

Practice Works

领导方式

About Innovation

与领导方法

创新实务全书

主编 张 鸣 刘维林

人民日报出版社
线装书局

of Leading

Methods & Ways

领导方式与领导方法 创新实务全书

主编 张 鸣 刘维林

(第四卷)

人民日报出版社

线 装 书 局

目 录

第十二编 创新领导的语言方法和艺术

第一章 领导者的语言风格	2500
第一节 领导者语言风格的形成	2500
一 语言风格的界定	2501
二 语言风格的形成因素	2501
第二节 简洁质朴	2506
第三节 幽默生动	2510
一 幽默的作用	2511
二 正确运用幽默	2521
三 幽默感的培养	2525
第四节 典雅庄重	2526
第五节 委婉含蓄	2529
一 委婉含蓄, 巧于说服	2529
二 委婉含蓄, 善于批评	2530
三 委婉含蓄, 化解矛盾	2531
第二章 领导者的语言技巧	2532
第一节 暗示	2532
一 含义	2532
二 类型	2533
三 原则	2533
四 暗示的应用技巧	2536
第二节 节奏	2541
一 含义	2541

二 获得节奏感的方法	2542
第三节 插话	2544
一 作用	2544
二 原则和方法	2545
第四节 语气	2548
一 作用	2548
二 正确使用语气	2549
第五节 沉默	2552
一 正确理解沉默	2552
二 沉默之功效	2553
第六节 倾听	2557
一 倾听的作用	2558
二 倾听的技巧	2560
三 两种不同的倾听	2563
第七节 鼓动	2568
一 择时鼓动法	2569
二 奇语鼓动法	2569
三 目标鼓动法	2570
四 气势鼓动法	2571
第八节 提问	2571
一 提问	2571
二 提问的技巧	2572
三 提问的方法	2575
第九节 反问	2579
一 含义	2579
二 反问的方法	2580

第十节 讽刺.....	2586
一 讽刺	2586
二 讽刺的方法	2587
第三章 领导者语言的应用形式	2594
第一节 说服.....	2594
一 说服的原则	2594
二 说服的方法	2597
第二节 拒绝.....	2608
一 拒绝的原则	2609
二 拒绝的方法	2612
第三节 批评.....	2618
一 批评的原则	2618
二 批评种类	2624
三 批评的方法	2628
四 批评应注意场合	2635
第四节 表扬.....	2636
一 表扬的作用	2637
二 表扬的原则	2638
三 表扬的方法	2640
第五节 摆脱尴尬	2645
一 基本方法	2645
二 心理基础	2651
三 摆脱尴尬的技巧	2653
第四章 领导者的场合语言	2660

第一节 演讲·····	2660
一 什么是演讲·····	2660
二 演讲的素质要求·····	2663
三 演说中的方法·····	2671
第二节 谈话·····	2685
一 个别谈话·····	2685
二 同下属谈话·····	2701
三 座谈会·····	2717
四 与犯错误干部的谈话·····	2721
第三节 即席讲话·····	2724
一 特征·····	2724
二 原则·····	2725
三 程序·····	2727
四 技巧·····	2730
第四节 协调工作中的语言·····	2732
一 语言在协调工作中的作用·····	2732
二 协调中语言运用的几种方法·····	2733
三 协调中语言运用应注意的几个问题·····	2734
第五节 调解纠纷·····	2736
一 原则·····	2736
二 方法·····	2737
第六节 作报告·····	2740
一 报告的种类·····	2741
二 报告的结构·····	2743
三 要求·····	2745
第七节 论辩·····	2748

一 论辩的作用	2748
二 论辩的特点	2749
三 论辩的技巧	2752
第八节 答记者问	2770
一 记者采访的规律和特点	2770
二 领导者答记者问语言艺术的几个基本要求	2772
三 应注意的问题	2774
第九节 外交场合	2777
一 外交场合应答的重要性	2777
二 外交场合的语言特征	2778
三 外交应答须遵循的原则	2779
四 外交应答的技巧	2779
第十节 对待亲友	2783
一 亲情关系	2783
二 基本原则	2784
三 基本方法	2788
四 应避免的情况	2789
 第五章 体态语言的运用	 2792
第一节 体态语言	2792
第二节 体态语言的重要意义	2793
一 在领导信息表达中所占比率高	2793
二 是形成最佳“第一印象”的关键	2794
三 是传达和联络感情的“信使”	2795
四 是扶持有声语言的“绿叶”	2795
第三节 体态语言的具体应用	2796

一 微笑	2796
二 身姿	2800
三 眼神	2802
四 服装	2805
第六章 领导者的语言误区	2808
第一节 错误的表达思想	2808
一 外行形象	2808
二 唯我主义	2809
三 崇尚空谈	2809
四 小题大做	2809
五 绝对极端	2809
六 故作深沉	2810
七 轻浮粗俗	2810
八 推过揽功	2810
九 草民思想	2810
十 中庸主义	2811
第二节 语言误区的特征	2811
一 语言贫乏	2811
二 故弄玄虚	2812
三 逻辑混乱	2815
四 内容空洞	2821
第三节 领导者的忌语	2825
一 “没有时间”	2825
二 “没办法”	2826
三 “忘了”	2827

四 “怎么失败了”	2827
案例	2828

第十三编 领导公关方法艺术的创新

第一章 领导者的公关策略和决策艺术	2970
第一节 公关策略艺术	2970
一 遵纪守法, 注重社会效益的艺术	2970
二 珍惜信誉, 维护公众权益的艺术	2971
三 尊重科学, 讲求实事求是的艺术	2971
第二节 公关决策艺术	2972
一 公关决策特征	2972
二 公关决策原则	2972
三 公关决策过程	2973
四 公关决策回归	2973
第二章 领导者的公关方式	2974
第一节 领导者宣传性公关	2974
一 目的性	2975
二 新异性	2975
三 效益性	2975
四 重点性	2976
第二节 领导者交际性公关	2976
一 领导者交际性公关原则	2976
二 领导者交际性公关技巧	2977
第三节 领导者服务性公关	2978

一 领导者服务性公关原则	2978
二 领导者服务性公关技巧	2979
第四节 领导者社会性公关	2980
一 领导者社会性公关原则	2980
二 领导者社会性公关技巧	2981
第五节 领导者征询性公关	2982
一 领导者征询性公关原则	2982
二 领导者征询性公关技巧	2983
第六节 领导者维系性公关	2983
一 潜移默化	2984
二 循序渐进	2984
第七节 领导者进攻性公关	2985
一 领导者进攻性公关的原则	2985
二 领导者进攻性公关的技巧	2986
第八节 领导者防御性公关	2988
一 推陈出新	2988
二 接受反复	2989
第九节 领导者矫正性公关	2990
第十节 领导者建设性公关	2991
第三章 领导者的公关手段	2992
第一节 领导者借助新闻媒介	2992
一 选择媒介	2992
二 领导者与新闻界的交往	2997
三 领导者如何接受采访	2999
四 撰写新闻稿	3003
五 借助视听手段	3005

第二节 领导者组织自办媒介的方法与艺术	3009
一 自办报刊	3009
二 编写宣传小册子	3011
三 宣传组织标志	3012
第三节 领导者制作公关广告的方法与艺术	3013
一 领导者公关广告的类型	3013
二 领导者公关广告设计要求	3015
三 领导者公关广告的制作技巧	3016
四 公共关系广告效益的测算	3017
第四章 领导者公关程序	3020
第一节 自省艺术	3020
第二节 公关设计	3021
一 确定目标	3021
二 界定公众	3023
三 确定主题	3025
四 选择传播渠道	3026
五 选择时机	3027
六 编制费用预算和时间安排	3027
第三节 领导者公关实施	3028
一 纵观全局	3029
二 选准媒介	3029
三 制作信息	3030
四 控制进度	3030
五 调整计划	3031
第四节 领导者公关评估	3031

一 评估的重要性	3032
二 公共关系信息反馈渠道	3032
三 评估方法	3033
第五章 领导者的公关调研艺术	3036
第一节 调研的内容	3036
一 组织形象的公共关系调查	3036
二 控制行为的公共关系调查	3037
三 协调行为的公共关系调查	3037
四 组织行为的公共关系调查	3037
五 决策行为的公共关系调查	3037
第二节 领导者公关调研的方法	3038
一 民意测验	3038
二 典型调查	3038
三 个案调查	3038
四 抽样调查	3039
五 公关审查	3039
第六章 领导者公关形象的建立	3040
第一节 领导者公关形象的特点	3040
一 权威性	3040
二 综合性	3041
三 客观性	3041
第二节 领导者公关形象设定的方法	3042
一 由不同的公关对象设定不同的公关形象	3043
二 由领导类型的不同设定不同的公关形象	3050

三 由领导者个人特点的不同设定不同的公关形象	3054
第三节 领导者树立公关形象的方法	3055
一 以政绩赢得公众	3055
二 做好必要的宣传工作	3056
三 报喜报忧, 欢迎公众提出批评和建议	3058
四 深入实际, 联系群众, 勤政爱民	3058
五 加强修养, 注意礼仪礼节	3059
第四节 公关形象建立中的传媒作用	3059
一 现代社会传媒形象的建立	3059
二 建立传媒形象的技巧	3062
 第七章 领导者公关礼仪	 3068
第一节 公关礼仪	3068
一 礼仪	3068
二 公关礼仪	3069
三 公关礼仪的原则	3069
第二节 公关交往礼仪	3070
一 访问	3070
二 探病	3071
三 馈赠	3072
四 迎送客人	3073
五 打电话的技巧	3074
六 接电话的技巧	3075
七 赴宴时的礼节	3076
八 乘车的礼节	3077
九 使用名片的礼节	3077

第三节 公文礼仪	3078
一 公务行文中的礼仪特点	3078
二 日常事务公文礼仪	3079
第四节 公关宴请礼仪	3085
一 宴请准备	3085
二 宴请主体的基本礼仪	3092
三 宴请客体的基本礼仪	3097
第五节 公关专题活动礼仪	3102
一 商务洽谈中的礼仪	3102
二 商务签字仪式中的礼仪	3108
三 庆典仪式中的礼仪	3111
 第八章 领导者公关专题活动	3118
第一节 记者招待会（新闻发布会）	3119
一 记者招待会	3119
二 突发性事件的新闻发布	3123
第二节 举办展览会	3128
一 展览会的特点	3128
二 展览会的类型	3129
三 举办展览会要注意的问题	3130
四 展览会范例	3133
第三节 举办赞助活动	3135
一 赞助活动的作用	3135
二 赞助活动的类型	3136
三 进行赞助的步骤	3138
四 赞助活动范例	3139

第四节 开幕式的主持和设计	3140
一 发出请柬	3140
二 拟定开幕典礼的程序	3141
三 安排接待事项	3141
四 确定剪彩揭牌人员	3141
五 拟写好开幕词	3141
六 安排必要的活动	3141
第五节 参观活动	3142
一 组织原则	3142
二 准备组织技巧	3142
第六节 纪念、开张、颁奖活动	3144
一 准备	3145
二 内容	3145
三 程序	3146
第七节 祝辞、致辞和答辞	3147
一 祝辞及其分类	3147
二 致辞和答辞	3148
三 祝辞(包括祝酒辞、致辞、答辞)写作时的注意事项	3148
第九章 领导者危机公关	3150
第一节 危机的类型	3150
一 组织内部的自身危机	3151
二 组织因环境的变化而导致的危机	3151
第二节 危机公关的预测措施	3153
第三节 处理危机的对策	3154
一 应设立一个专门负责的发言人	3155

二 建立一个应付意外事变的组织	3155
三 主动与新闻界沟通	3156
四 公布造成危机的原因	3156
第四节 危机公关范例	3158
 第十章 领导者国际公关的方法与艺术	3162
第一节 国际公关活动礼仪	3162
一 服饰	3162
二 迎送	3163
三 会见、会谈的礼仪	3165
四 文艺晚会	3167
五 外事宴请	3170
六 参观游览	3175
七 涉外舞会	3177
八 庆贺、凭吊和慰问	3179
九 几种常见的仪式	3183
第二节 出国访问	3186
一 出访准备	3187
二 在国外参观访问中应注意的礼仪	3189
第三节 国际谈判	3191
一 谈判策略	3192
二 谈判技巧	3195
第四节 国际公共关系文书	3196
一 照会	3197
二 对外函件	3198
三 备忘录	3199

四 电报	3200
第五节 领导者国际交往知识必备	3201
一 国际交往中的称呼	3201
二 国际交往中的禁忌	320
三 外国人的姓名	3204
四 中外节日	3205
五 结婚周年纪念日	3210
六 异域礼俗风情	3211

第十四编 领导思想政治工作方法艺术的创新

第一章 思想政治工作的宏观艺术	3222
第一节 运用政策的艺术	322
第二节 运用制度的艺术	3224
一 制定制度	3224
二 检查考核	3225
三 执行	3225
四 引导	3225
第三节 会议报告的艺术	3226
一 一些报告不受欢迎的原因	3226
二 好的报告的标准	3227
三 好的报告典范	3228
第四节 运用考核的艺术	3230
第五节 语言说服的艺术	3231
一 说服注意事项	3231
二 说服的具体方法	3233