

- ▶ 独特的中西方文化融合视角
- ▶ 务实高效的沟通策略与技巧

管理沟通

(第2版)



杜慕群 朱仁宏 ■ 编著

清华大学出版社

►独特的中西方文化融合视角

►务实高效的沟通策略与技巧

管理 沟通

(第2版)

杜慕群 朱仁宏 ■ 编著

清华大学出版社

内 容 简 介

本书在介绍西方管理沟通理论的同时,加入中国传统文化国学精华作为中国式管理沟通的文化基础,从中西方文化融合的角度阐述真正贴合本土实际的沟通原则与策略,并通过对大量本土案例的分析,为读者打开沟通方法的融会贯通之门。

本书分为管理沟通的理论、组织沟通策略、沟通技能的提升与锻造以及管理沟通未来发展趋势四篇,第2版在第1版的基础上进行了精简与整合,共包括沟通概论、管理沟通的相关理论、管理沟通策略、组织内部沟通策略与团队建设、组织外部沟通——公共关系与危机管理、跨文化沟通、会议与面谈、非语言沟通与倾听、演讲、谈判以及组织管理沟通未来发展趋势。

本书是作者多年企业管理实践经验的浓缩与总结,也是多年 MBA 教学与企业培训经验的积累,不仅面向高等院校经济管理专业的本科生与研究生(包括 MBA、MPM 与 MPA),也适合企业中希望进行高效沟通的各层次管理人员阅读,一般读者也可通过本书的学习来提高自己的沟通技能。

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

管理沟通/杜慕群,朱仁宏编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2014

ISBN 978-7-302-34109-3

I. ①管… II. ①杜… ②朱… III. ①管理学 IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 240308 号

责任编辑:杜春杰

封面设计:康飞龙

版式设计:文森时代

责任校对:赵丽杰

责任印制:何 芊

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 刷 者:北京市人民文学印刷厂

装 订 者:三河市漂源装订厂

经 销:全国新华书店

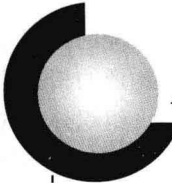
开 本:185mm×260mm 印 张:21.75 字 数:536 千字

版 次:2009 年 11 月第 1 版 2014 年 1 月第 2 版 印 次:2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.80 元

产品编号:053390-01



第2版前言

本书第1版自2009年11月份出版后,在中山大学管理学院已经连续使用了四年,总体反馈效果良好。本人自2011年起至今,连续参加了三届由全国工商管理硕士(MBA)教育指导委员会主办的管理沟通教学研讨会,根据会上反馈信息来看,该书得到了国内管理沟通课程教学同行的普遍认可,并已被十余所大学(学院)用作MBA、本科或者职业培训的教材。该书在使用过程中,也收到了许多读者的积极反馈,并依据读者反馈的意见和使用需求进行了两次重印,足以体现市场对本书整体编辑思路的认可。

本次修订的初衷首先为满足一线教材的时效性问题。目前国内MBA教材普遍采用过去三年内的出版书籍,由此一点来看,第1版教材应尽快修订再版,以适应国内教材选用标准;其次,本人在第1版教材成书后的四年教学过程中,不断发现教材中需要与时俱进的地方,主要体现在:主体教材篇幅太长(将近400页)、部分敏感内容需要修订、许多原有案例与链接等有了更加新颖贴切的替代内容。针对以上情况,亟需对第1版教材进行修改或调整,以适应教学的需要。

本书第2版将继续保持原书图文并茂,格式生动活泼,不落俗套的写作风格。具体修订如下:

(1) 对教材篇幅进行压缩。将本书相关内容进行全面精简,删去一些相对冗余的内容,将第1版教材近400页的篇幅压缩六分之一,整体控制在330页左右。

(2) 对本书结构进行调整。对教材框架结构进行较大的调整,将原第3章“跨文化沟通”纳入第2篇“组织沟通策略”;将原第5章中的“组织内部沟通策略”与第7章“团队建设”整合修订为第4章“组织内部沟通策略与团队建设”;将原第5章中的“会议技巧”与第8章“会见与面谈”合并修订为第7章“会议与面谈”;将原第9章“非语言沟通”与第10章“倾听”合并修订为第8章“非语言沟通与倾听”。经过上述调整修订,全书重新形成四篇共11章的结构。

(3) 对全书内容进行更新。根据这几年MBA教学方面的成果,对各章节案例内容进行更新,主要包括:第2章管理沟通的相关理论补充了中国人的“人情与面子”最新成果论述;第3章沟通策略中的主体沟通策略部分补充了挫折对策的理论与相应的案例;第5章危机管理部分补充了自媒体时代危机管理的特征与对策内容;第6章“跨文化沟通”、第9章“演讲”与第10章“谈判”补充了最新的案例;对第11章“组织管理沟通未来发展趋势”进行重新编写,重点突出沟通媒介发展更新下移动互联网带来的新改变,并对微博、微信等新媒体的传播特征

与沟通对策进行了专门的探讨;对教材中部分涉及政治敏感的内容进行了调整。

修订后,本书仍然包括管理沟通的理论、组织沟通策略、沟通技能的提升与锻造以及管理沟通未来发展趋势四篇,第1篇包括沟通概论、管理沟通的相关理论、管理沟通策略三章;第2篇包括组织内部沟通策略与团队建设、组织外部沟通——公共关系与危机管理、跨文化沟通以及会议与面谈四章;第3篇包括非语言沟通与倾听、演讲、谈判三章;第4篇包括组织管理沟通未来发展趋势一章。

本书的修订首先由本人编撰全书的详细提纲框架,在原书稿的基础上,本人修订了第1~5章、第7~9章,朱仁宏老师修订了第6章与第10章,杜鹃鸿修订了第11章。在形成初稿过程中,丘凌峰参与了第1~5章初稿的编辑工作,黎俊彦参与了第7~9章以及第11章的初稿编辑工作,徐燕红参与了第6章与第10章的初稿编辑工作。最后由本人对全书进行了统稿。

相信修订之后的本书,配合本人于2012年出版的《赢在挫折后:职场精英应对困境之道》与2013年出版的《管理沟通案例》两本案例集,必定能够进一步完善基于沟通实战情境的管理沟通课程的教材体系。希望MBA等各类学员在使用这本教材的过程中,能够快速进入特定的案例情境,进行讨论与碰撞,快速有效地提升面对中国式沟通情境时的应对能力。

杜慕群

2013年8月22日于羊城



第1版前言

本书成书的背景可以用“两个领悟”、“两个原因”与“一个目标”来归纳。首先“两个领悟”来源于本人的职场经历与企业管理博士研究生攻读的经历。1993年，我从中科院陕西天文台研究生毕业进入职场，长期理工科的教育背景，造就了本人思维逻辑比较直接，缺乏迂回性，对于职场发展也一直倾向被动等待，缺乏主动性，虽然在每个岗位的专业能力都是出色的，但由于在人际沟通能力上比较弱势，导致前十年的职业生涯一直不够顺畅。在多个行业的不断辗转磨炼过程中，我也遭遇了技术人员向管理人员转变的许多困难与挫折，后来攻读博士学位正规企业管理专业的培训教育，对人际关系与沟通的理解才有了一定的领悟，这种提升与悟道为后续职业生涯的发展奠定了一定的基础。这是我第一个领悟：前十年职场挫折经历使我真正领悟到了人际沟通的重要性。

2003年年底，经过三年半的艰苦在职攻读，我终于获得了中山大学管理学院企业管理博士学位。我的博士论文题目是《企业核心竞争力》，这篇论文是我在对企业核心能力的理论进行深入研究的同时，通过对中国IT制造业企业进行了问卷实证研究分析基础上撰写完成的。2005年年初，我的博士论文进行修订并补充了联想、惠普、三星等六个企业案例后，入选了财政部经济科学出版社《中青年经济学家文库》丛书，获得正式出版。正是在撰写博士论文的过程中，我开始对管理沟通这门跨学科的课程产生了兴趣，因为就从我本人的理解，企业核心竞争力的最关键就在于企业内部各部门（事业部）各种能力的整合与协调，而这种协调与整合能力是真正具有独特性且难以被模仿的。从本质上看，企业整合与协调的最基本要点就是企业内部无间隙地顺畅沟通，因此企业内部高效的沟通是企业核心竞争力的基础，在企业内部如何强调沟通都不为过。这是我对核心竞争力更深层次的第二个领悟：高效沟通才是个人乃至企业真正的核心能力。

所谓“两个原因”，则是本人利用业余时间 of 中山大学等高校的学员讲授管理沟通课程时引发的两方面原因。一方面，本人在完成博士论文后，由于在核心能力方面研究的前瞻性，陆续有学校邀请我为他们开设企业核心能力的讲座。在讲授企业市场、管理与技术三大能力的基础上，我始终都在强调核心能力的基础就是企业的高效管理沟通能力。在这种背景下，听课的学员督促我为他们讲授管理沟通课程，因而讲授管理沟通课程首先是学员要求及其督促下的结果；另一方面，虽然本人经过多年的生涯磨炼以及管理理论的学习，对人际关系与沟通获得了一定的理解和悟道，但我经常看到身边很多组织内部的管理人员尽管在业务能力方面无可挑剔，却在日常沟通与人际关系处理方面存在缺憾，使得日常实际管

理效果大打折扣,并进而导致职业生涯没有机会获得更高的突破。在这些人的身上依稀看到了我当年挫折中迷茫无助的影子。为了防止这些后继职场新兵重蹈覆辙,这才是我讲授管理沟通最重要的原因。

最后提出的“一个目标”就是本人希望编制一本既能够吸取西方沟通理论精华,又能够真正贴切中国文化背景的实战型的 MBA 管理沟通教材。从 2004 年开始到现在,我陆续在中山大学等学校开设管理沟通课程与讲座,开始通过培训分享本人在沟通方面的研究积累与经验教训。从反馈情况看,反响比较热烈。经过三年多的教学实践,我发现目前的管理沟通教材,部分是完全从西方教材翻译过来的,部分是国内各大学 MBA 专职教师根据西方沟通理论基础,加上了少许中国传统文化要素编制而成的,书中大部分案例均为西方或本土二手案例,往往缺乏原创性与实践性。我虽然也推荐了几本管理沟通书籍作为学生教材,但一直没有办法找到一本既注重实战演练,又注重沟通过程中东西方文化交融的教材,这也就是本教材编撰的初衷。

浙江大学魏江教授对管理沟通这门课程的教学提出了两个问题: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?并按照他的理解将这两个问题的答案落脚在:管理沟通的本质应该是换位思考,在沟通过程中不能忘记文化背景。对此两点归纳我深表认同,首先从换位思考的角度看,我本人理解管理沟通的过程就是一个主客体双方信息不断对称完善的过程,因而整个管理沟通的所有技巧可以用简单的沟通过程八要素模型与约哈里窗口模型来概括。鉴于此,本书在阐述组织沟通策略过程中,就基本按照沟通过程八要素模型的每个要素展开论述,这也就是管理沟通的最基本的思路。其次从不能忘记文化背景的角度看,如何才能掌握真正属于中国人的文化背景,这也是中国人管理沟通必须解决的问题,因而本书强调了西方理论与中国文化融合的特点。为了能够真正阐述清楚中国文化背景,本书引入了社会心理学与中国文化心理学中的人情与面子的研究理论,并针对目前中国实际阐明了基于中国人的人情与面子的沟通策略。

根据西方理论与中国文化融合视角这个特点以及管理沟通理论的基本思路,本书分管理沟通的理论、组织沟通策略、沟通技能的提升与锻造以及管理沟通未来发展趋势四大部分。第一部分包括了沟通概论,沟通理论,跨文化沟通和管理沟通策略 4 章节,不仅从西方管理沟通理论与中国传统文化沟通理论比较的角度,介绍了中西方沟通理论在人性假设方面差异对管理沟通理论的影响,而且引入了社会心理学研究范畴的中国人的人情与面子相关理论,并针对人情与面子理论,提出了适应于中国文化的沟通策略。第二部分包括了组织内部沟通策略与会议技巧、组织外部沟通策略(公共关系与危机管理)、团队沟通和面谈沟通 4 章节,从组织沟通策略的层面探讨管理沟通的实战策略,案例尽可能贴近企业管理实践。第三部分包括非语言沟通、倾听、演讲和谈判 4 章节,从沟通技能提升的角度,运用大量实战案例进行阐述分析,力求切合企业管理实际。最后一部分即最后一章,该章在描述过去三十年信息化发展的技术脉络历史的基础上,预测了网络多媒体不断融合的沟通趋势,在分析了网络沟通对管理沟通影响的前提下,提

出了未来虚拟组织与学习型组织沟通策略。

本书首先由我本人编撰了全书的详细提纲框架,并编写了第2章初稿作为样章格式,提交给相关学生作为各章节的初稿,在初稿出来后,由我本人对书稿进行了全面审阅统稿,具体撰写分工:第1章、第2章、第4章、第7章由杜慕群执笔,第6章与第13章由丘凌峰执笔,第5章由邹华执笔,第3章由邹华与郭淞才执笔,第8章由陈文丽与丘凌峰执笔,第9章由郭艳军执笔,第10章由游苗执笔,第11章由范淑英与杜慕群执笔,第12章由徐岗与杜慕群执笔。此外,赖庆华、范星星与林静宜等同学参与了初稿编辑与资料收集工作,最后统稿完成后,范星星、丘凌峰、游苗、邹华与刘艳军参与了专业校对工作。

在本书稿初步完成时,由于篇幅的限制,很多优秀的案例以及沟通的资料都没有办法融入到本书内容中,相关内容的取舍也是根据本人的判断进行的,在本书出版后,我希望专门针对本书再出版一本管理沟通的教学案例汇编,这样或许能够弥补本书编写过程的遗憾。

杜慕群

2009年8月3日于广州



第1篇 管理沟通的理论

第1章 沟通概论	2
1.1 沟通的基本概念	4
1.1.1 沟通的含义	4
1.1.2 沟通的作用与意义	5
1.2 沟通、人际沟通与管理沟通	5
1.3 沟通的种类	6
本章小结	10
本章管理游戏：单双向沟通游戏	10
本章典型案例：一次难忘的订餐经历	11
本章思考与讨论	13
延伸阅读提示	13
第2章 管理沟通的相关理论	14
2.1 西方管理理论的人性假设与相关沟通理论	15
2.1.1 “经济人”假设与X理论	15
2.1.2 “社会人”假设与人际关系理论	16
2.1.3 “自我实现人”假设与Y理论	17
2.1.4 “复杂人”假设与超Y理论（权变理论）	17
2.1.5 Z理论与“文化人”假设	20
2.2 中国传统的人性假设理论	21
2.2.1 性善论	21
2.2.2 性恶论	22
2.2.3 性无善无不善论（流水人性）	22
2.2.4 性有善有恶论	22
2.3 中西方人性假设理论的比较与应用	23
2.4 中国传统文化的沟通理念	24
2.4.1 儒家“和为贵”沟通原则	24
2.4.2 儒家的“中庸之道”实现了“贵和”沟通	25
2.4.3 道家文化辩证管理的沟通理念	26
2.4.4 墨家的“兼爱”与“尚同”沟通理念	27
2.5 中西方“面子”理论比较及人情与面子互动模型	28

2.5.1	中西方文化情境中的面子理论.....	29
2.5.2	中西方面子理论之差异与成因.....	31
2.5.3	华人社会的人情与面子互动模型.....	32
2.6	西方组织冲突理论与中国人冲突化解模型.....	35
2.6.1	西方管理沟通的冲突处理理论.....	35
2.6.2	中国人的人际冲突处理模式.....	36
	本章小结.....	38
	相关测试: 菲德勒权变模型领导风格 LPC 测试问卷.....	38
	本章典型案例: 双迟集团的困境.....	39
	本章思考与讨论.....	42
	延伸阅读提示.....	42
第3章	管理沟通策略.....	44
3.1	认识沟通策略.....	45
3.1.1	沟通的八要素模型.....	45
3.1.2	约哈里窗口.....	46
3.2	管理沟通主体策略.....	47
3.2.1	沟通主体的自我认知与定位.....	47
3.2.2	自我沟通.....	48
3.2.3	沟通主体目标确立与评价.....	51
3.2.4	沟通形式的选择.....	51
3.3	管理沟通客体策略.....	52
3.3.1	沟通对象的特点分析.....	52
3.3.2	激发受众兴趣.....	53
3.4	管理沟通的编码和解码策略.....	54
3.4.1	影响编码和解码的个人障碍和组织障碍.....	54
3.4.2	克服障碍的对策.....	56
3.5	管理沟通的信息与渠道策略.....	57
3.5.1	信息策略.....	57
3.5.2	渠道策略.....	58
3.6	沟通的通俗原则.....	59
3.6.1	沟通的基本心态.....	60
3.6.2	沟通的基本要求——主动.....	60
3.6.3	沟通的基本原理——关心.....	61
3.6.4	人际沟通的同理心原则.....	62
3.7	中国人的人情与面子沟通策略.....	63
3.7.1	华人的人情运作法则与面子语言解析.....	63
3.7.2	人情与面子的沟通对策.....	65

本章小结	69
相关测试：沟通技能测试问卷	69
本章典型案例：女教师就医过程中的人际关系平衡	70
本章思考与讨论	72
延伸阅读提示	73

第2篇 组织沟通策略

第4章 组织内部沟通策略与团队建设	76
4.1 组织内部沟通的含义和作用	78
4.1.1 组织内部沟通的含义和特点	78
4.1.2 组织内部沟通的作用	78
4.2 组织沟通的对象及策略	79
4.2.1 下行沟通——“非常用心”原则	80
4.2.2 上行沟通——“超常胆识”原则	84
4.2.3 横向沟通——“宰相肺腑”原则	88
4.3 组织中的沟通网络	90
4.3.1 正式沟通网络及其特点	91
4.3.2 非正式沟通网络及其特点	92
4.4 团队概论	93
4.4.1 团队的定义	93
4.4.2 团队的特征	93
4.4.3 团队的类型	95
4.4.4 团队的意义	98
4.4.5 中国传统文化的团队思想	98
4.5 团队建设与团队领导	100
4.5.1 团队形成的五个阶段	100
4.5.2 团队的角色管理	101
4.5.3 团队的领导	104
4.6 团队沟通技巧	109
4.6.1 团队总体沟通技巧	109
4.6.2 团队建设不同阶段的沟通策略	111
4.7 团队沟通决策	112
本章小结	115
相关测试：团队角色自测问卷	116
本章团队游戏：寒带生存大挑战	118
本章典型案例：电子邮件沟通——“秘书门”事件	119
本章思考与讨论	121
延伸阅读提示	121

第5章 组织外部沟通——公共关系与危机管理	122
5.1 企业对外沟通的对象及策略	123
5.1.1 企业公共关系概述	123
5.1.2 企业对外沟通的对象	124
5.2 企业危机的定义、类型和特征	126
5.2.1 企业危机的定义	126
5.2.2 企业危机的类型	127
5.2.3 企业危机的特征	129
5.3 西方危机管理理论和中国古代“顺道”文化危机管理思想	129
5.3.1 西方危机管理理论	129
5.3.2 中国古代“顺道”文化管理思想	130
5.3.3 危机管理的价值前提	132
5.4 危机管理的识别与预控	133
5.4.1 识别企业内部的危机预警信号	134
5.4.2 危机影响评估	135
5.4.3 危机管理模拟训练	135
5.5 危机的形成与发展、处理与化解	136
5.5.1 危机的形成与发展	136
5.5.2 危机的处理与化解	137
5.6 危机管理的企业常态恢复	139
5.7 危机管理沟通的三个知道与八项注意	141
5.7.1 危机管理沟通的三个知道	141
5.7.2 危机管理沟通的八项注意	141
5.8 自媒体时代的危机管理沟通	145
5.8.1 自媒体时代危机管理五大挑战	145
5.8.2 自媒体时代危机管理策略	146
本章小结	147
本章典型案例:三鹿2004年的喜与2008年的悲	148
本章思考与讨论	151
延伸阅读提示	151
第6章 跨文化沟通	152
6.1 跨文化沟通概述	153
6.1.1 文化与跨文化沟通的概念	153
6.1.2 主要国家典型文化的特点	154
6.1.3 地域文化的概念与分类	154
6.2 跨文化沟通的相关理论	156
6.2.1 跨文化沟通能力的研究模型	156
6.2.2 霍夫斯泰德的文化五维度理论	158

6.3 跨文化沟通障碍的主要原因	162
6.3.1 文化差异对参与沟通结构的影响	162
6.3.2 文化差异对沟通的影响方式	163
6.3.3 影响跨文化沟通的要素	165
6.4 跨文化沟通的原则	169
6.5 跨文化沟通的策略	170
本章小结	173
相关测试：超市里的文化密码	173
本章典型案例：麦道公司的跨文化沟通	175
本章思考与讨论	177
延伸阅读提示	177
第7章 会议与面谈	178
7.1 会议沟通概述	180
7.1.1 会议的含义	180
7.1.2 会议的目的	180
7.2 有效的会议	181
7.2.1 会议成效影响的因素	181
7.2.2 有效会议的特征	181
7.2.3 有效会议的策略	182
7.3 会议的技巧	184
7.3.1 会议主持人	184
7.3.2 会议成员	186
7.3.3 会务人员	187
7.4 面谈概述	188
7.4.1 面谈的含义	188
7.4.2 面谈的分类	189
7.4.3 面谈的目的	189
7.4.4 面谈的特征	189
7.4.5 面谈的原则	190
7.5 面谈的一般过程	191
7.5.1 面谈的计划阶段	191
7.5.2 面谈的实施阶段	193
7.5.3 面谈的检查和析阶段	194
7.6 面谈的技巧	194
7.6.1 提问的技巧	194
7.6.2 沟通的技巧	196
7.7 几种重要的面谈	196
7.7.1 招聘面试	196

7.7.2 信息收集与信息发布面谈.....	200
7.7.3 绩效面谈.....	202
本章小结.....	204
本章典型案例:郁闷的小李.....	205
本章思考与讨论.....	206
延伸阅读提示.....	206

第3篇 沟通技能的提升与锻造

第8章 非语言沟通与倾听.....	208
8.1 非语言沟通的特点.....	209
8.2 非语言沟通与语言沟通的关系.....	210
8.3 非语言沟通的分类.....	212
8.4 身体语言沟通.....	212
8.4.1 形象语言沟通.....	212
8.4.2 肢体语言沟通.....	214
8.4.3 面部表情语言沟通.....	219
8.5 环境语言沟通.....	223
8.5.1 时间环境.....	223
8.5.2 空间距离.....	224
8.5.3 环境设置.....	226
8.6 中西方非语言沟通的比较.....	227
8.6.1 中国人更偏爱非语言沟通.....	227
8.6.2 中西方非语言沟通的功能侧重点不同.....	227
8.6.3 中西方在非语言沟通方式上存在差异.....	227
8.7 倾听的含义与意义.....	228
8.7.1 “倾听”与“听”的关系.....	228
8.7.2 倾听的意义.....	229
8.7.3 常见的倾听障碍.....	230
8.8 倾听的过程与策略.....	232
8.8.1 倾听的过程.....	232
8.8.2 倾听的“珠穆朗玛峰”七层次.....	233
8.8.3 如何达成有效倾听.....	239
本章小结.....	242
本章典型案例:到底是谁的问题.....	243
本章思考与讨论.....	243
延伸阅读提示.....	243
第9章 演讲.....	244
9.1 演讲概论.....	246

9.1.1 演讲的含义.....	246
9.1.2 演讲的特征.....	246
9.1.3 演讲的种类.....	247
9.2 演讲前的准备.....	247
9.2.1 分析演讲的目的.....	247
9.2.2 分析演讲的听众.....	248
9.2.3 分析演讲的选题.....	249
9.2.4 分析演讲的材料.....	250
9.3 演讲稿的结构安排.....	252
9.3.1 精彩的开场.....	253
9.3.2 清晰的主体.....	253
9.3.3 耐人寻味的结尾.....	254
9.3.4 文学色彩的体现.....	254
9.3.5 幽默智慧的体现.....	255
9.4 演讲过程中的技巧.....	256
9.4.1 情绪控制的技巧.....	256
9.4.2 开场的技巧.....	257
9.4.3 现场控制的技巧(中场控制).....	260
9.4.4 收尾的技巧.....	261
9.4.5 解答问题的技巧.....	263
9.4.6 处理意外的技巧.....	263
9.4.7 非语言的技巧.....	265
9.5 演讲能力持续提升的路径.....	266
本章小结.....	268
本章典型案例:白岩松——《我的故事以及背后的中国梦》.....	269
本章思考与讨论.....	271
延伸阅读提示.....	272
第10章 谈判.....	273
10.1 谈判的定义与分类.....	274
10.1.1 谈判的定义与要素.....	275
10.1.2 谈判的分类.....	277
10.2 谈判的过程与策略.....	279
10.2.1 准备和计划.....	279
10.2.2 开局.....	280
10.2.3 阐述和辩论.....	281
10.2.4 结束和实施.....	282
10.3 谈判的技巧.....	283
10.4 跨文化谈判.....	288
10.4.1 跨文化谈判的风格差异.....	288

10.4.2 跨文化谈判的文化差异	288
10.4.3 跨文化谈判的语言差异	289
10.4.4 跨文化谈判的非语言差异	290
10.4.5 跨文化谈判双赢策略	291
本章小结	294
本章典型案例: 房屋出租	295
本章思考与讨论	297
延伸阅读提示	297

第4篇 管理沟通未来发展趋势

第11章 组织管理沟通未来发展趋势	300
11.1 组织管理沟通未来发展趋势概述	301
11.1.1 未来的组织发展趋势	301
11.1.2 未来的组织沟通渠道	302
11.2 媒介融合趋势及影响	304
11.2.1 媒介发展背景下的沟通组织形态演进	304
11.2.2 媒介融合的层面	306
11.2.3 媒介融合的影响	307
11.3 学习型组织的沟通原则	308
11.3.1 组织结构	309
11.3.2 组织氛围	309
11.3.3 管理理念	310
11.3.4 沟通机制	310
11.4 虚拟组织与网络沟通的优势与劣势	311
11.4.1 虚拟组织的沟通特征	311
11.4.2 信息技术对组织沟通的影响	312
11.4.3 移动互联网对沟通的影响	314
11.4.4 网络沟通的优势与劣势	317
11.5 组织网络沟通环境下的沟通伦理与策略	319
11.5.1 网络环境下的组织沟通伦理问题	319
11.5.2 网络环境下的组织沟通策略	321
本章小结	323
本章典型案例: 言多必失——谢国忠“邮件门”事件	323
本章思考与讨论	325
延伸阅读提示	325
参考文献	326
后记	329

第 1 篇

管理沟通的理论

第 1 章 沟通概论

第 2 章 管理沟通的相关理论

第 3 章 管理沟通策略