

مدیریت زمان

راهنمای جامع

سونیا کی. تیلور

ترجمه:

جمال روشن زاده

سارا امیرحصاری

www.ketab.ir

سرشناسه

تیلور، سونیا کی.

Taylor, Sonia K

عنوان و نام پدیدآور

مدیریت زمان: راهنمای جامع/سونیا کی. تیلور؛ ترجمه جمال روشن‌زاده، سارا امیرحساری.

مشخصات نشر

مشهد: دیده‌بان قلم فرتاک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری

۱۸۵ ص: ۵/۲۱×۵/۱۴ س.م.

شابک

۴۰۰۰۰۰ ریال: ۹-۲-۹۸۵۹۶-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی

فیپا

یادداشت

عنوان اصلی: TIME MANAGEMENT: The complete guide, ۲۰۲۱.

موضوع

مدیریت زمان

موضوع

Time management

موضوع

موفقیت

موضوع

Success

موضوع

هدف و هدف‌گزینی (روان‌شناسی)

موضوع

Goal (Psychology)

موضوع

برنامه‌ریزی - جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع

Planning -- Psychological aspects

شناسه افزوده

روشن‌زاده، جمال، ۱۳۶۰ - مترجم

شناسه افزوده

امیرحساری، سارا، ۱۳۷۰ - مترجم

رده بندی کنگره

۶۹HD

رده بندی دیویی

۱۱/۶۵۰

شماره کتابشناسی ملی

۸۴۳۱۷۰۰

اطلاعات رکورد کتابشناسی

فیپا

نام کتاب: مدیریت زمان (راهنمای جامع)

سونیا کی. تیلور

ترجمه: جمال روشن‌زاده، سارا امیرحساری

ناشر: دیده‌بان قلم فرتاک

طراح جلد: فاطمه وحدتی

ویراستار و صفحه‌آرا: حامده حاجی ابراهیمی

قطع: رقعی

تعداد صفحه: ۱۸۵ صفحه

نوبت چاپ: اول / تابستان ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹-۲-۹۸۵۹۶-۶۲۲-۹۷۸

بها: ۴۰۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

مقدمه	۱۳
فصل اول: هنر مدیریت زمان: سازمان دهی خود	۱۵
برنامه ریزی پیشرفته	۱۶
سه عامل اصلی را برای سازمان شخصی ایجاد کنید	۲۳
فصل دوم: ایجاد یک سیستم مستحکم مدیریت زمان و دستیابی به موفقیت	۲۷
خودشناسی	۲۸
ارزیابی نقاط قوت و ضعف	۲۹
اهداف خود را نام گذاری کنید تا مسیری مشخصی را به شما نشان دهند!	۳۱
برای لحظات خود یک ارزش پولی تعیین کنید	۳۲
شناسایی سرعت خود برای رسیدن به قلمرو	۳۳
پیروی از یک سیستم	۳۵
برنامه ریزی زمان و ایجاد یک روند مستمر	۳۵
سازمان دهی محیط پیرامون خود	۳۶
غلبه بر موانع مدیریت زمان	۳۷
برقراری ارتباطات مؤثر	۳۷
وقفه‌هایی بیهوده	۳۸
تحت کنترل درآوردن وقفه‌ها	۳۹
تصمیم‌گیری: فقط انجام بده!	۴۰
ارائهی خدمات ضمن ایجاد حدود مرزها	۴۱
ایجاد تعادل میان کار و زمان با خانواده و دوستان	۴۲
زمان‌بندی تعاملات با همکاران و مشتریان	۴۴
حفظ روحیه‌ی بالا	۴۵
فصل سوم: پیوند میان مدیریت زمان و اهداف زندگی	۴۹
درک دلیل مستند کردن اهداف	۵۰
نگارش ۵۰ هدف هیجان‌انگیز	۵۳

۵۶	به دنبال چه چیزی هستید؟
۵۷	به دنبال دیدن چه چیزهایی هستید؟
۵۸	به دنبال انجام چه کارهایی هستید؟
۵۹	به دنبال بخشش چه چیزهایی هستید؟
۶۰	دوست دارید که تبدیل به چگونه شخصی شوید؟
۶۲	برچسب‌زنی و ایجاد تعادل میان ۵۰ هدف هیجان‌انگیز
۶۳	تخصیص یک چارچوب زمانی برای هر هدف
۶۶	دسته‌بندی اهداف خود
۶۸	تعیین ۱۲ هدف مشخص برای شروع
۶۹	محدود کردن لیست اهداف
۶۹	مشخص کنید که چرا ۱۲ هدف اصلی برای شما مهم هستند!
۷۲	تعیین دقیق نیازهای منابع
۷۳	تأمین مالی: ایده‌ای در رابطه با منابع مالی
۷۴	ارتقای سطح درک خود
۷۴	تکمیل مجموعه‌ی مهارت‌های خود
۷۵	جلب توجه نسبت به منابع انسانی
۷۹	فصل چهارم: کار کردن از خانه
۷۹	درک خود و محیط پیرامون خود
۸۲	آیا کار کردن از خانه برای شما مناسب است؟
۸۴	بررسی نکات مثبت و منفی یک دفتر کار خانگی
۸۸	تعیین ملزومات محیط کار
۸۹	انتخاب تجهیزات مناسب
۹۰	بیش از یک میز و صندلی
۹۱	دسکتاپ‌ها، لپ‌تاپ‌ها، اسکرین‌ها و دیگر ابزارها
۹۴	روشنایی و میزان صدای محیط را تنظیم کنید
۹۵	کار کردن از خانه
۹۷	مقابله با وقفه‌های خانگی
۹۸	کار کردن در خانه همراه با بچه‌ها

۱۰۰	احساس جدایی از دنیای کسبوکار
۱۰۳	فصل پنجم: استفاده از فناوری
۱۰۴	استفاده از برنامه‌ریزی الکترونیکی
۱۰۵	مزایای اشتراک‌گذاری تقویمی ابزارهای برنامه‌ریزی الکترونیکی
۱۰۷	کاربرد برنامه‌ریزان قابل‌حمل
۱۰۹	تنظیم رایانه‌ی شخصی یا تبلت (و حفظ آن)
۱۰۹	نام‌گذاری فایل‌ها و سازمان‌دهی آن‌ها با یک ابزار الکترونیکی
۱۱۰	شما معمولاً چگونه باید به اطلاعات خود دسترسی پیدا کنید؟
۱۱۳	اسناد خود را برای چه مدت باید نگهداری کنید؟
۱۱۴	چگونه می‌توانید فایل‌های جدیدی ایجاد کنید؟
۱۱۵	حذف بهانه‌ها در نتیجه‌ی بایگانی کردن یا حذف اسناد
۱۱۸	ذخیره‌ی استراتژیکی فایل‌های جدید
۱۱۹	مدیریت اطلاعات ارتباطی با استفاده از سیستم مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲۱	جستجوی نرم‌افزارها و خدمات
۱۲۲	آزادسازی قابلیت‌های یک برنامه‌ی مدیریت ارتباط با مشتری
۱۲۲	طبقه‌بندی مشتریان
۱۲۵	بیان یکباره‌ی طبقات هدف
۱۲۵	جای دادن تماس با مشتری در یک سیستم خودکار
۱۲۷	ایجاد پروفایل‌های مؤثر برای مشتری
۱۳۱	فصل ششم: از فناوری استفاده کنید تا در زمان خود صرفه‌جویی کنید
۱۳۲	زمان‌بندی همه‌چیز است: کنترل زمان خود را در دست بگیرید
۱۳۳	انتخاب گزینه‌هایی در ارتباط با فناوری
۱۳۴	خودکارسازی به جای جایگزینی
۱۳۶	برقراری ارتباطات مؤثر از طریق فناوری
۱۳۷	توجه به گزینه‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی
۱۳۸	استفاده از فیس‌تایم، اسکایپ و دیگر سیستم‌های ارتباطی ویدئویی
۱۳۹	تعامل از طریق بسترهای آنلاین جلساتی
۱۴۵	ابزارهای فناوری سازمانی

مقدمه

زمان تنها منبعی است که انسان نمی‌تواند قرض بگیرد، خرید یا معامله کند. زمان از قانون عرضه و تقاضا پیروی نمی‌کند: اگر میزان نیاز بیش‌ازاندازه افزایش یابد، میزان عرضه نیز به همان اندازه در راستای تأمین تقاضا افزایش می‌یابد. افراد می‌توانند زمان زیادی را صرف رسیدن به نتیجه‌ی دلخواه خود کنند؛ اما به همه یک میزان زمان مشخص اختصاص داده شده است: ۸۶۴۰۰ ثانیه.

توانایی شما در استفاده از این زمان یکی از دو عامل مهم موفقیت یا شکست در طول زندگیتان است. با صرف بخش بزرگی از زمان برای برخی نیازها، اهداف یا شاید نقاط ضعف، ممکن است بتواند تعادل را در راستای موفقیت شما تنظیم کند.

در طول زندگی نیاز دارم تا در برخی از نگاه‌های موجود جهت رقابت در زمینه‌ی بازار از زمان بیشتری برای رسیدن به موفقیت استفاده کنم. به‌طور قطع، من قدرت روانی بالای خود را در مقایسه با رقبای خود به‌صورت مجانی و رایگان به دست نیاورده‌ام.

در عوض، عزم و اراده‌ی من جهت صرف زمان بیشتر روی فعالیت‌های خاص یا به‌کارگیری مؤثرتر زمان هنگام فعالیت منجر به این کار شده است. زمانی که شما زمان زیادی را روی کار خود صرف می‌کنید، ممکن است در محیط کار خود موفق شوید؛ اما در زندگی شخصی خود دچار مشکل می‌شوید.