

<<管理您的职业形象>>

图书基本信息

书名：<<管理您的职业形象>>

13位ISBN编号：9787509609576

10位ISBN编号：7509609577

出版时间：2010-7

出版时间：经济管理出版社

作者：袁春晓

页数：277

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>

<<管理您的职业形象>>

前言

在过去的大约五年时间里，中国企业管理者塑造个人形象的需求被激发了，而且是群体的有效需求；于是，书籍、杂志、咨询和培训的供给，均随之潮涌。

其中，个人形象相关书籍已经覆盖了从视觉设计、服饰化妆、香水使用、美容美发美甲到礼仪修养等众多细分的专业领域，并且，人们还在加速扩充着时尚畅销书的市场。

欲填补空白，看来机会难寻了；不过，努力的空间尚存，例如：“上纲上线”。

一方面，个人形象本是人们因关心自我而延伸关注的话题，如果个体形象塑造的内在动机不明或不足，“为成功而打扮”将会缺乏持续的理由，因此，有必要深入追问“为什么”；另一方面，有充分理论依据的职业形象塑造方案显然更让人信服，但迄今为止大多数人的注意力还集中在“台前”而非“幕后”；于是，探究形象塑造的机理将是这个专业领域发展的必然要求。

专业深化。

本土形象顾问的专业实践已经相当细分，正是专业分工促使了该领域的迅速繁荣。

但迄今为止，形象塑造仍以视觉形象设计为主，而听觉形象和嗅觉形象，作为感官形象的重要专业化模块，尚待进一步发展。

<<管理您的职业形象>>

内容概要

管理者完美的职业形象，是诠释自我的“名片”，是实现个人品牌价值的“通行证”。

本书的主要读者是本土企业管理者，包括MBA学生、职业管理者和形象工作室的高端客户等。

他们都是有着强烈自我意识的思想者和行动者。

因此，本书将从管理者自我管理的角度，提供一条引导读者自我识别和满足个人形象需求的路径，而不是简单地迎合潮流性需求。

<<管理您的职业形象>>

作者简介

袁春晓，女，1970年2月出生，成都人。

四川大学经济学博士。

现为四川大学工商管理学院副教授，曾任四川大学MBA教育中心主任。

开设《市场营销》、《商务礼仪》及《商务谈判》等课程；主要研究领域：市场营销、服务管理。

2000年9月至2001年9月，美国华盛顿州，太平洋路德大学(P L U)，访问学者，研究主题：服务营销与产业组织理论；2002年9月至2004年4月，复旦大学金融研究院，从事应用经济学博士后流动站科研项目《新服务开发(N S D)》。

<<管理您的职业形象>>

书籍目录

第一篇 职业形象的自我管理 第一章 管理者的形象管理 一、形象塑造动机 二、个人品牌资产 三、形象的自我管理者 第二章 塑造完整的职业形象 一、形象传播模型 二、完整的职业形象 三、形象塑造流程第二篇 视觉及触觉形象 第三章 视觉及触觉设计基础 一、视觉及触觉符号 二、个体条件分析 第四章 职场服饰 一、职场男士着装 二、职场女士着装 第五章 化妆与发型 一、女士妆容 二、男士的面子 三、发型 第六章 身体语言 一、面部表情 二、动作姿态 三、人际距离 四、服饰妆容 五、摄影摆姿第三篇 嗅觉及听觉形象 第七章 嗅觉形象 一、嗅觉信息 二、无形的服饰 第八章 听觉形象 一、副语言沟通 二、个人声音分析 三、嗓音训练 四、个人声音品牌化第四篇 礼仪修养 第九章 职场礼仪 一、礼仪的内涵与外延 二、一般性礼仪 三、公务场合礼仪 四、社交礼仪 第十章 关于“内修” 一、滋养心灵 二、享受生命结束语附录参考文献后记

<<管理您的职业形象>>

章节摘录

插图：自我实现就是一个不断认知自我与建构自我的过程。

每个人一生中都在获取关于“自我”的知识，包括自己当下是什么样的人以及将来会成为什么样的人，只不过积极程度不同而已。

管理者必须不断追问和回答“我是谁”的问题。

很难想象，一个缺乏自我认知或角色身份不确切的人，会有他人追随并与他共同成就一番事业。

威廉·詹姆斯（1890）将我们所能认知的完整“自我”解析为三个部分：a.物质自我，即我们躯体的生理和物理状态，以及作为实体延伸的所有物，如服饰、财产和子女等。

b.社会自我，我们的社会角色以及他人对我们的看法和认可方式。

c.精神自我，是我们对于自己的内在主观体验，即我们所知觉到的自身特质、能力、情绪和信念等内在心理状况，也是对物质自我和社会自我存在意义的认知。

职场角色扮演是管理者建构社会身份，从而认知物质自我和社会自我的基本方式。

外在形象显然是物质自我的直接呈现；而个人理想的社会自我，则是通过所渴望的社会身份获得社会确认来实现的。

人们通常按照各自的社会身份来描述自己和他人，例如，职场中相互介绍时，习惯于以职务相称谓。

特定社会角色都伴随着一系列期望和行为，以及形象展示的方式，并在不同的社会关系中得到体现；

他人则根据个人形象中的特定符号来解读从而认定其角色身份。

管理者形象展示旨在说服他人相信自己具有某些期待的品质和特性，获得角色身份的社会认同，从而肯定社会自我。

所以，在一些隆重场合，人们宁可忍受保持仪态的劳累，忍受着正装那种不舒适的感觉，也不愿意体验着装不当带来的尴尬与难堪，就是为了避免角色扮演不当带来社会自我的挫折感。

<<管理您的职业形象>>

后记

首先感谢所有修读《职业形象塑造》课程的四川大学MBA学生，让这本书横空出世！也感谢我企业界的朋友们，让我分享本土管理者塑造自我和展示形象的修炼历程与多彩故事。见证“70后”、“60后”和“50后”与“80后”一起成长，是一种特殊的快乐！

感谢本书的工友们！

包括涛涛（王涛）和小傅（傅于玲）为“视觉形象”部分采集的内容，殷松涛同学在“嗅觉形象”部分的基础工作，尚东老师对“嗓音训练”部分的奉献和指点，还有刘启豪、郑姝和谢黎潇三位小朋友对本书插图和封面设计方案的贡献。

同时感谢编辑王光艳女士和许兵先生的共鸣、鞭策和专业援助。

谢谢那些认真阅读本书初稿的良师益友们，您们给予了本书最真实、恳切和不同专业的帮助。

最后感谢我天涯咫尺的老师们，本书每一章的参考文献所罗列的，都是让我受益良多的著作，也请让我传递您们的智慧与盛情。

<<管理您的职业形象>>

编辑推荐

《管理您的职业形象》：管理者完美的职业形象，是诠释自我的“名片”，是实现个人品牌价值的“通行证”。

<<管理您的职业形象>>

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>