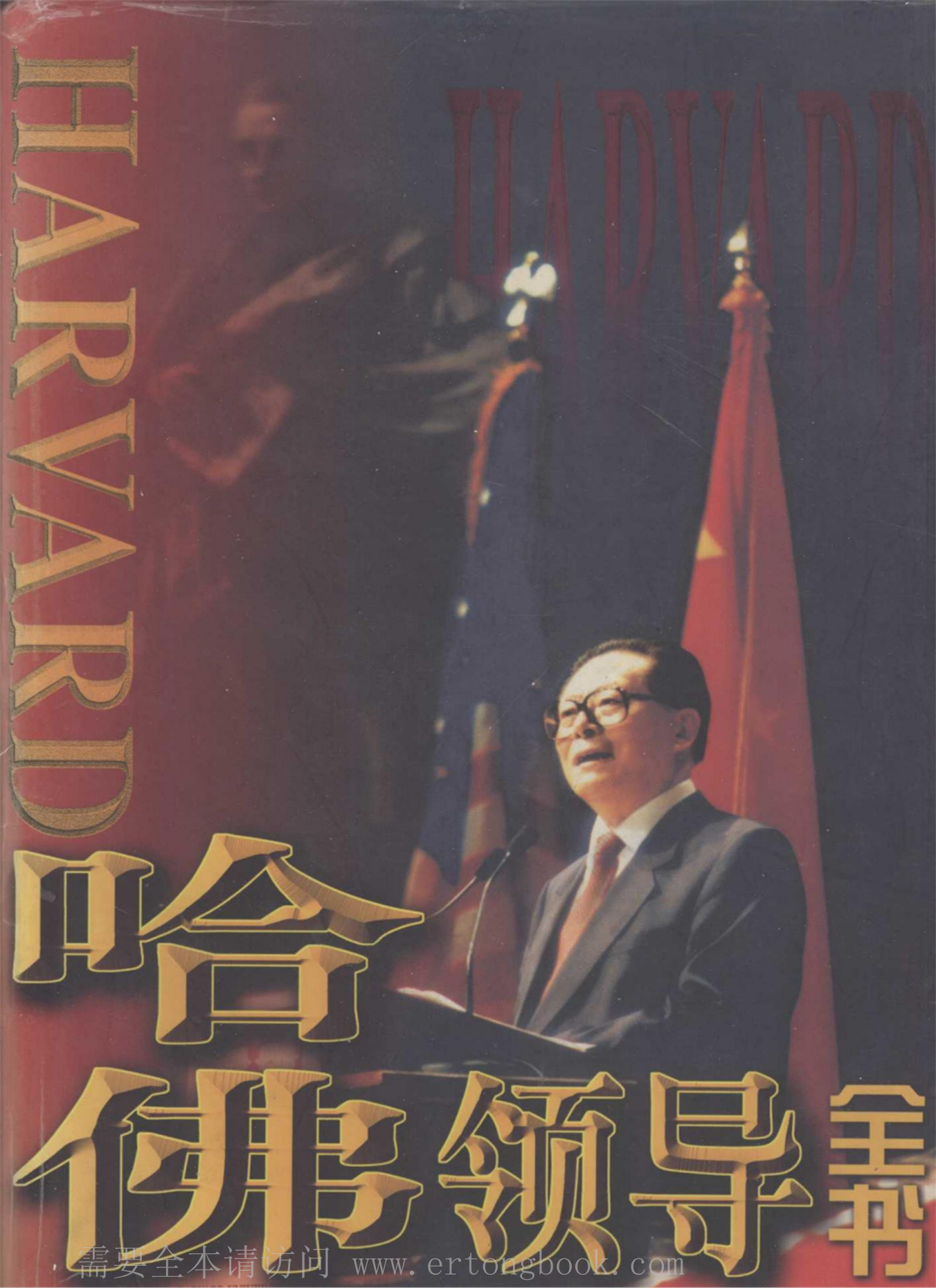


需要全本请访问 www.ertongbook.com



ISBN 7-80115-118-6
9 787801 151186 >

ISBN 7-80115-118-6/F・9
全三卷定价：680.00元

哈佛领导全书

主编：彭诗琅　侯耀东

第三卷

当代世界出版社

目　录

第一部分　哈佛支配世界——哈佛领导神话篇

第一章　梦想中的家园：哈佛大学概况 …… (3)

第一节　爬满了常春藤的象牙塔 …… (3)

第二节　红色钥匙 …… (14)

第三节　哈佛领导机构 …… (22)

第四节　十二金刚 …… (23)

第五节　负笈哈佛的中国学者 …… (30)

第二章　哈佛学生：天之骄子 …… (35)

第一节　什么人才能进哈佛 …… (35)

第二节　哈佛的人才模式 …… (43)

第三节　毕业生择业 …… (54)

第四节　哈佛学子论哈佛 …… (57)

第三章　最独特的与最杰出的 …… (64)

第一节　宝贵之门——哈佛商学院（HBS） …… (64)

第二节　HBS 的课程安排及学制 …… (73)

第三节　哈佛的案例教学法 …… (83)

第四章　哈佛黄金案例 …… (93)

第一节　一般管理（综合管理） …… (94)

第二节　企业家精神 …… (96)

第三节　商业道德 …… (97)

第四节　经营战略 …… (101)

第五节　市场营销 …… (104)

第六节 制造和作业管理……(109)
第七节 人力资源管理……(112)
第八节 金融财力……(113)
第九节 会计与控制……(119)
第十节 计算机和信息……(124)
第十一节 企业、政府和国际经济……(127)
第十二节 组织行为……(130)
第十三节 计量方法……(133)
第十四节 服务管理……(133)

第二部分 超级头脑风景——哈佛领导的战略与决策

第一章 哈佛之路：奔向权力……(137)
第一节 权力的本质……(137)
第二节 拓展权力空间……(144)
第三节 权力和权威……(156)
第二章 哈佛掌中宝：权力控制论……(169)
第一节 成功人士的领导风格……(169)
第二节 建立完善的权力关系……(175)
第三节 应用强制力……(187)
第四节 控制与权力分配……(197)
第三章 废立之间的抉择：计划与目标……(218)
第一节 计划的内涵……(218)
第二节 计划新趋势……(225)
第三节 向着目标前进……(247)
第四章 伯乐与千里马……(255)
第一节 识才……(255)
第二节 培养人才……(265)
第三节 用才……(276)
第四节 组织“梦之队”……(289)
第五章 哈佛领导的智谋……(299)
第一节 哈佛智囊团……(299)

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第二节　哈佛政治智谋……（306）
第三节　哈佛外交智谋……（318）
第四节　哈佛经济智谋……（328）
第六章　智慧包装：领导形象设计……（343）
第一节　领导形象意味着什么……（343）
第二节　领导形象公关……（347）
第三节　公关只是手段——树立形象的真谛……（357）
第四节　致胜的利器：CIS 的导入……（361）
第七章　运筹帷幄：哈佛领导的决策理论……（369）
第一节　决策的基本理论……（369）
第二节　决策分析……（378）
第三节　决策过程……（391）
第四节　危机决策……（401）

第三部分　托起世界的支点——哈佛领导的情商篇

第一章　掀起 EQ 的盖头来……（413）
第一节　情商神秘吗……（413）
第二节　自我意识——情商之源……（416）
第三节　自励自信——情商之流……（419）
第二章　情商启蒙……（423）
第一节　要教育情感本身……（423）
第二节　隐性情感教育……（426）
第三节　情感教育的效果……（429）
第三章　认识自我　提升自我……（432）
第一节　克己自律……（432）
第二节　与忧虑拜拜……（436）
第三节　如何设定与校正目标……（439）
第四节　走出自我误区……（444）
第五节　学会抚慰自己的心情……（455）
第四章　自信的人生……（461）
第一节　自信法则……（461）

第二节 喜欢上自己……(468)
第三节 健全自信的人格……(472)
第五章 乐观人生设计……(482)
第一节 创造快乐的人生……(482)
第二节 快乐是金……(490)
第三节 达观的心态……(498)
第六章 哈佛人与情商……(509)
第一节 哈佛人的商战处方……(509)
第二节 哈佛管理者情商……(521)
第三节 EQ 金科玉律……(530)
第七章 人际关系与成功……(548)
第一节 人际关系创造财富……(548)
第二节 提升人际关系的方法……(560)
第三节 人际 EQ 运用……(572)
第八章 谈判中的 EQ……(578)
第一节 谈判是后天的……(578)
第二节 谈判需要镇静剂……(593)
第九章 EQ 帮助领导者……(604)
第一节 领导者风范……(604)
第二节 善用情绪……(609)
第三节 领导者若干策略……(619)
第四节 领导者的 EQ 技巧……(643)
第十章 EQ 助你创业……(652)
第一节 企业者成功的原因……(652)
第二节 乐观的创业者……(660)
第三节 培养创业能力……(673)

第四部分 网状社会的必胜客——哈佛领导沟通篇

第一章 日渐显赫的沟通学……(693)
第一节 什么是沟通……(693)
第二节 沟通的原则与方法……(704)

第三节　沟通的相关因素分析……(712)
第四节　哈佛商学院的沟通课程……(722)
第二章　发挥会议的功能：开会的要领……(730)
第一节　理解会议……(730)
第二节　组织会议……(738)
第三节　特别会议……(750)
第四节　会场观人术……(754)
第三章　一呼百应演讲的奥秘……(769)
第一节　演讲是个双向过程……(769)
第二节　演讲的准备……(774)
第三节　演讲技巧……(784)
第四章　谈判谋略……(801)
第一节　谈判概说……(801)
第二节　谈判准备工作……(813)
第三节　谈判要领……(822)
第四节　各国谈判分析……(838)
第五节　谈判人员分析……(845)
第六节　谈判大师嘉洛斯的谋略……(860)
第五章　会谈和见面的学问……(867)
第一节　会见的过程……(867)
第二节　会谈技巧……(882)
第三节　论辩之术……(891)
第四节　会客室观人术……(899)
第六章　学会倾听……(922)
第一节　倾听的力量……(922)
第二节　倾听的艺术……(928)
第七章　超级领导的写作……(940)
第一节　写作知识必备……(940)
第二节　写作也有规律……(946)
第三节　商业文书的写作……(956)

第五部分 成功者的效率手册——哈佛领导效率篇

第一章 工作的效率理念 …… (979)
第一节 提高工作效率的方法 …… (979)
第二节 提高生产中的效率 …… (985)
第三节 高质量的工作行为 …… (995)
第四节 学会工于心计 …… (1001)
第二章 时光之箭 …… (1008)
第一节 时间的吝惜者 …… (1009)
第二节 时间管理方案 …… (1014)
第三节 时间新概念 …… (1027)
第四节 阅读与记忆时的时间观 …… (1044)
第五节 时间的误区 …… (1052)
第六节 时间管理二十法 …… (1080)
第三章 日常生活中的效率 …… (1137)
第一节 等待时间里的效率 …… (1137)
第二节 一天之计在于晨 …… (1144)
第三节 做个有计划的人 …… (1152)
第四节 例行公事 …… (1160)
第四章 命令与报告技巧 …… (1166)
第一节 受命是一种技巧 …… (1166)
第二节 处理命令中的难题 …… (1174)
第三节 关于报告的学问 …… (1185)
第五章 怎样处理文书 …… (1202)
第一节 各种来源的文书处理技巧 …… (1202)
第二节 文书处理原则 …… (1206)
第三节 各类文书制作法 …… (1212)
第四节 各类文书的管理法则 …… (1223)
第五节 文书的使用方法 …… (1239)
第六章 电话效率 …… (1246)
第一节 影响你的电话观念 …… (1246)

第二节 电话交流的艺术 …… (1256)
第三节 电话交流技巧 …… (1263)
第四节 电话应对方法论 …… (1279)
第七章 信息处理能力 …… (1292)
第一节 信息收集常识 …… (1292)
第二节 信息收集的技巧 …… (1301)
第三节 传真——信息处理的好帮手 …… (1317)
第四节 电子信息处理 …… (1320)

第六部分 哈佛领导礼仪篇——完美的领导者

第一章 日常礼仪 …… (1327)
第一节 现代交际礼仪 …… (1327)
第二节 办公室礼仪 …… (1342)
第三节 接待礼仪 …… (1354)
第二章 服饰礼仪 …… (1371)
第一节 着装指南 …… (1371)
第二节 男士服饰 …… (1373)
第三节 女士服饰 …… (1377)
第四节 制服与便装 …… (1382)
第五节 整体仪态无缺点 …… (1384)
第三章 商务礼仪 …… (1388)
第一节 商务请柬 …… (1388)
第二节 商务会议备忘录 …… (1399)
第三节 成功的商务会议 …… (1416)
第四章 国际交往礼仪 …… (1432)
第一节 外交礼仪 …… (1432)
第二节 国际交往预备课 …… (1445)
第三节 国际贸易礼仪 …… (1449)
第四节 各国风俗习惯 …… (1458)
第五章 礼尚往来 …… (1472)
第一节 送礼的艺术 …… (1472)

第二节 送礼的礼节 …… (1476)
第三节 商业礼物 …… (1479)
第四节 特殊的礼物 …… (1486)

第七部分 新世纪的智者——哈佛领导素养篇

第一章 哈佛领导新观念 …… (1495)
第一节 领导的本质：影响力 …… (1495)
第二节 领导新原则 …… (1502)
第二章 哈佛领导的经济学知识 …… (1524)
第一节 宏观经济学 …… (1524)
第二节 微观经济学 …… (1532)
第三章 哈佛领导的统计学知识 …… (1548)
第一节 统计学的研究方法 …… (1548)
第二节 如何开展一个项目的研究 …… (1550)
第三节 集中趋势和离散趋势 …… (1553)
第四节 随机变量与概率分布 …… (1562)
第五节 回归分析和相关分析 …… (1573)
第四章 哈佛领导的管理学知识 …… (1580)
第一节 管理的概念 …… (1580)
第二节 管理学的特点和内容 …… (1585)
第三节 管理科学理论 …… (1586)
第五章 哈佛领导的科技知识 …… (1597)
第一节 现代科技知识简介 …… (1597)
第二节 现代科技对哈佛经理的挑战 …… (1605)
第六章 哈佛领导的思维 …… (1613)
第一节 创造性思维的特点 …… (1613)
第二节 创造性思维的激发 …… (1617)
第三节 创造性思维能力的表现 …… (1624)
第四节 不能逾矩——创造性思维的规则 …… (1630)
第五节 创造性思维的窍门 …… (1635)
第七章 哈佛领导的体魄 …… (1640)

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第一节　身体：领导的资本 …… (1640)
第二节　自我健身 …… (1649)

第八部分　成功者信条——哈佛领导法则篇

第一章　来自哈佛的语录 …… (1667)
第一节　权力的转移 …… (1668)
第二节　沟通中的权力社会 …… (1677)
第三节　组织严密的时代 …… (1682)
第四节　企业民主和参与 …… (1687)
第五节　风险中的诱惑 …… (1699)
第六节　天赋之责 …… (1704)
第七节　高瞻远瞩之道 …… (1709)
第八节　改革与发展 …… (1723)
第九节　进步之力 …… (1748)
第二章　权力的法典 …… (1755)

第九部分　典范与传奇——哈佛领导实例篇

第一章　总统生于哈佛 …… (1841)
第二章　哈佛盛产商界巨头 …… (1875)
第三章　领导经营典范 …… (2013)
第四章　领导管理佳话 …… (2108)
第一节　人才选拔案例精选 …… (2108)
第二节　领导激励案例精选 …… (2121)
第三节　领导思维案例典范 …… (2161)
第四节　领导时间管理案例 …… (2175)
第五节　领导创造思维案例 …… (2194)

第七部分　新世纪的智者

——哈佛领导素养篇



第一章　哈佛领导新观念

引子：跨入领导者的行列

我们知道，小胜利可以由一个人单枪匹马夺得，然而那种带来最后成功的伟大胜利就不可能靠一个人夺得了。要获得这种胜利，必须有其他人参与。而当你开始动员他人与你一道奋斗时，你就跨进了领导者的行列。

第一节　领导的本质：影响力

1. 领导才能的基本要素

“领导才能”的最佳定义是：“领导才能就是影响力。”真正的领导者是能够影响别人，使别人追随自己的人物，他能使别人参加进来，跟他一起干。他鼓舞周围的人协助他朝着他的理想、目标和成就迈进，他给了他们成功的力量。

领导能力首先是一个人的个性和洞察力——他作为一个人的最核心的东西。正如领导才能研究专家绅雷德·史密斯说：“领导人物走在队伍前面，并且一直走在前面。他们用自己提出的标准来衡量自己，并且也乐意别人用这些标准来衡量他们。”最好的领导人物就是能不断成长、发展、学习的人。他们愿意付出当领导人物的代价：为了能不断提高自己的水平，扩宽自己的视野，增加自己的技巧，发挥自己的潜能，他们会作出种种必要的牺牲。他们通过自己的努力变成受别人敬仰的人。

有良好个人品质的可信赖的人，比没有受人敬仰的品质的人更有可能成为领导人物。但单靠良好个人品质还不能成为领导人物。这些品质还必须与能积极与人沟通的能力结合起来。领导人物与别人建立良好人际关系，开始关怀别人，学会与别人交谈和调动别人的积极性。积极的思维方式、个性、理想、与别人沟通和激发别人积极性的能力是构成领导才能的基本要素。

2. 以身作则：领导力之源

一位领导者应避免口出不礼貌或解气的话，尤其是在受到刺激或疲惫不堪时。

这时，能避免话中带刺，是自我控制的最高表现。发挥这项品质需要绝大的勇气，若无法控制自己可能会将我们的沮丧传到他人身上。我们需要找寻足为楷模的新模范和事例，以学习如何赢得内心的胜利，培养前瞻性和控制力，克制突发厥词的冲动。

一位领导者应培养对他人的耐性。饱受压力时，耐性就会受到考验。我们会言不由衷，完全与事实脱节。我们可能会变得闷闷不乐，沟通时过度情绪化，而不是以冷静言语去批评、判断或拒绝。回馈我们的只是受伤的感情与紧绷的关系。耐性是信仰、希望、智慧与爱心的具体表现，是一种积极的情感，而不是漠视、沉默的忍耐或消极退缩。耐性是情感上的勤勉，能逐步地接受现实过程，符合自然成长的规律。生活中有无数的机会让我们体验耐性（活动我们的情感纤维），如等候迟到的人或飞机、在吵杂声中，安静倾听子女的感受。

榜样能给人巨大的影响，每个家长都明白这个道理。有哪个父母没吃惊地听过他们经常说的话从他们学龄前的子女口中说出来，你只是说服他们“照我的话，而不是按照我的做法去做”。但子女长到 10 岁以后，他们开始按父母的行为去做，而不管父母怎么说。

即使成年人也会深受别人榜样的影响。有人做了一件我们赞许的好事而且我们明白他做这样事的原因和方法，我们自然就想照他的样去做。积极的榜样能促成积极的行动。

美国前副总统休伯特·H·汉绅莱说：“我们不应该一个人前进，而要吸引别人跟我们一起前进。这个试验人人都必须做。”他看出来，以身作则可以成为领导者的一股强大的力量。与你并肩前进的人总是比跟在你后面走的人更努力，也走得更远。

3. 悄悄地做好事：提升领导力的奇招

一位领导者行的善举而不为人知，会提升他的内在的价值和自尊。同时，为他人服务而不求回报或知名度，也可以进一步了解他人的价值观。无私的服务一贯是培养影响力的最好办法。

美国的凯姆朗公司是一家很小的公司。它的业务只不过是为用户住宅内的草坪施肥、喷药。但它的经营思想、管理方法却十分独特，吸引了一大批学者去研究。很多人对它的经营思想和管理方法推崇备至，称它是唯一真正以“爱的精神”经营企业的公司。

正是这种“不合常规”，强调“爱的精神”的经营思想和方式，使公司的发展取得了意想不到的效果。

凯姆朗公司 1969 年开业时只有 5 名职工，2 辆汽车。到了 1978 年，已有 5000

名职工，营业额达到3亿美元。

公司发展的成绩归功于公司的创始人杜克，正是他创造了“不合常规”，以“爱的精神”经营企业的思想和方式，并把它一直坚持下来，才使公司发展取得如此好的成绩。

杜克就经常对属下提供匿名服务，行善举而不为人知。

一次，他要在佛罗里达的沙滩上，修建职工度假村，财务人员再次劝阻了他。后来，杜克瞒着公司高级管理人员，买下一条豪华游艇，让职工度假，又包租了一架大型客机，让工人去华盛顿旅游。

后来，一位负责财务的副总裁说：“杜克要我签字时，根本不知道我是否付得起这笔钱！可是我看到那些从未坐过飞机的工人，上飞机时的表情后，我再也无话可说。”

4. 领导者的主动性

主动性，意即行动。正如拿破仑所说的：“花点时间深思熟虑，一旦行动的时刻到来，就中止思考，付诸行动。”也正如拉尔夫·沃尔多·埃默生所说的：“如果好的思想未被表达出来，那末必胜过梦想。”

宁次武田的主动性帮助日立创立了蒸蒸日上的光电子产业，因为他是从半导体激光器着手采取行动的。当武田于1970年第一次来到公司研究实验室时，他不能使日立厂家对半导体激光器商品化感兴趣，因为激光器难以配制。发明激光器的通用电气公司确实已经退出了该领域，就是因为这些配制问题。但武田不愿意让别人的失望使他改变初衷。他列了一张能够在自己工作台上按规定要求制造的半导体激光器目录，并把复印件寄到IBM公司、贝尔电话公司、施乐公司以及佳能公司，它们都定购了激光器。带着这些订单，武田说服了日立一家生产集成电路片厂家的厂长着手生产激光器。至1992年，日立占领了特殊激光装置全球市场的60%。这些特殊激光装置主要用于穿越各洲光纤电话网络的AT&T公司以及其他公司。

与主动性相反的就是正襟危坐地考虑该做什么，却不采取行动。不管有什么最佳的意向、注意力和鉴别力，没有行动即预示着要输给那些积极采取行动的领导者。俗话说得好：“犹豫不决者是饭桌上的佳肴！”

就在乔治·布什同意提高税收之后，在1990年7月的《美国新闻和世界报道》的专栏中，政治顾问戴维·格根指出公众不会忘记当作为候选人的布什邀请美国公民倾听他的演说时他讲得那么愤世嫉俗的样子。但是，格根认为，如果布什勇敢行动，人们是会原谅他的。他提议，如果布什采取必要措施达成协议，并彻底解决预算问题，他就会免受责备。格根称之为“解释时机”。但是，布什没有

需要全本请访问 www.ertongbook.com