**杭州站**

《MTP管理能力发展（第12期）》

**主讲老师：陆华龙**

**企业类型：**不限

**时间安排：**2024年3月15日9:30至17:00

 2024年3月16日9:30至16:30

**地点安排：**杭州文一西路522号西溪科创园8幢

**参课费用：**光华赋能通卡门票9张/人

现金票3800元/人

**人数限制：60人**

**企业痛点**

MTP（Management Training Program）管理研修课程最初版本源自美国，1950年引入日本后，受到日本产业界的普遍欢迎，成为所有管理培训的基础，为日本企业成长要因之一。MTP最受企业欢迎的原因是，通过MTP培训，管理人员能够统一认识，提升自觉改善的动机，带领员工推动各项改善活动，充分调动员工的积极性，增强企业的凝聚力，从而使企业蓬勃向上、充满生机！

**适用对象**

各级中层管理者

**课程亮点**

1. 使管理人员了解组织管理的原则，分清自己的角色定位与职责，做好承上启下的桥梁
2. 培养管理人员做计划的能力、目标管理能力、高效会议能力、指导、控制和协调能力
3. 学习如何成为一个优秀的管理者，建立领导权威、指导下属，并给予工作授权
4. 知人善任，带人带心，学习激励部属的技巧
5. 认识沟通的重要性，掌握高效沟通的技巧，建立组织内无障碍的沟通环境
6. 掌握出色的团队领导能力，因人因事而异，学习情境领导艺术，增强自己的领导魅力
7. 了解培育人才的重要，学习到工作中教导的方法

 **课程大纲 Outline**

**第一篇：管理基础**

1. **管理基本原则与角色管理**
2. 管理的含义
3. 管事
4. 理人
5. 管理与经营的关系
6. 业务达成
7. 体系建立
8. 团队成长
9. 未来发展
10. 管理者的两只手
11. 管理力
12. 领导力
13. 管理者的立场与任务
14. 上司
15. 下属
16. 同级
17. 对外
18. 管理者的基本心态
19. 管理与人的行为
20. 人类行为的图解
21. 人的需求
22. 需求不满所引发的行为
23. 组织运作基本原则
24. 命令系统的统一
25. 控制的幅度
26. 职务认知的整合
27. 有效的授权

**第二篇：工作管理**

1. **计划与执行**
2. 目标的制定与分解
3. 目标管理七步法
4. 计划的拟定程序
5. 计划的特性与种类
6. 计划管理的过程
7. 计划的实施与跟进
8. 制定计划的工具
9. 管理者的时间管理
10. **命令与分派**
11. 工作分派的条件
12. 知识
13. 技能
14. 态度
15. 命令的原则
16. 命令的下达方法
17. 吩咐
18. 委托
19. 征询
20. 暗示
21. 征求
22. 良好的命令方式
23. 用自己的言语
24. 始终一贯且完整
25. 不要被误解
26. 激发部属的关心与意愿
27. 如果部属不执行命令怎么办？
28. 自我命令与状况共有
29. **控制与纠偏**
30. 控制的含义
31. 控制的内容
32. 观察、测定：掌握事实
33. 比较检讨、评估：思考事实
34. 纠正、指导：采取措施
35. 控制的两个极端
36. 控制不当
37. 控制过严
38. 纠偏四步法
39. 指出差距
40. 说明影响
41. 寻找原因
42. 提出要求
43. 问题分析与解决
44. 情境分析
45. 原因分析
46. 决策制定
47. 计划分析
48. **协调的艺术**
49. 什么是协调
50. 协调的目的
51. 协调的准备
52. 选定对象
53. 协调内容
54. 内部协调
55. 协调路径
56. 协调时沟通的要领
57. 协调的种类
58. 强制
59. 妥协
60. 整合
61. 整合式协调法
62. 案例：程经理的费用控制如何协调
63. **人员管理**
64. **有效授权**
65. 什么是授权
66. 管理者不敢授权的原因
67. 授权的基本原则：三等价原则
68. 执行责任
69. 结果责任
70. 权限
71. 授权七步法
72. 何种工作可以授权，何种工作不可以授权
73. 如何处理部属推卸责任或反授权的问题
74. **培育辅导**
75. 培育对象的能力
76. 知识
77. 经验
78. 态度
79. 能力
80. 员工培育的程序
81. 工作指导的步骤
82. OJT运用的具体方法
83. 教练式辅导
84. 提问的方法
85. 平衡轮的运用
86. 回放技术的运用
87. As if转换
88. 给建议的方法
89. GROW辅导模型的运用
90. **员工激励**
91. 激励的心理学原理
92. 员工需求的把握
93. 员工需求不满的应对
94. 消除管理者本身的障碍
95. 用安慰、激励、支持等方法解决需求不满
96. 增强员工的坚韧度
97. 非经济手段的运用：抢红包的启示
98. 承诺式自我激励四个标尺的运用
99. 价值度
100. 影响度
101. 自信度
102. 决策度
103. 逻辑层次在员工激励中的运用
104. **管理沟通**
105. 沟通的定义
106. 沟通的入口
107. 沟通的出口
108. 信息及情感的交互
109. 沟通障碍分析
110. 沟通的四个特性
111. 随时性
112. 情绪性
113. 双向性
114. 互赖性
115. 三脑原理在沟通中的运用：激发员工的创造力
116. 爬行脑
117. 情绪脑
118. 视觉脑
119. 沟通六步法
120. 充分准备
121. 建立亲和
122. 了解需求
123. 正确表达
124. 处理异议
125. 共同实现

**第四篇：领导艺术**

1. **从管理走向领导**
2. 管理走进“心”时代
3. 新时代员工的特性与需求
4. 领导力的含义
5. 领导力的四个特性
6. 要求性
7. 通意性
8. 同理性
9. 互赖性
10. 九种重要领导力养成
11. 情境领导的运用
12. 高任务，低关系
13. 高任务，高关系
14. 低任务，高关系
15. 低任务，低关系
16. 领导者五大行为修炼
17. 以身作则
18. 共启愿景
19. 挑战现状
20. 使众人行
21. 激励他人

****

**陆华龙**

**埃里克森国际学院（ICF体系）认证专业教练**

**资历背景**

1. 国内优秀实战派企业管理资深培训讲师、高管教练
2. 中国人力资源开发研究会特聘讲师
3. 引导技术认证引导师
4. 《领越®领导力》\《教练型领导LAC》\《问题分析与解决》\《MTP中高层管理技能》等版权课程认证讲师

**授课经验**

中国移动、中国联通、海南航空、南方航空、中国航空、中石化、中石油、中海油、中航油、五粮液集团、山东扳倒井集团、利洁时家化、华润食品、浙江龙岩烟草公司、湖南邵阳烟草公司、湖南郴州烟草公司、北大总裁研修班、清华总裁研修班、浙大总裁研修班、西南财经大学总裁研修班等