

<<职业品牌>>

图书基本信息

书名：<<职业品牌>>

13位ISBN编号：9787111231875

10位ISBN编号：7111231872

出版时间：2008-1

出版时间：机械工业

作者：刘德良

页数：192

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>

前言

社会竞争日趋激烈，身在职场的每个人都会感受到来自人力资源市场的竞争。

对于刚刚从大学毕业的莘莘学子而言，找到一份自己满意的工作是重中之重；对于已经有几年工作经历的职场人士而言，能否趁年轻在自己拥有充沛的体力与脑力的情况下为自己的职业生涯发展道路打下坚实的基础，能否得到初步职业提升是至关重要的；对于已经做到了一定职位、拥有一定权力和较高收入的中高级职业经理人而言，能否在职业生涯的黄金发展期进一步提升自己的能力和水平，最终成为所在企业的领导人，在所处的行业内享有较好声誉，甚至在更广的范围内提高个人的知名度，成为广受赞誉的职业经理人，是他们梦寐以求的；对于准备创业的人士来说，能否在职业生涯中就为创业吸引一批紧紧围绕在自己身边的高水平、高素质的创业伙伴，能否建立广泛和良好的人际关系网，能否在未来利用自己的影响力而得到各种支持和帮助，是至关重要的。

每个人都希望成为成功人士，不论对成功人士定义的差异有多大。

对于职场人士，什么是成功人士，每个人的说法都不一样。

大多数人的观点认为收入高、地位高、职权大、下属人员多就代表成功，更有的人认为有好房、有好车、有人送好礼就代表成功，也有一些人认为吃好饭、喝好酒、抽好烟、穿名牌、用名牌代表成功。总之，这些观点都是从个人角度出发，强调个人的感受和意愿，似乎成功是以实现自我价值为核心，通过个人地位、收入等外在表现来证实的。

这些个人价值实现的思想产生了对个人成长、企业发展、社会进步很不利的影响。

一切向钱看、一切以自我为中心、高跳槽率、高流动率、对企业和社会的冷漠、社会价值观的淡化等都是个人价值观极端的表现。

在过分强调个人价值时，职场人士往往忽视了企业需求、社会需求和国家需求，失去了敬业爱岗、尽忠职守、尽职尽责、自律守法等工作准则。

只要是不符合个人利益的事情，就存在不过问的消极心理或排斥心理；有的人手中拥有一定权力时就想尽一切办法为个人捞点好处，最后触犯了法律而身陷牢狱，葬送了自己的大好前程；有的人自以为身处高位就在同事和下属面前趾高气扬、作威作福，对任何事情都指手画脚、横加批判，等等。

应该说，这一切都是来自于不正常的、极端的个人价值观念。

作为职场人士，每个人都承担着一定的管理工作职责，无论是车间里最小单位的班组长，还是大型企业里的总裁、董事长。

很多企业都头疼于年轻人尤其是刚刚毕业的大学生思想非常漂浮不定，工作中没有积极的心态，经常频繁地调动工作，发生一点小事就消极对待工作或与公司对立，导致很多企业尤其是中小型企业很怕招聘应届毕业生，认为应届毕业生是承担不起、培养不起、得罪不起的，干脆以后就不招聘应届毕业生了。

对于某些企业而言，如何提高员工的素质，如何灌输正确的工作理念，如何培养员工认同企业的文化和价值观，如何使员工形成对企业、团队、合作、竞争等的正确理解，如何降低员工管理风险成本，如何规避员工一些不道德、不职业的行为给企业造成的损失，是令人非常头疼的事情。

在面对职场人士实现个人自我价值的观念导向和来自企业强化企业管理、保证企业利益、提升企业运作效率的需求相碰撞时，尤其是当两种需求无法有效对接时，各种各样的问题就产生了。

在这种情况下，许多人都在苦苦思索着究竟什么是职业者成功的标准，成功的衡量标准究竟是什么，企业和个人究竟需要依靠什么来维系良好的关系，什么因素才能使职场人士的职业生涯永葆青春。

苦苦追索过程中，笔者发现原有的职业素养、职业化精神、职业生涯规划等方面的理论和操作体系已经难以满足职场人士的需求。

只有最终归结到一点时，才能得出答案。

而这个答案就是职业品牌。

职业品牌才是职场人士规划自己生涯时的最终标准，是与企业和谐共进、共谋发展的最终关系点。

如果“职业品牌”的理念能够被广泛接受，行为体系能够被执行，则将有效帮助企业解决员工有可能的问题行为，使企业更加容易管理员工，从而解决企业非正常因素的人力成本机会过高的问题。

愿本书成为职场人士在职业生涯发展过程中的好伴侣，助力职场人士找到职业成功的金矿！

刘德良2007年12月

<<职业品牌>>

内容概要

这是一个“职业品牌”迅速崛起的时代、一个“职业品牌”英雄辈出的时代、一个“职业品牌”得以最大程度彰显的时代，没有职业品牌只会湮灭在无数的职业者中间而一无所获。因此，职业品牌是职业人士最宝贵、最核心的资产。拥有较高知名度和美誉度的职业者，不仅可以获得更多企业的关注和青睐，获得更高的职业地位和社会地位，从而成就职业巅峰，而且对所服务的企业也有着巨大的推动作用。本书不仅是职场人士在职业生涯发展过程中的好伴侣，同时也可作为企业培训员工的教材，助力职场人士找到职业成功的金矿。

<<职业品牌>>

书籍目录

专家推荐序 个人品牌时代的生存法则前言第一章 职业品牌，职业人士的金矿职业品牌是职业人士的金矿职业品牌的九大核心要素你有职业品牌吗第二章 职业品牌的价值职业品牌的六大核心价值职业品牌与企业品牌的四个关系职业品牌对职业生涯发展的三大作用职业品牌与创业第三章 职业品牌管理的五个维度第一维度：个人与企业第二维度：个人与同事第三维度：个人与客户第四维度：个人与商业伙伴第五维度：个人与公众第四章 职业品牌培育的六个步骤第一步：知识与能力第二步：态度与精神第三步：风度与仪表第四步：行为与活动第五步：成果与记录第六步：传播与推广第五章 职业品牌提升的十个核心事项第一：不放过任何一个销售企业的机会第二：不放过任何一个销售自己的机会第三：不要为自己树敌，自己是惟一的敌人第四：主动承担重任第五：远离危险企业第六：永远尊重你的职业贵人第七：勇于适应变革，并推动变革第八：勇于承担责任第九：永远满怀激情和勇气第十：事业第一，薪水第二第六章 阻碍职业品牌提升的九个消极因素第一：惰性和懈怠，缺乏创新和危机意识第二：恶意对待客户和合作伙伴第三：散播企业和上级的坏消息第四：排挤优秀同事，或虚伪拍马屁第五：采取虚假手段伪造业绩第六：向同事和上级隐瞒事实第七：利用公司资源为己牟利第八：索取和收受贿赂第九：快速而频繁跳槽第七章 企业，请打造你的品牌职业团队职业团队品牌是企业品牌重要的组成部分如何打造品牌职业团队附录读后感一读后感二读后感三

章节摘录

第一章 职业品牌，职业人士的金矿职业品牌是职业人士的金矿在每个人的职业生涯发展中，都会产生各种各样的困惑，有来自于对个人成长的困惑，有来自于对职业规划的困惑，有来自于对行业和企业选择的困惑，有来自于如何在所服务的企业工作的困惑，有来自于个人地位和收入的困惑。这些困惑时时刻刻围绕着我们、停留在我们的脑海中，表现在工作中则产生种种不利于个人、企业以及社会进步的消极或负面的影响，也使我们迷失了发展方向和目标。

我们不停地思考，究竟我们在追求什么？

我们应该如何追求？

我们能否实现我们的追求目标？

我们的追求目标如何与企业、社会的目标相协调？

对于职场人士来说，无论是刚刚从象牙塔里走入工作岗位的莘莘学子，还是已经在职场中经过风雨的白领人士，亦或已经取得一定成就的中高级职业经理人，都会面临着短期的、中期的、长期的个人发展难题。

这些难题就像“哥特巴赫猜想”，好像永远难以找到正确的答案，永远那么神秘，难以窥到真谛。

很多人在职业生涯发展中不知道应该如何发展自己，如何处理与企业、同事、客户的关系，如何避免自身形象的受损，如何获得企业与社会认同，如何提高个人价值。

我们看到很多人在迷惑中徘徊，更多的人在思考中探索。

为什么一些职业人士能够获得比一般职业人士更高的收入，能够得到更快的提升，能够获得上级和同事的喜爱，能够获得客户的认同和支持，能够将影响力扩大到所在的行业以及延伸到更大范围的社会公众，能够广泛地被认同和欢迎，而大多数职业人却只能缓慢地等待着收入和职位的提升，局限在自己的办公室里，局限在只能被身边的同事和上级关注。

为什么一些优秀的职业人士能够享受到更多物质、精神的满足，而相当多的职业人却只能为了生活疲于奔命，丝毫感受不到工作和职业的乐趣。

为什么一些优秀的职业人士能够持续不断地发现职业乐趣，能够不断创造和开拓自己人生发展的春天，而相当多的：职业人却天天处于一种懈怠、疲惫的状态之中。

后记

读后感一把自己经营成品牌，特别是职业品牌。

打造金质品牌人生，结合实际，来得切肤，是作者这么多年品牌研究与营销经验的分析结晶。

为别人创品牌，不如给自己做品牌。

自己的任何行为都在为自己创造个人品牌价值，最终的表现形式是别人对自己的评价和理解。

《职业品牌》一书结合很多实际的新鲜案例，能让读者吸收更充分，各个步骤分析得细致全面，是一部适合职业人士的好作品。

孟杨TakaYang中国民间资本网副总裁2007年12月

<<职业品牌>>

编辑推荐

《职业品牌:职场成功的最高准则》不仅是职场人士在职业生涯发展过程中的好伴侣,同时也可作为企业培训员工的教材,助力职场人士找到职业成功的金矿。

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>