

<<企业员工的自我激励与管理>>

图书基本信息

书名：<<企业员工的自我激励与管理>>

13位ISBN编号：9787502630522

10位ISBN编号：750263052X

出版时间：2010-5

出版时间：中国计量出版社

作者：刘江鹰 编著

页数：157

字数：156000

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>

<<企业员工的自我激励与管理>>

前言

常言道，“知己知彼，百战不殆”。

然而在实际工作中，我们自己的视野通常都是在往外看，看技术、看客户、看市场，认识外部的各种规则，却常常忽略我们自己本身的行为规则。

这一“灯下黑”的忽略所带来的结果，就是我们的理性思维常常面临感性世界的诸多挑战，在真实自我、自我感知以及外部形象体现的自我等三者之间的关系上出现迷茫，容易走入非此即彼的极端思维误区。

客观上每个企业员工都处于销售的角色，都在人才市场中推销自己的产品并获得收益，这是不以个人的意志为转移的，与企业的经营行为相似。

员工所推销的产品即是自己所拥有的“人力资源”，表现为自己所具备的知识、技能、能力、个性、体力等等，是社会经济活动中的重要生产要素；这一体现职业路径的产品过程，与企业产品一样具有需求与供给的平衡，同样具有产品生命周期的概念，同样具有购买价格与使用价值的等价交换的要求。

所谓自我管理与发展，就是要在企业环境中的目标调和、能力成长、人际沟通以及工作决策中管理好自己的产品。

在强调“科学发展观”的大环境下，修炼内功成为大势所趋。

简单的非此即彼的二值逻辑正在被复杂的精细化多值逻辑所取代，角色可替换性成为各方关注焦点。国家层面在反省自身做产业转型升级，企业在反省自身而重视人力资源与鼓励创新，作为企业中谋求个人发展的专业人士，也到了该加强自我管理与提升，加强内功修炼的时候了。

这是一本从企业员工的角度，从利己思维出发来讨论如何进行自我管理和自我激励的书籍，以解决员工工作实际中的问题为目标。

<<企业员工的自我激励与管理>>

内容概要

本书为追求自我发展的高素质企业员工提供了一个如何进行自我管理、自我激励和自我发展的指引。按照逐步深入的次序，全书共分为五章。

第一章“认识自我、夯实基础”；第二章“融入企业、目标调和”；第三章“自我激励、提升能力”；第四章“改善沟通、打造环境”；第五章“正确决策、征服挑战”。

本书适合企业中追求自我发展的高素质员工作为自学读物，也可供大型企业的培训主管、职业培训机构及小型企业的高层人员在规划提升员工素质培训时参考使用。

<<企业员工的自我激励与管理>>

书籍目录

第一章 认识自我夯实基础	引言：“就事论事”藏陷阱	1.1认识自我的行为规则	1.1.1 什么理念就是什么人	1.1.2人生如戏之内外有别	1.1.3客观存在的自我评估	1.1.4 自我评估过程的陷阱	1.1.5 两种做事的心态倾向	1.1.6 自尊严重影响着行为	1.2自我个性影响行为	1.2.1个性气质与性格	1.2.2 自我性格的倾向	1.3认识自我思维方式	1.3.1“发收”是否自如?	1.3.2“纵横”是否相连?	1.4认识自我激励机制	1.4.1行为激励心理过程	1.4.2人的需要层次理论	1.4.3 ERG理论	1.5认识自我挫折行为	1.5.1 关于挫折的认识	1.5.2挫折常伴随行为	第二章 融入企业 目标调和	第三章 自我激励提升能力	第四章 改善沟通 打造环境	第五章 正确决策 征服挑战	参考文献
--------------	--------------	--------------	-----------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------	--------------	---------------	-------------	----------------	----------------	-------------	---------------	---------------	-------------	-------------	---------------	--------------	-------	---------------	--------------	---------------	---------------	------

<<企业员工的自我激励与管理>>

章节摘录

对于正式、口头上的知识流测量，例如问他人自己的观点如何，有时对方会从维护人际关系考虑不讲实话而应付，应客观地关注这一情况；另外，在与人沟通中，自己的观点可能受到别人的反对，不赞同，或者有人感觉你是“好为人师”而反感；这时常会给人“费力不讨好”的感觉，这也表明，供给来的不是时候，可能是时间点上超前，或者是客户对象识别上有误，给一个不喜欢吃甜食的人卖糖果肯定是不行。

供给只有在满足需求的时候才有价值，如果需求还没有产生，供给就没有意义。

做“被需求”的事情，才是正确的事情，这种情况下才有客户“买单”，才有人说你的好。

3.5 主动行为的自我激励常用技巧我们工作一段时间之后，习惯了工作的压力，能够游刃有余地处理工作上的事情，工作变成了应付交差，缺乏了工作的激情，可能会产生精神上的疲倦感，变的懒散。

这表明我们是需要一些激励行动了，以下是一些常用的自我激励的技巧可供参考。

3.5.1 为自己设置可行目标 可以给自己设置一个适合的目标，有了目标人就有了精神，因为有了做事情的动力。

目标的设置可以是与工作相关的，也可以是与生活相关的，或者是建立一个新的个人爱好或兴趣。

目标的设置和追求可以使人变的很充实，有劲头。

有个IT公司做建设实施的项目经理，由于技术出身的缘故，在与客户沟通时虽然能做到有效性，项目工作能够顺利开展，但总是自我感觉不顺畅。

于是，他就给自己设置了一个目标，希望能够改善自己的语言表达能力；之后的休息时间里，他就自己找了个陌生的地带，在街头主动地跟陌生人一个一个的交谈，以练习自己的语言表达。

经过一段时间后，他再跟客户交往时，客户很惊讶，因为他的语言艺术水平已经有了很大的提升。

<<企业员工的自我激励与管理>>

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>