

<<别说你懂职场心理学>>

图书基本信息

书名：<<别说你懂职场心理学>>

13位ISBN编号：9787514604139

10位ISBN编号：7514604138

出版时间：2012-5

出版时间：中国画报出版社

作者：郭俊龙

页数：265

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>

<<别说你懂职场心理学>>

内容概要

本书将各种经典的心理效应、定律与职场中最常见的现象结合起来，分析多种职场现象产生的心理因素，并总结出了与之对应的解决问题的心理技巧，通过阅读本书，你可以了解到如何与面试官、上司、同事、下属、客户等周围最常见的人相处，懂得如何洞察他们的内心，并自信地处理好与他们的关系；可以有一个良好的工作心态，轻松应对工作中各种心理问题；可以摸清职场攀升的关键所在，一步步走上职场生涯的巅峰。

<<别说你懂职场心理学>>

作者简介

郭俊龙，知名心理咨询师，心理学博士。
主要研究方向为理论心理学和军事心理学，近年来，在各类刊物发表论文30余篇，主编和参编著作10余部

<<别说你懂职场心理学>>

书籍目录

- 第一章 瞬间提升面试官对你的好感——求职面试实用心理学
 - 首因效应：学会包装你自己，这并不是欺骗
 - 自己人效应：把面试官当成“自己人”
 - 名片效应：寻找与面试官及面试公司的共同点
 - 心理换位：要想公道，打个颠倒
 - 晕轮效应：向招聘官展示你闪光的一面
 - 皮诺曹效应：诚信才是求职成功的敲门砖
 - 近因效应：最后一关往往具有决定意义
 - 超限效应：自我展示要适可而止，小心过犹不及
- 第二章 老鼠爱上猫——和老板搞好关系的实用心理学
 - 刺猬法则：与领导保持适当的距离
 - 拆屋效应：不要拒绝看似不能完成的任务
 - 反馈效应：及时让老板了解你的工作进展
 - 手表定律：如何在“多头管理”下巧妙周旋
 - 海格力斯效应：怨恨领导，吃亏的只会是你自己
 - 巴纳姆效应：老板的理想不一定就是你的理想
 - 老鹰效应：发光要趁早，让老板意识到你的存在
 - 邀功心理：邀功要讲究技巧，小小心得不偿失
 - 羊群效应：凡事要有主见，不做唯唯诺诺的平庸者
- 第三章 同事非冤家——受同事欢迎的实用心理学
 - 安泰效应：依靠团队的力量，单打独斗成不了气候
 - 泡菜效应：多和优秀同事在一起
 - 瀑布效应：你说时或许无心，别人听时却可能有意
 - 竞争优势效应：合作才是王道
 - 破窗效应：对不怀好意的同事不能过分忍让
 - 阿伦森效应：别让自己的形象慢慢变差
 - 懒蚂蚁效应：不要得罪貌似平庸的同事
 - 吃独食心理：与同事分享成功与荣耀
 - 彼得原理：不要抢不属于自己的功劳
- 第四章 学会操控下属的心——让部属甘心卖命工作的实用心理学
 - 热炉法则：该惩罚时不能手软
 - 罗森塔尔效应：激励你的下属
 - 肥皂水效应：不妨“哄一哄”你的下属
 - 软化效应：学会尊重和欣赏你的下属
 - 鲑鱼效应：有效激励你的下属
 - 酒与污水定律：一个烂苹果会毁掉一箱子的好苹果
 - 驴子与青草效应：掌握提升下属的玄机
 - 贝尔效应：敢于用比自己强的人
 - 禁果效应：巧用下属的逆反心理
 - 霍桑效应：让下属的不满情绪得以发泄
 - 法厄同行为：妄自尊大的领导最惹人厌
- 第五章 和客户谈一场心理“恋爱”——让客户满意的实用销售心理学
 - 开场白效应：如何迅速抓住客户的心
 - 哈默定律：天下没有坏买卖
 - 跨栏定律：不断为自己树立销售目标

<<别说你懂职场心理学>>

250定律：让客户帮你宣传，让客户带来客户

伯内特定律：占领客户的头脑，才能占有市场

登门槛效应：成功需要一步一步来

凡勃伦效应：抓住消费者的感性心理

好奇心效应：用创新抓住客户的猎奇心

品牌效应：维护和利用自己公司的品牌

斯通定律：将客户的拒绝当做一种享受

费斯诺定律：多倾听客户的声音，倾听比说更重要

第六章 我工作，我快乐——职场达人的快乐工作心理学

踢猫效应：工作要有好心态，不要成为坏情绪的传播者

异性效应：男女搭配，干活不累

鲁尼恩定律：笑到最后，才是真正的胜利者

塞里格曼效应：对绝望说“不”

马太效应：正面积极的形象具有强大的吸引力

酸葡萄与甜柠檬心理：学会接受职场中的不公平

延迟满足效应：克制欲望，学会抗拒诱惑

鸵鸟效应：拒绝借口，不做职场中的奴隶

80/20法则：做事情要有主次之分

第七章 人生可以走直线——职场攀升实用心理学

蘑菇定律：职场不相信眼泪

半途效应：频繁跳槽是一种错

特里法则：不要为自己犯的错误找借口

瓦拉赫效应：做好你的职业定位

青蛙效应：别做温水中的青蛙

累积定律：成功需要不断累积

一二七法则：走自己的路，让别人去说吧

毛毛虫效应：打破常规，尝试用新方法去解决问题

责任分散效应：责任感让你成为老板心目中不可替代的人

马蝇效应：不断为自己寻找新的挑战

多一盎司定律：多一点点就成功

<<别说你懂职场心理学>>

章节摘录

首因效应：学会包装你自己，这并不是欺骗。在心理学上有一个关于第一印象的定律，叫首因效应，指当人们第一次与某物或某人接触时会对其留下深刻印象。

第一印象一旦建立起来，对后面获得的信息的理解和运用有着强烈的定向作用。

有这样一个故事：一个市场营销专业的毕业生正急于寻找工作。

一天，他到某销售公司对总经理说：“你们需要一个销售主管吗？”

“不需要！”

“那么助理呢？”

“不需要！”

“那么普通的销售人员呢？”

“不，我们现在什么空缺也没有了。”

“那么，你们一定需要这个东西。”

说着他从公文包中拿出一块精致的小牌子，上面写着“额满，暂不雇用”。

总经理看了看牌子，微笑着点了点头，说：“如果你愿意，可以到我们业务部门工作。”

这个大学生通过自己制作的牌子表达了自己的机智和乐观，给总经理留下了良好的“第一印象”，引起其极大的兴趣，从而为自己赢得了一份满意的工作。

这就是“首因效应”的微妙作用。

为了揭秘首因效应的奥秘，心理学家设计了一例较为典型的心理实验：心理学家让两组被试者同看一张照片。

他对甲组说，这是一个屡教不改的罪犯；对乙组说，这是位著名的科学家。

他让两组被试者看完后分别描述这个人的性格特征。

……

<<别说你懂职场心理学>>

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>