

<<部门主管培训手册>>

图书基本信息

书名：<<部门主管培训手册>>

13位ISBN编号：9787504470096

10位ISBN编号：7504470090

出版时间：2010-10

出版时间：中国商业

作者：李宪印

页数：291

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<部门主管培训手册>>

前言

在企业管理或党政机关等各类组织序列中，部门主管是纵向管理工作链条中的“传送带”，又是上下级关系的“夹心饼”。

一旦你置身于此一职位，你必须首先了解你现在所在组织中该扮演的角色及必须完成的任务和必须实现的组织目标。

为此，你头脑中应该有一个具体可行的“图谱”，不管是在个人形象上，在管理技能上，还是在上下级关系上，都应该有一套完整的思路。

你是谁？

你在做什么？

你将怎么做？

你打算做到什么程度？

这些简单的问题显然不能作出像以往那样简单的回答。

1.你管理的对象你的管理对象至少有六个方面不容忽视：一是人力。

包括部属的能力、态度、情绪、士气、忠诚度、责任心、执行力、部属间的冲突、部属的绩效评价等，你要致力于提升每个人的附加价值。

二是物力。

生产设备、原材料、仪器工具、电脑、事务用品等，让这些物力能提升你的品质与服务。

三是金钱。

预算、成本、毛利、投资报酬率等。

四是情报。

市场情报、竞争状况、经营报表、管理报表等，你要防止资讯被扭曲。

五是时间。

各种进度时间表等，要在计划时间目标内完成工作。

六是客户。

客户关系建立及维持、客户满意度、客户埋怨心理、客户意见等，你要让每位客户都受到全心全意的关心。

2.管理与领导你可以规定你的部属，见到客户时一定要面带笑容，但是你无法管理部属的笑容是发自内心的，无法让部属真正体会到我们依靠客户的要比客户依靠我们的多。

你可以要求部属要有创意，但你无法管理部属的创意。

你可以管制部属的行为，但你无法管理部属的意愿。

你可以督促部属进行一件工作，但你无法督促部属的热诚。

一个企业的员工若不是主动的、创意的、意愿的、热诚的，那么这个企业必然无法达到卓越。

主动、创意、意愿、热诚是由领导而来的，不是由管理而来的。

<<部门主管培训手册>>

内容概要

《部门主管培训手册》作为专门组织各部门主管培训学习的特别推荐用书，其中既有管理专家的精辟阐述，也有优秀主管的现身说法；既有典型的案例分析，也有成熟的方法指导；理论结合实际，简单而实用，全面而系统，不啻为现代企业管理或党政机关等各部门主管用来组织培训学习的首选读本。

<<部门主管培训手册>>

书籍目录

第一篇 部门主管的成功形象 第一章 部门主管的职业定位 一 部门主管的产生与发展 1.部门主管溯源 2.部门主管的职业特征 3.部门主管的角色作用 二 部门主管上任时的开局艺术 1.找准自己的位置 2.了解自己的生存空间 3.新任部门主管踢好头三脚的艺术 4.新任部门主管开局行权的艺术 第二章 部门主管的素质修炼 一 部门主管的习惯素质 1.文案整洁有序 2.经常做自我提醒 3.随时记录备忘 4.工作严谨有序 二 部门主管的成功准则 1.让上级领导对你满意 2.让下属员工对你服气 3.让同级对你嘉许 4.让群众对你肯定 5.工作推陈出新创佳绩

第二篇 部门主管的能力构成 第一章 决策力与执行力 一 决策力 1.翔实的调研与正确的判断相统一 2.注重决策的科学性与超常性 3.决策的分类 4.决策的程序要科学 5.决策的条件要充分 6.决策中的几种习惯做法 7.常见的决策陷阱 8.决策失误的补救 二 执行力 1.执行力应依据科学的程序进行 2.执行力需要多种素质的相互结合 3.部门主管要重视培养下属的执行力 4.部门主管应善于营造执行的文化 5.注意解决执行力差的问题 第二章 管理能力与沟通能力 一 管理能力 1.确立管理目标 2.知人善任 3.善于规划考核 4.团队建设 5.培养下属 6.组织能力

第三篇 部门主管的领导艺术 第四篇 部门主管的关系组合 第五篇 部门主管的工作方法 第六篇 部门主管的管理过程 第七篇 部门主管如何应付烦恼

章节摘录

2.威信能够增大号召鼓动的影响部门主管的威信作用是客观存在的，它在号召中具有重要的地位。

那么，形成这种作用的心理基础是什么呢？

这就是人们对威信的渴求心理。

中国古代有一句话：“有威则可畏，有信则乐从，凡欲服人者，必兼有威信。

”从心理学角度来分析这句话，说明威信是号召对象对主管的胜任愉快感、安全感、所属感以及自尊心、求知欲等诸方面认识情感需要的满足。

社会心理学方面的实验资料已经证明，来自有威信的部门主管的信息，一般具有较大的影响力。

人们大多渴望从有威信的人那里获得准确而可靠的信息，从而了解到许多难得而有用的资料。

这就形成了人们对威信的需要，扩大了威信的影响力，甚至形成对部门主管的“晕轮效应”：对来自有威信的主管的号召信息，毫无批判地、全部信以为真地加以接受——“一俊遮百丑”；对来自威信较低的主管的号召信息，不分对错地一概加以拒绝——“一条鱼腥了一锅汤”。

还有，如果部门主管威信起点高，人们就会从他以往所号召的道理的正确性，推断出他现在号召的道理也会是正确的。

相反，如果部门主管的威信起点低，人们也会从他以往所号召的道理的错误性，推断出他现在所号召的道理也会是错误的，这样，人们对某一号召的接受程度如何，实际上已经超出了这一号召本身正确与否，而是以过去的认识代替了现在的认识。

因此，部门主管要使自己的号召易于被号召对象所接受，必须注意提高自己在号召对象心目中的威信。

当然，我们这里所说的提高威信，其目的是自己号召的正确主张被号召对象所接受，而不是为了使号召对象盲从于自己。

<<部门主管培训手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>