

<<热点定律>>

图书基本信息

书名：<<热点定律>>

13位ISBN编号：9787508611037

10位ISBN编号：7508611039

出版时间：2008-5

出版时间：中信出版社

作者：琳达·格拉顿

页数：209

译者：赵群,庞云

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>

## <<热点定律>>

### 内容概要

“热点”对企业而言，它是企业价值的神奇创造者；对个人而言，它是功能强大的生命强心针。

在你处于“热点”状态时，你会感觉活力四射、神采奕奕、头脑里充斥着各类想法。

出现在企业内部或者企业之间的“热点”所创造的能量对企业创新的提升力更是无以伦比。

如果你的企业没有热点生成，那会是一种萎靡不振的状态——普通员工没有工作热情、中层领导没有创新和活力、高层领导对企业的发展缺少预见力。

总之，你的企业毫无生气，没有激情和活力。

伦敦商学院著名管理学教授琳达·格拉顿花费了逾十年的时间研究“热点”问题——即探究“热点”如何出现，以及团队怎样才能创造促使“热点”增多、增强的环境。

她研究过数十家大型公司，并与分布在美国、欧洲、亚洲的数百名员工、经理、企业高层进行过交流。

。

琳达·格拉顿在这部横空出世的著作中提出并阐释的重要问题有：为什么“热点”会出现？

它什么时候出现？

到底是团队的什么要素促使“热点”出现？

“热点”中领导扮演的角色又是什么？

企业高层应该采取什么样的战略才能激发团队的“热点”？

## <<热点定律>>

### 作者简介

琳达·格拉顿是伦敦商学院的管理学教授，她曾主持过商学院的“企业高层计划”、“变革中组织的人力资源策略”等项目。

她是《人性管理黄金定律》、《什么样的公司才叫好公司：民主化的公司是好公司》、《战略性人力资源管理》的作者。

两次被伦敦泰晤士报评为世界顶级管理思想大师。

## &lt;&lt;热点定律&gt;&gt;

## 书籍目录

前言写给中国读者引言 创造热点的要素第一章 创造非凡活力 公司的热成像 要素一：合作思维 要素二：跨越边界 要素三：燃点目标 要素四：产出能力 为热点的涌现进行规划 标志性流程 第二章 热点照亮全球 热点问题 委内瑞拉的黎明：英国石油公司的热点 北京的中午：诺基亚公司的热点 伦敦的傍晚：奥美公司的热点 新加坡的凌晨：Linux的热点 热点的冷却：数字设备公司的10年 让热点保持活力第三章 要素一：合作思维 自我应验预言：竞争性思维的产生 高成本的交易型思维模式 合作思维是如何产生的 假设对实践和流程的影响 互信互惠规范的产生第四章 要素二：跨越边界 跨越边界和价值创造 边界 学会跨界合作 挑战一：距离 挑战二：差异 挑战三：陌生 学会跨越边界合作：拉近距离、缩小差距、降低 陌生感 通过目的明确的交流跨越边界 借助跨越边界者越过边界 跨越边界：企业主管的作用 扩大网络覆盖面：诺基亚公司的“绝招”第五章 要素三：燃点目标 燃点愿景引领新平台 燃点问题推动新目标 燃点任务促使活力四射 燃点目标缺失与“乡村俱乐部” 有益的交谈 创造燃点目标第六章 要素四：产出能力 产出实践 实践一：赏识才能 实践二：做出承诺 实践三：解决矛盾 实践四：同步时间 实践五：建立节奏第七章 领导者在热点中的作用 苏格拉底式的领导 领导作为友谊的缔结者 领导作为标志性流程的设计师 转折点 热点新定律第八章 规划热点 第一阶段：找到热点 第二阶段：绘制系统图 第三阶段：与业务目标建立联系 第四阶段：辨识潜在的支点 第五阶段：采取行动 结论附录一 创造热点所需要的资源 第一阶段：找到热点 第二阶段：绘制系统图 第三阶段：与业务目标建立联系 第四阶段：辨识潜在的支点 第五阶段：采取行动附录二 热点研究的背景 心理学 社会学 经济学 人力资源理论 组织发展理论 哲学附录三 热点研究的方法 案例研究 合作优势 调研

<<热点定律>>

媒体关注与评论

伟大的企业充满着活力和革命性。  
在这本激动人心、思维活跃的书 中，琳达·格拉顿教授向我们揭示了活力和革新的重要性。  
——战略管理研究大师，伦敦商学院教授，《竞争大未来》《领导革命》《管理大未来》著  
者 加里·哈默

## <<热点定律>>

### 编辑推荐

如果你的公司整天处于一种萎靡不振的状态，员工没有激情，没有活力，虽然付出努力却没有多少收获，那么你就应该仔细研究一下热点定律了，《热点定律》是你的好选择。

企业焕发活力与创新力的热点定律： 企业关系网是热点产生的源泉。

用愿景激发员工的热点，点燃兴奋的火花。

要通过设计架构、实践与流程来创造热点产生的环境。

紧张的、有节奏的、具有思考性的工作阶段是热点产生的燃料。

超越最佳方案，形成自己的标志性流程。

企业人际关系网络的形成是热点产生的最佳平台。

边界跨越者能为企业热点团体带来真知灼见。

热点参与者的责任是公开、明确地做出承诺并信守承诺。

目的明确的交谈是热点产生的基本因子。

<<热点定律>>

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>