

<<员工激励>>

图书基本信息

书名：<<员工激励>>

13位ISBN编号：9787501973675

10位ISBN编号：7501973679

出版时间：2010-1

出版时间：中国轻工业出版社

作者：杨东

页数：336

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>

<<员工激励>>

前言

在外做企业项目和员工激励相关培训的时候，经常与一些老总、人力资源总监和做管理的朋友们进行交流，给我印象最深的则是他们的感慨：“现在的员工不好管理，尤其是不能很好地进行有效激励”，“我们为他们做了那么多，客观上比很多企业要做得更人性化，可员工就是不领情，他们甚至觉得这是我们应该做的”，“现在的这些年轻员工真不知道他们到底需要什么？”

”，“真奇怪，我给他们发了在同行业内较高的薪资，可他们工作的积极性还是上不来”，“以前行之有效的激励措施对于现在的年轻人来说，怎么就起不了作用呢！”

”……这一困惑不仅让我想起20世纪90年代之前的那段时间，当时企业只需要设置一定的物质奖励，少许的金钱甚至是毛巾、香皂这样的小奖品都能很好地激励员工，而现在别说这些小奖品了，就是一定量的金钱都未必能够起到应有的激励效果。

这是为什么呢？

那么现在的员工又需要什么样的激励呢？

随着我国经济的进一步发展，市场对员工的知识 and 技能要求也越来越高，这也对企业管理人员原有的管理知识和技能提出了更高的要求。

尤其是随着高校扩招，大量的高校毕业生进入企业工作。

他们年轻有知识，但同时他们对企业和工作的要求也与传统的员工有着较大的差异。

<<员工激励>>

内容概要

本书从不同的层面、不同的角度系统地分析了员工的激励问题。

全书共分为四篇：基础篇首先系统地介绍了激励的基本思想、心理学基础和三大类激励理论，然后介绍了影响激励的组织内部环境；应用篇从外部动机、社会性动机和内部动机的角度，系统地介绍了员工激励理论在企业管理中的具体应用；实践篇以目标管理、职业生涯发展、薪酬管理和组织文化建设这四个在企业实践中的常用管理方法为载体，详细介绍了员工激励在企业管理中的具体实践；综合篇从三种不同类型的员工特点出发，详细分析了三类员工的综合型激励方法。

本书既适合于应用心理学、人力资源管理以及经济管理类的相关专业的学生作为教材使用，也适合于有一定实践经验和想从事人力资源管理、企业管理的人员阅读。

<<员工激励>>

作者简介

杨东，心理学博士，南京大学企业管理博士后，西南大学心理学院副教授、硕士生导师、应用心理系主任。

日本广岛市立大学客座研究员，重庆社会心理学会常务理事、管理心理与人力资源管理专业委员会主任，国家一级人力资源管理师，企业EAP咨询师。

目前已在国内外专业学术期刊上发表论文30余篇，主持和主研国家级、省部级项目10余个，主编专著和教材5本，获得省部级、校级奖励10余项。

曾为国内四十多家著名企事业单位提供过咨询和培训服务。

<<员工激励>>

书籍目录

第一章 激励的基本思想 第一节 激励的基本知识 第二节 激励的心理学基础 第三节 人性假设与激励
第二章 激励的理论 第一节 外在诱因激励理论 第二节 内驱力激励理论 第三节 自我调节激励理论
第三章 激励的内部组织环境 第一节 组织发展、变革与激励 第二节 组织文化与激励 第三节 激励的组织行为
第四章 外部动机与激励 第一节 外部赏罚与动机激发 第二节 外部赏罚与行为矫正 第三节 表扬和批评的艺术
第五章 社会性动机与激励 第一节 交往需要与动机激发 第二节 尊重的需要与动机激发 第三节 群体气氛与动机激发
第六章 内部动机与激励 第一节 认知需求与动机激发 第二节 自我实现与动机激发 第三节 主体性与动机激发
第七章 目标激励 第一节 目标激励概述 第二节 目标管理 第三节 目标激励管理的实施方法与技巧
第八章 发展激励 第一节 发展与职业发展概述 第二节 员工的职业生涯发展设计 第三节 员工的职业生涯管理
第九章 薪酬激励 第一节 薪酬激励概述 第二节 激励性薪酬的设计 第三节 薪酬管理的操作方法与技巧
第十章 组织文化激励 第一节 组织文化激励的作用机制 第二节 组织文化塑造 第三节 组织文化的建设实例与分析
第十一章 知识型员工的激励 第一节 知识型员工激励概述 第二节 知识型员工的需求特点与激励 第三节 知识型员工的激励方法与技巧
第十二章 销售员工的激励 第一节 销售员工激励概述 第二节 销售员工激励的方法 第三节 销售员工的激励性薪酬设计
第十三章 不同文化背景员工的激励 ...
...参考文献

<<员工激励>>

章节摘录

插图：四、现阶段我国企业存在的激励误区现阶段，我国在企业管理方面已经引进了大量西方管理中的激励理论和手段，促进了我国企业管理的发展，然而，在具体实施过程中，依然存在着很多的问题，总的来说有如下几点误区：1 管理意识落后首先，有的企业尤其是一些中小企业，表面上重视人才，但实质上对人才不是很重视，认为有无激励一个样。

这些企业就需要革新自己的陈旧观点，把人才当作一种资本来看，注重挖掘人的潜力，重视激励机制的健全，否则，必然会遭市场淘汰。

还有的一些企业，口头上表示重视人才，但行动上却还是以往的一套。

这些企业管理思想落后，员工很难有高的积极性。

其次，许多企业认为激励就是奖励。

这是企业中普遍存在的一个误区。

管理者也要认识到仅仅有奖励是不够的，奖励的同时要与一定的约束机制相结合。

因为被剥夺有时候也可以激起员工的紧张状态，使其产生较高的积极性。

企业的一项奖励措施往往会使员工产生各种行为方式，但其中有的部分却并不是企业所希望的。

因此，适当的束缚措施和惩罚措施就很必要。

奖励正确的事、约束错误的行为才是正确的管理之道。

不少企业看到别的企业有激励措施，自己便“依葫芦画瓢”。

合理的借鉴是必须的，但很多企业只是盲目地照搬。

此外，有人认为激励的强度越大越好。

其实，这也是一种错误的观点，凡事物极必反，激励也是这样。

过度的激励就会给员工过度的压力，当压力超过员工承受力的时候，结果是可想而知的。

所以说适当的激励才会有积极意义。

激励的有效性在于员工的需要。

只有立足本企业员工的需要，激励才会有积极意义。

所以，要避免盲目激励，就必须对员工的需要做科学的调查分析，针对这些需要来制定本企业的激励措施。

<<员工激励>>

编辑推荐

<<员工激励>>

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>