

管理场



[管理场_下载链接1](#)

著者:张鼎昆

出版者:清华大学出版社

出版时间:2013-3

装帧:平装

isbn:9787302315124

《管理场:激发组织正能量的领导力》最大的贡献和亮点是管理思维创新。作者针对当前的管理理论、方法和工具在指导实践中“不给力”的问题，深入分析其不足及根源，并重新构建了更具实践价值的新管理框架。作者提出的“管理场论”和“场思维”将西方管理细节思维的优势与中国传统文化整体动态的思想精华融合成一体，为管理者提供了一套具有哲学高度的、系统的、全局的、动态的、立体网络化的管理思维体系。同时作者建立了基于“场思维”的实践操作模型、方法与工具，典型的有“五行系统转化模型”、“场领导力的修炼”等。《管理场:激发组织正能量的领导力》在发展领导者系统思维、提升变革领导力、推动管理培训和组织学习创新，以及促进组织转型与进化方面，具有极高的指导价值。作者提出的新理念、新思维充满智慧闪光，饱含对管理、领导、人生和社会的深邃领悟。此外，书中“组织能量”、“场”等理念还与“正能量”、“气场”有相合之处。总之，《管理场:激发组织正能量的领导力》是近年来在管理学界难得的、极具启示性的著作。

作者介绍:

“管理场论”首创者，作者围绕管理场论的系列课程《场思维：领导智慧新境界》、《组织健康：基业长青之本》所引发各界的广泛兴趣与好评，运用基于“场思维”正在开发中的“组织健康诊断”与“领导力诊断与改善模型”等新工具，突破了被西方机械思维主导已久的测评模式，为组织发展及领导力提升提供了更具实践价值的新方法。

国内知名变革管理专家与高管教练，北京师范大学领导力研究与发展中心客座研究员。重点为企业、政府、党校、军队等提供组织健康、领导力、组织转型与行动学习等方面的培训与教练服务。主要著作：《行动学习：再造企业优势的秘密武器》、《突破：组织变革管理方略》、《头脑强人》。

曾在军队、企业和高校任职，在中科院心理所获得博士学位，在清华大学经管学院完成变革管理方面的博士后研究。

目录: 序一 I

序二 III

序三 VII

前言 XI

致谢 XXXI

第一章 “场思维”：解密大变局的钥匙 1

别说你真懂“苹果” 1

如果苹果失败了，我们会怎样解读 1

机械式领导观的“陷阱” 3

思想重构实验：乔布斯的“苹果场”怎样席卷全球 5

乔布斯怎样孕育“苹果场” 7

场思维：领导与组织发展的新视角 10

用“场思维”重读国共PK大逆转 12

西方竞争理论解释不了共军的胜利 12

民意是最大的能量：顺民意者昌，逆民意者亡 14

战略协同是最大的“人和” 17

合于“大道”的愿景与信念是“场能量”之源 18

学习力是“场能量”传递与强化之源 20

逆转的本质：场态的螺旋原理 23

海尔“社会—生态场”的重建奥秘 25

“不许随地大小便”与“破窗理论” 25

“十三条”执行力与“孙武斩妃效应” 26

借钱发奖金的场动力机制 29

砸冰箱事件的造场效应 30

“斜坡球体论”与OEC管理法：管理场论的雏形 31
“斜坡球体论”与管理场论 34
第二章 “场”的力量 36
激活“恶行”的负能量场 36
“恶行”是如何被激活的 36
“斯坦福监狱实验”：美国好人在坏情境下会如何表现 39
我们每个人都可能变成坏人 42
个人与环境都不是行为的决定者 43
“场”是行为最大的根源 44
激活“善行”的正能量场 47
西尔伯特实验：如何让恶魔变成好人 47
相逢一笑泯恩仇：曼德拉的“国家场”逆转大实验 49
输赢心智无赢家 54
孵化敬业员工的海底捞 57
高效能领导：“管理场”的杠杆原理 60
自我改变策略：放弃“毅力”选择“场” 62
“场”就是这么非凡 64
站在哲学的高度上 64
领导制造：X理论与Y理论的是与非 65
“场能量”是相互作用的合成力：源于人，高于人 70
“场”中人：我们既是影响者，又是被影响者 74
场是第一实在 76
场的定义与核心功能 79
第三章 管理场实践法则之一：天地人和法则 90
“一切以利为本”将毁掉未来 90
道德：卓越管理场之根 92
天地人和：管理场实践之道 96
和于天地，事成一半 100
人和万事兴 103
第四章 管理场实践法则之二：无边界法则 105
超组织时代的到来 105
银行的新活法 105
基于“平台思维”的组织场 107
超组织的优势 109
建立“无边界心智” 112
媒体无小事 112
组织边界：头脑的虚假建构 113
与天下人共生：丰田的超组织 113
拆除组织边界，拥抱多彩世界 115
大我决定发展，共赢成就长远 116
超组织战略 119
中枢型角色 120
嵌入型角色 121
第五章 管理场实践法则之三：隐性能量法则 123
我们为什么被“救火式”管理所绑架 123
警惕“哭孩有奶效应” 128
“看不见的战线”才是最重要的战线 129
正确的领导序位：场在先，事在后 131
正能量的社会救援场 134
当我们将品牌理解为“场能量”时 136
第六章 管理场实践法则之四：系统思维法则 140
社会管理场下的“假冒伪劣交响曲” 140
为何假冒伪劣此起彼伏 140
改变社会管理场：解决假冒伪劣问题的长效机制 143

场是以非线性方式运行的 148
胜任能力模型的漏洞在何处 148
非线性运行：经验思维之外的世界 149
从“就事论事”到“以场论事” 152
第七章 管理场实践法则之五：动力循环法则 154
混沌理论：管理思维的另一条道路 154
从天人合一到五行循环 155
人类行为动力环 160
动力循环理论对组织行为的解读 169
自我场：超越对立的“我存在” 179
第八章 管理场能量运行图 189
能量信号发生器模型 189
影响场力的五个“能量发生器” 190
功能是“本”，职能是“末” 194
相生相克的五行动态转化系统 195
相互嵌套的五行系统转化模型 200
管理场五行功能详解 203
“利益—权益”功能：藏“精”之本，动力之源 203
“运营—执行”功能：其他功能有效运行的基础 208
“绩效—效益”功能：即时强化的动力源 212
“文化—战略”功能：其他功能的灵魂与宗旨 214
“改善—创新”功能：生发之本，智胜之源 216
让管理场之环运行 219
场领导力：转动“场轮”的功夫 219
场健康的决定因素：循环转化的质量与动态平衡 221
没有人能完全控制“场” 222
工作—学习循环圈 223
管理场系统转化模型（完整图） 232
第九章 管理场论实践之一：斯达克让工作变成“超级游戏” 235
斯达克管理哲学的缘起 235
基于信念的冒险之旅 237
信念转化为行动：教员工成为经营者的本事 239
个人信念转化为众人信念：激活全局观、荣誉感与自豪感 241
转化：“改善—创新”×“文化—战略”=“运营—执行”
（共同编制的计划） 242
转化：“改善—创新”×“运营—执行”=“绩效—效益”（绩效对话） 245
SRC的奖金方案设计 248
SRC的发展 250
第十章 管理场论实践之二：联想“蛇吞象”的背后 253
“蛇吞象”的比喻并不恰当 253
借势并购实现老联想的国际化 256
杨元庆的“控场力” 258
谁负责整体循环转化？ 260
OHRP：联想从国际化中学来的工具之一 261
复盘：联想推向国际的高能工具 262
第十一章 管理场论实践之三：成绩与素质一个都不能少 264
让理想照进现实 265
识天时，占地利，得人和 265
明确并建立“文化—战略”共识 266
运营—执行：慎防执行陷阱 267
运营—执行的原则：浸润式教育 269
创造性实施：处处都有教育时机 270
让学生在自我管理中学会领导力 271
绩效—效益：让大家看到希望 272

利益—权益：奖励系统必须支持变革的文化—战略 274
改善—创新：螺旋式上升的转化循环 274
关系—人和：没有“人和”，就没有成功的变革 275
学习环：团队学习胜过个人学习 276
领导人的能量聚焦与转移 277
第十二章 场领导力的修炼 279
建构自己的管理场：为实现转化奠定基础 279
从“旁观者”领导观转变为“参与者”领导观 279
“正己”是有效领导的基石 281
关系就是能量 283
权力就是能量 287
对话场：孕育和转化的发生场 291
交流过程中的暗能量 291
方式重于内容 293
对话场形态与转化 296
有效对话的原则 298
建导：场领导力的核心技能 303
实践—反思力：信念与智慧之源 311
实践很重要，但对培育信念与智慧还不够 311
通过反思重塑信念，提升智慧 313
反思的方法与实践 315
第十三章 螺旋式育场：星星之火，如何燎原 318
造场需要“组合拳” 318
用五行模型作为诊断和改变的指导理论 319
育场行动的“一二三四五法则” 320
关键行为育场法 321
关键事件育场法 324
关键人物育场法 326
集体育场策略 329
从上而下的集体育场 329
自下而上的集体育场 332
化冲突为共赢的集体育场 334
会议作为场孵化器 337
青岛啤酒的管理时钟 337
会议螺旋：带动管理场运行的“第一动能” 339
会议螺旋如何创造艾默生奇迹 341
会议设计与实施的方法论 346
第十四章 通过管理场塑造组织文化 347
如何理解组织文化 347
组织文化决定着管理场的弹性 348
组织文化对组织场的作用与影响 351
文化的本质是暗能量控制 355
组织文化的形成机制与衰退机制 358
领导行为：组织文化的指南针（场能量） 362
管理场能量信号的一致性：组织文化建立的基础 364
参考文献 371
· · · · · (收起)

[管理场_下载链接1](#)

标签

思考

商业

管理哲学

新奇

评论

就看看案例，其中有一个卖农机的公司印象比较深，对其理论不感兴趣

[管理场 下载链接1](#)

书评

[管理场 下载链接1](#)