

管理沟通



[管理沟通 下载链接1](#)

著者: (美) 迈克尔 E.哈特斯利

出版者:机械工业出版社

出版时间:2000-05

装帧:平装

isbn:9787111077756

本书结构严谨，层次分明。前8章主要阐述构成沟通的7个要素——发起者、听众、目标、背景、消息、媒体和反馈，从而提出了一个分析商务沟通态势的整体思维框架。从第9章开始，主要讨论如何把这个思维框架应用到具体的商务环境中，实现原理与实际环境的结合，这也是本书的核心。书中所讨论的具体环境具有代表性和普遍性，从而显示了本书的实用性。

作者介绍:

迈克尔 E. 哈特斯利 (Michael Elkins Hattersley)，毕业于Swarthmore学院，1976年在耶鲁大学获得博士学位。他是多家公司、政府、学术机构和非政府组织的沟通主任或顾问。从1985年到1993年，他在哈佛大学主讲管理沟通课程。他还出版了大量的著作和诗集。

林达·麦克詹妮特 (Linda McJannet；曾用名Linda McJ. Micheli)

毕业于Wellesley学院，在哈佛大学获得博士学位。她曾在Emerson学院、美国天主教大

学、哈佛大学和哈佛商学院任教。她现在是Waltham 的 Bentley学院的英文教授，主讲文学、修辞学和管理沟通课程。她与 Foresman Scott 于1984年合写了一本《管理沟通》（Managerial Communication）。她还写了大量的关于莎士比亚、歌剧和英语修辞方面的文章。

目录: 第一部分 有效沟通原理

第1章 引言

经理和沟通/沟通的要素/沟通和洞察力/发起者：作为沟通者的角色/有效沟通的特征/本书的安排

第2章 听众分析

我的听众是谁/我与听众之间的关系怎样/听众的态度如何/听众已知道多少/我的建议是为了听众的利益吗/结论：推销的是利益而非内容

案例1 韦茅斯钢铁公司

第3章 观点

将你的观点带入行动

案例2 唐娜·达宾斯基和苹果计算机公司

案例3 蒂比·杜尔曼和苹果计算机公司

第4章 目标确立与沟通的前提

目标/现实检验环境

案例4 黄尾鱼船业公司

第5章 信息：内容和论证

内容/论证

案例5 卡提汉克银行

第6章 结构

内容、论证及结构的结合/构思以行动为导向的结构/选择具有说服力的结构/叙述力量的运用/开始战略：引起注意/展开战略：吸引注意/结束战略：付诸行动/求职信结构的简要提示

案例6 麦格列戈百货有限公司

第7章 媒介选择

案例7 廷肯公司

第8章 文风及语言

一般需考虑的问题/文风/语气

案例8 范瑞克斯公司

第二部分 应用

第9章 发送和接收反馈

一般国家/向同事和下属发送反馈/寻求反馈/接收反馈/评估反馈

案例9 Bailey & Wick

第10章 管理会议

会议准备/参加会议

案例10 林肯广场开发项目

第11章 变革的沟通

来自中层的变革/来自高层的变革

案例11 哈默密尔纸业公司

第12章 外部沟通

案例12 牛津能源公司

第13章 跨文化沟通

案例13 艾尔帕索联合道路协会

第14章 个人和公司伦理学

阐明伦理问题

案例14 凯洛格公司

第15章 电子沟通

案例15 比尔·凯西奥蒂

案例16 赛威咨询公司
第16章 商务与新闻界
案例17 天然甜

第三部分 技巧

第17章 有效的发言：简明手册
准备/结构/传递/图表/团体发言/处理问题和答案/求职面试
案例18 道茨瓦斯出版社
案例19 内陆钢铁煤炭公司：塞瑟煤矿
案例20 国际石油公司
案例21 “公正就是公正”，对不对
案例22 一位资深审计员的困惑
· · · · · (收起)

[管理沟通](#) [下载链接1](#)

标签

管理

沟通

管理学

fanso工商管理及培训

55262

评论

新颖

[管理沟通](#) [下载链接1](#)

书评

[管理沟通 下载链接1](#)