

《从新丁到骨干》

图书基本信息

书名：《从新丁到骨干》

13位ISBN编号：9787500852285

10位ISBN编号：7500852282

出版时间：2012-7

出版社：中国工人出版社

页数：178

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《从新丁到骨干》

内容概要

本书通过鲜活的案例和详尽的测评，为入职的新员工提供行动方案，帮助新员工在入职之初建立良好的职业习惯，了解自己的岗位，坚守职业道德，认同企业文化、树立团队精神，迅速成为企业最需要的人。

《从新丁到骨干》

作者简介

滕宝红，中国大学生就业促进工程项目专家团成员，资深顾问，长期从事管理培训和企业管理工作，有深厚的理论功底和丰富的实践经验。著有《转危为机：制造业脱困之路》《企业自省：解决问题背后的问题》《中小企业班组长培训手册》等管理图书和培训教材。主要培训课程：中小企业班组长培训、中小企业主管培训等。

江美亮，知名企业培训师，具有理学和管理学专业背景。曾担任集团企业市场部、人力资源部经理等职务。在企业员工培训方面具有多年实战经验。曾辅导过任达集团、神州长城建设、金运化工、恒安石油、唐人堂养生连锁等知名企业。主编《市场部作业指导手册》《培训部作业指导手册》等图书。

《从新丁到骨干》

书籍目录

导读：先培训后上岗一、新员工的特征二、对新员工开展培训的目的三、新员工培训课程的安排第一章了解自己的岗位一、岗位的职责二、岗位晋升通路三、岗位的绩效目标四、个人与岗位的差距第二章认识职业道德一、职业道德的定义二、职业道德的内容三、如何提升职业道德修养第三章认同企业文化一、什么是企业文化二、企业文化的载体三、了解所在企业的文化四、融入企业文化第四章树立团队精神一、什么是团队二、什么是团队精神三、如何塑造自己的团队精祠四、职场人际关系的处理第五章注重礼仪礼节一、仪表二、着装礼仪三、表情礼仪四、体态与举止礼仪五、称呼礼仪六、介绍礼仪七、握手礼仪八、名片礼仪九、请教礼仪十、电梯礼仪十一、乘机礼仪十二、电话礼仪十三、会议礼仪十四、拜访礼仪十五、接访礼仪十六、馈赠与答谢礼仪第六章进行有效沟通一、有效沟通的意义二、有效沟通的7C原则.....第七章时间管理第八章工作任务的接受、传达与汇报第九章撰写工作总结第十章工作压力缓解第十一章成本控制常识第十二章品质意识第十三章安全常识参考书目

“讲求经济效益，重视生存的意志，事事谋求生存和发展”，这是日本松下公司的战略决策哲学。北京蓝岛商业大厦以“诚信为本，情义至上”的经营哲学为指导，“以情显义，以义取利，义利结合”，创办三年内营业额就翻了一番，跃居首都商界第4位。深圳华为集团在集中反映本企业文化的《华为公司基本法》中明确提出：华为的追求是在电子信息领域实现顾客的梦想，并依靠点点滴滴锲而不舍的艰苦追求，使自己成为世界级领先企业。由此可见，经营哲学对于企业发展和企业文化构建的重要性。

（二）企业价值观 企业价值观主要反映企业的基本信仰、追求和从事经营管理的基本理念。比如：企业追求什么样的目标，企业倡导什么、反对什么，以什么样的标准判断事物的价值，以什么指导思想进行经营管理等方面的问题。有了这一判断标准，员工就知道什么是重要的，什么是可有可无的，什么是该做的，什么是不该做的，什么是可贵的，什么是要抛弃的。

（三）企业精神 企业精神与企业价值观是紧密相连的，反映企业的优良传统和经营管理中积极的主导意识。企业价值观念及企业精神是员工同结一心、努力工作的精神源泉，也是企业赖以生存和发展的精神支柱，对企业的成败兴衰起着决定作用。企业精神充分体现了企业家的个性和独具的文化底蕴。如：北京同仁堂的“济世养生”，“炮制虽繁必不敢省人工，品味虽贵必不敢减物力”；华为的“狼”性与中兴的“牛”性；大连燃料总公司“燃烧自己，温暖他人”的奉献精神。每个成功企业都有自己独特的企业精神，但大凡成功的企业都有相似的企业精神，内容大致包括：

（1）爱企精神。 （2）创新精神。 （3）竞争精神。 （4）服务精神。 （5）团结精神。 （6）民主精神。

（四）企业道德 企业的道德规范是用来调节和评价企业和员工行为规范的总称。它根源于企业价值观，表明人们对善良与邪恶、正义与非正义、公正与偏私、诚实与虚伪、美与丑等问题的基本看法，并以此为标准评价员工的行为，调整企业与员工以及员工与员工之间的关系，在员工、企业之间形成良好的企业风尚。中国老字号同仁堂药店之所以三百多年长盛不衰，就在于它把中华民族优秀的传统美德融于企业的生产经营过程之中，形成了具有行业特色的职业道德，即“济世养身、精益求精、童叟无欺、一视同仁”。

（五）企业形象 企业形象是企业通过外部特征和经营实力表现出来的，被消费者和公众所认同的企业总体印象。由外部特征表现出来的企业形象称为表层形象，如招牌、门面、徽标、广告、商标、服饰、营业环境等，这些都给人以直观的感觉，容易形成印象；通过经营实力表现出来的形象称为深层形象，它是企业内部要素的集中体现，如人员素质、生产经营能力、管理水平、资本实力、产品质量等。……

《从新丁到骨干》

编辑推荐

工会及企业员工培训畅销书。 简单直接的方法，让新员工快速适应新环境，转变新身份；新颖特别的策划，让新员工确定职业目标，收获职业梦想；系统科学的培训，为企业培养新员工，留住新员工；合理有效的方案，为企业成就新员工，凝聚新力量。

《从新丁到骨干》

精彩短评

1、分的类别还不错，基本上涵盖了新员工培训的所有内容

《从新丁到骨干》

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:www.tushu111.com