表情	(106)
第五节 力挽狂澜	(106)
一、当机立断	(106)
二、把握形势	(111)
三、身先士卒	(113)
要点回顾	(115)

自我测试:你会表达内心的情感吗?	(117)
------------------------	-------

案例研究:让士兵崇拜的巴顿将军	(119)
-----------------------	-------

第四章 教化:影响下属的价值观和态度

第一节 用价值观说话	(124)
------------------	-------

一、明确价值观的定义	(124)
------------------	-------

二、用价值观指导下属	(127)
------------------	-------

三、把握时代的步伐	(129)
-----------------	-------

四、尊重多样化	(132)
---------------	-------

第二节 确定你的价值观	(134)
-------------------	-------

一、确定你认为什么有价值	(135)
--------------------	-------

二、定义价值观	(138)
---------------	-------

三、评估价值观	(138)
---------------	-------

四、评价你的表现	(141)
----------------	-------

五、调整自己的表现	(142)
-----------------	-------

六、经常审查自己的价值观	(142)
--------------------	-------

第三节 树立共同的价值观	(142)
--------------------	-------

一、协调一致	(142)
--------------	-------

二、确定共同的价值观	(143)
------------------	-------

第四节 实践价值观	(151)
-----------------	-------

一、用之于实践	(152)
---------------	-------

二、与无知和抵制作斗争	(154)
-------------------	-------

三、修改价值观	(155)
---------------	-------

要点回顾	(159)
------------	-------

自我测试:你对价值观了解多少?	(160)
-----------------------	-------

案例研究:坚持信念的拉尔夫·拉森	(163)
------------------------	-------

第五章 鼓动:改变下属的认知

第一节 营造可信的氛围	(169)
一、与下属打成一片	(169)
二、让下属了解真相	(172)
三、赏识下属	(176)
四、向下属靠拢	(177)
五、向下属学习	(182)
六、推动建设性争论	(184)
第二节 激发下属的激情	(186)
一、激发共同的远景	(186)
二、激发下属的工作热情	(188)
三、鼓舞人心	(190)
第三节 培育赢者的心态	(196)
一、选择赞扬的方式	(196)
二、为下属树立信心	(198)
三、激发自豪感和成就感	(203)
第四节 解放下属的思想	(208)
一、鼓励下属发展	(208)
二、积极与下属交流	(212)
第五节 鼓励下属行动	(215)
一、发现人们的能力	(215)
二、发掘下属的潜能	(217)
三、培育激发创造力的环境	(223)
四、鼓励下属创新	(228)
要点回顾	(235)
自我测试:你善于鼓动下属吗?	(237)
案例研究:李光耀鼓励国民“不当小虾,学做蝌蚪”	(240)

第六章 激励:临机给予下属利益

第一节 遵循个人利益原则·····	(245)
一、提倡个人利益原则·····	(245)
二、有效遵循个人利益原则·····	(247)
三、了解下属的需求·····	(248)
四、明确薪水等因素的作用·····	(251)
五、运用需求圈·····	(252)
六、让下属注重目标·····	(254)
第二节 尊重下属·····	(256)
一、尊严至上·····	(256)
二、认可下属的工作·····	(259)
三、理解下属·····	(262)
四、倾听下属的意见·····	(264)
五、征求反馈·····	(267)
六、创建互相尊重的氛围·····	(269)
第三节 替下属着想·····	(273)
一、主动承担责任·····	(273)
二、恰当地褒贬·····	(276)
三、胸怀宽广·····	(279)
四、正面鼓励下属·····	(285)
第四节 让下属感到满足·····	(286)
一、重视下属·····	(287)
二、提供下属发展的机会·····	(289)
三、让下属自由行事·····	(291)
四、让下属竞争·····	(292)
五、丰富工作的乐趣·····	(295)
六、让下属独立思考·····	(296)

要点回顾·····	(298)
自我测试:你是如何激励下属的? ·····	(300)
案例研究:不用皮鞭而用荣誉来进行领导的拿破仑 ···	(301)

第七章 授权:临时授予下属权力

第一节 准备授权·····	(307)
一、明确授权的本质 ·····	(307)
二、遵守授权的准则 ·····	(311)
三、把握授权的前提 ·····	(313)
四、确认目前的授权状态 ·····	(315)
五、革新组织 ·····	(318)
六、任务标准化 ·····	(319)
七、培育授权气氛 ·····	(320)
八、转移心态 ·····	(322)
九、准备承担责任 ·····	(324)
第二节 确认授权任务·····	(325)
一、细分领导者的工作 ·····	(326)
二、确定授权的不同层级 ·····	(327)
三、选取授权任务 ·····	(328)
四、分析授权任务 ·····	(330)
五、重新设计工作 ·····	(332)
六、评估上述步骤 ·····	(334)
第三节 授权给下属·····	(335)
一、选择授权对象 ·····	(335)
二、重视授权的发布形式 ·····	(337)
三、明确界定授权范围 ·····	(339)
四、让下属参与授权决定 ·····	(341)
五、为受权下属开路 ·····	(342)