

管理者角色与定位课程心得体会(汇总5篇)

心得体会是对所经历的事物的理解和领悟的一种表达方式，是对自身成长和发展的一种反思和总结。那么心得体会该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。以下是小编帮大家整理的心得体会范文，欢迎大家借鉴与参考，希望对大家有所帮助。

管理者角色与定位课程心得体会篇一

昨天下午，企业（公司）安排了一堂《管理者的角色与定位》培训。主讲是来自某咨询企业（公司）的总。总以实战为主，理论很少。主要以自己的亲身管理体会来给我们传授经验。总讲了一个亲身经历：他被猎头空降到一家企业，做xx多个人的团队管理。到企业（公司）后，先整理了团队。原先团队有几个主管，总认为xx几个人还要什么主管。过了个把月就把主管给撤了。然后制订了一整套工作流程。所有的事情，都由他来统筹全局。在半年之后，团队的业绩逐渐出色。当团队进入一个状态之时，总每天只需要上两个小时的班。除了周末的例会时候检查下业绩，不好的话，可以破口大骂的训斥。具体两个小时肯定就是处理些大小事物。其他时间，就回去打麻将或干其他事情。老总找到他谈话，总说，我们团队的业绩在这一年中比以前有什么样的变化。老总说，变化很大。业绩达到前所未有的提升。那总说你还管我干什么。老总也就不再干涉了。

随后总给我们讲了战略，流程，执行等，还有职业素养，管理能力，专业技能，领导能力等等知识点。

整个一个总的亲身案例，使我想了很多很多。包括之后的这些理论加实践的知识点。我都统筹思考了。首选肯定的是，总是一个成功人士。之所以总能够站在台上给我们演讲，那么肯定有他独到之处。而从他的案例中，我却产生了多个不

同的看法和疑点。

最先。总被空降的一家企业，最先做的是整顿团队，撤掉主管。集大权于一身，统筹全局，指点江山。那么，总能力达到了这个地步，可以这样统一计划。是不是真的有个固定流程就可以将业绩提升。是不是真的就是每天处理一些紧急事务就可以上两个小时班。把主管撤掉后，所有的事情都由总一个人来管理。总的能力是在逐渐的提升，身价也在逐渐的提升。可是是，假如，总有一天离开了这个企业，那么我给企业留下来的是什么。仅仅是一个固定的工作流程吗。主管都撤掉了，谁来接替我的岗位。还要老总再花重金去猎头空降吗。人走了，留下了什么。这个是一个职业经理人必须要考虑的问题。

其次，总每天只上两个小时班，老总找到后，有业绩来证明。有点类似于谷歌企业（公司）的一个高级职业赤臂上班一样，在办公室可以有权利上身不穿衣服上班。因为他有资本，有成绩。在企业都有包容个性的’深度，可是包容也是有限度的。当一个职业经理人连基本的上班时时间都不保证，业绩再高，我们怎样去认同这个人。在一个找不到领导的团队，怎样才能更上一层楼。在本企业业绩是很高了，在本行业呢。在全行业呢。比着别人，差距难道就是在打麻将中得到的吗。如果我们将的时间放在工作中，会不会将业绩提的更高。会不会成为一个行业的佼佼者。时间管理意识怎么给我们强化呢。

再者，两个小时处理事情，在周末例会检查任务。如果做不好，会给予批评甚至骂他们。现代管理理论中，骂员工已经不再提倡。批评员工也要讲究方法。如果处理不当，谁知道员工心理是什么样的承受力。富士康员工跳楼事件难道我们还不能借鉴。零容忍是可以，强压式工作也可以，可是是心理教育是必须的。

以上是对总的案例说的我个人的见解。另外，对总出任我们企业（公司）的培训讲师。我们非常的高兴。能将自己的人

生经历讲给我们听，这个我们值得我们学习的。对于这次培训准备，我有个人的几点看法。总对我们企业（公司）文化了解不深。在他的行业可以做的事情或他的人生经历，并不一定在我们行业适合。

xx总讲的一些话，太现实。有时候，给员工不应该太给予现实说法。赚钱，掌权。权利可以赚的钱等等。这个可能是对我们现状的业务转管理有一定的好处。可是掌权后能否做好还是另一说。作为一名培训师，给我们的感染力不够强烈。

听了一个小时半的课程，也从里面学到了很多，以上的思想，是我依照人性心理方面，很可能会给我们员工造成的一个误导，有必要在这说下个人见解。不一定对，仅作参考。

管理者角色与定位课程心得体会篇二

有人说“做一个好的管理者难，做一个受人尊敬、爱戴的管理者更难。做一个完美的、有效的管理者难上加难”，但要说，只要你找准了自己的定位，把握住了做事的原则，能够最大限度地用人所长，应该来讲不太难。

找准自己的定位

管理者应该扮演的角色是什么？我们首先想到的可能是监督者。不错，这是管理者要扮演的许多角色中的一种，但绝对不是唯一的一种。

曾有人这样形容管理者所扮演的角色：管理者是船长、家长、朋友、指挥家、队长、教练,,,。想想，这些都是对的，也都是很形象的比喻。在这些角色之外，想特别提出我们作为管理者的另外一个角色：管理者应该是榜样。

在多年的工作当中发现，公司所存在的问题是：下面的人不

诚实，下面的人不听指挥，下面的人没有安全意识，下面的人素质太差。但很多次，我们发现，下面问题的根源在上面，在我们这些当领导的人没有扮演好我们应该扮演的角色——榜样。

在一本书里看到这样一则故事，在某大学的开学典礼上，学校的校长在黑板上写下了ceo三个英文字母，然后问大家它的意义。所有的人都说“ceo等于首席执行官。校长说：“对，但首席执行官的意义是education”是教育，是培训！”而作为车间主任的我们同样是这样，教育、培训我们的员工、下属是我们作为管理者义不容辞的义务，我们应该给员工一个榜样。帮助他们学习，帮助他们提高。因此我们必须学会扮演教育官的角色。

在这么多的管理者可能扮演的角色里面，什么是对的，什么是错的呢？相信我们扮演的角色并无对错之分，只有合适与否之分。当我们的产品出现质量问题的时候，我们必须是严格的监督者；当我们面临大风大浪时，我们必须是能给员工信心的船长、舵手；当我们面对激烈的竞争时，我们必须是英勇善战的；当我们面对需要我们扶持成长的下属时，我们必须是优秀的教练和导师。

但通常，许多的管理者只善于演好一个角色，不善于扮演其他的角色。例如一个人可能是很好的销售人员（球星），但当你把他提拔起来做销售经理（队长）的时候，他可能表现极差。作为管理者，我们必须学会转换自己的角色；作为管理者，我们必须帮助我们的下属学会转换角色。

通过这次管理培训课程的学习，使我充分认识到作为车间领头人的重要性，作为车间的领导者，不单单是一个管理者，而更重要的是要找到我在车间所扮演的其他角色。

现在，我已经找到了作为一个管理者应该具备的条件，找到了这个目标，我将不断完善自己，不断提高自己，用一切可

能做好车间员工的榜样，让员工和我一起成长。

“想”和“做”是两个概念。如你说你想学习，可是丝毫没有学习的行动，这不能说明你在学习。“授权”与“尽职”同样是两个概念，不是因为你在这个位置上就说明你尽职尽责了，只有你尽职尽责了才证明你确实在这个位置上。

在位就必须尽职，尽职就是承担执行责任，忽视执行责任的管理者是执行力的最大障碍。

一、管理者的角色定位

1. 什么是角色定位

管理工作中管理者必须对自己的角色有一个明确的目标定位，管理者的目标定位是企业管理工作的基础。

2. 角色定位模型

角色定位需要认清自己的位置、认清自己位置的职责、认清竞争者的位置，正视自己、正视社会，不能自欺欺人、狂妄自大，要以强烈的职业意识给自己的事业、未来确定一个角色。

二、角色定位模型应解决的问题

我们要求每一位管理者都应该具有强烈的职业意识，角色定位模型正好替管理者解决了如下六大问题：

1. 希望的位置

是指在你扮演角色的过程中，你的希望如何，你对这个位置还有什么迫切的需要，你能否进行创新，能否在你现在的这个位置上创造出更大的财富，为企业做出更多的贡献。

2. 位置的执行能力

你是否胜任这个岗位，思想上是否做好准备，行为上是否真正地脚踏实地去作，是否为实现这个位置赋予你的权利、义务而做出了努力。

3. 位置的责任即反思在这个位置上你具体的责任是什么，你如何去承担这份责任，你的义务是什么，你可能面对的法律责任，或是道义上的包括企业兴衰的责任又是什么。

4. 你的支援

作为管理者，必然要与相关部门进行沟通，那么相关部门的主要领导者就是你的支援。同样，还有你的家人、朋友、亲戚、上级等等的支援。

5. 你的忍耐

所谓你的忍耐，就是你在为完成你的工作、在你的角色定位前提之下、在承担职位职责的前提之下，应该忍辱负重。

6. 职务行为与定位相配

你的职务行为和你的定位相匹配的过程，就是你在强化自己职务行为的执行力，反思自己职务行为的过程。

三、管理者如何进入角色

1. 角色认知

管理者必须要全身心地进入角色，进入角色的前提是角色认知。所谓角色认知，就是你对这个角色的认识程度、了解程度以及如何去认知。

2. 角色移情

第二点就是角色移情，即当你从事这个职业的时候，你应把对于家庭的情感，或者对自己爱人的情感，转移到对待职业这个角色上来。管理者应该有这个移情的过程，应该像对待至亲至爱的人一样，热爱自己的工作和职位。

3. 行为操作需要决定生存，动机产生行为。在行为操作上，我们要根据动机强烈与否、需求大小与否，给自己设计一套操作行为方式，以便更好地达到目标。

四、管理者的角色

管理者必须深入了解自己的角色，吃透角色。所谓“吃透”，就是不仅从字面上去理解，而要从精神上去理解，为此要从以下四点着手，进行角色分析和剖析。

1. 标准角色

作为一个部门经理，你的标准角色是什么呢？一般企业对管理者的角色要求就是标准角色。

2. 角色扩展

扩展涉及到部门之间的沟通。当你确定了部门角色的时候，你不要忘掉你和其他部门之间的业务往来，不能忽略部门之间的沟通。角色扩展就是指除了对自己的标准角色有所认知之外，还要对其他部门的角色有一个初步的了解和认识。要了解其他部门，配合其他部门工作，更好地完善自己的角色。

3. 角色约束

角色约束是指该说就说，不该说就不能说；该做就做，不该做就不能做。做好你的工作，不要去干涉别人的事情，因为别人已经给自己的角色定位了。当你去干涉别人的时候，只会给别人带来麻烦。我们的企业里还出现过这样的情形，你

的本职工作你没完成，而不是你的工作你却做了，这是企业中形成执行力不到位的主要原因。

4. 角色创新

角色创新是指管理者要通过不断学习掌握新方法、接受新知识，认真领会，改进工作。可以说，角色创新的根本目的，就是更好地执行角色。

五、问题与解决方法

1. 终端的问题就是领导的问题

终端的问题就是领导的问题，员工的问题就是其上级的问题，中层干部的问题其实是决策者的问题。

2. 看不出问题就是最大的问题

看不出问题的人，说明其思维方法、观察力、敏锐力等方面发生都存在一些问题。所以，首先要把遮住管理者眼睛的“叶子”去掉。

3. 重复出现的问题是作风上的问题

不怕问题出现，就怕问题重复出现。重复出现的问题说明管理者的管理能力和工作作风存在问题。

4. 部下素质低不是你的责任，但是不能提高部下的素质是你的责任。

我们应该改变原来对待部下和对待上级的态度。你的部下参加工作一段时间后，其素质还没有提高，你不要向上级抱怨员工素质低，你应该反思自己，你是否帮助过他，你是否培养提高了他的素质。

六、对解决问题的建议

关于解决问题，我们建议这么几条：

1. 进入情况，接受问题

首先我们要正视问题的存在，不要逃避问题，对问题产生的具体状况进行调查，了解其产生的背景。

2. 认清问题，确定目的

认清问题也是分析问题的过程。为问题找原因，这是制定解决方案之前必须采取的措施。通过分析原因，我们才能够明确解决问题的目的和方向。

3. 形成假设，提出策略

任何解决问题的方法并不是万能的，某种策略和手段只能够解决问题的某一方面或者是只能够适应于某段时间，对于解决方案的局限性我们要有清醒的认识，所以在提出问题的解决方案之前，必须先形成假设。

4. 采取行动，验证假设

分析了原因，找到了解决问题的方法，最为重要的就是实施行动，通过看问题能否被有效的解决，来验证分析问题的思路和解决问题的方法的正确性。

5. 根据目的，通盘检查

根据在第一个步骤中拟订的解决问题的思路，需要对分析对象进行通盘检查，防止出现漏洞，达到解决问题的最佳效果。

七、解决问题的路径

最后我们给出解决问题的路径，这个路径有10个步骤。大家解决问题的時候，要按照这10个步骤进行。

具体任务----分析归类----关键问题-----解决问题的方法---
---形成解决问题的设想----深入分析论证----初步结论----
-具体结论----制度与优选方案-----执行。

管理者角色与定位课程心得体会篇三

优秀管理者的角色定位

1. 参谋者的角色

1)参与公司的方针政策制定：树立服务的思想，把工作对象当作自己的客户来对待，深入了解公司的发展战略，积极参与公司各项方针、政策、制度、方案与措施等的制定。

2)提供合理化建议与劝告：以审慎精确的分析与思考能力，参与公司主管或业务部门处理实际业务，并提供合理化建议。

3)辅助主要领导者战略决策：深入“一线”，充分掌握战略计划执行的情况和员工的思想动向，主动将实情反馈给公司主要领导者，辅助其制定新计划、新战略和做出正确的战略决策。

4)推进战略计划的落实与执行：以专业的知识、技能与经验，坚决执行公司战略和具体决策，严抓计划的控制和执行，并落到实处，顺利推进公司战略计划的渗透。

2. 协同者的角色

1)积极协调，和谐环境：主动沟通协调，处理好各方面的关系，争取获得多方面的支持、配合和帮助，实现资源共享，

协调发展。

2)凝聚团队 ， 求同发展：以企业的价值观和共同的奋斗理想，凝聚团队，统一团队的认识和思想，使组织内部上下一心、步调一致，形成同心同德、齐心协力、互助协作的精神风貌。

3)支持同事，携手共进：应尽心尽力地关心、支持和帮助同事，当同事遇到挫折时，不能冷眼旁观，幸灾乐祸；当同事取得成绩时，不能蓄意诋毁，抬高自己。

3. 服务者的角色

1)服务上级，执行坚决：执行计划，反馈实情；坦诚建言，辅助决策。

2)面向下属，关心激励：深入了解下属，尽力帮助他们解决实际困难；鼓励下属不断学习、更新知识结构和改善心智模式，最大限度地发挥创造力；积极引导下属培养积极、开放、沟通的心态，营造健康向上的组织氛围。

4. 负责者的角色

1)恪尽职守：在其位谋其政，全面履行自己的职责。

2)敢于负责：对工作中存在的问题、出现的失误，要勇于承担责任，不能邀功诿过，更不能嫁祸他人。

3)无功即过：要坚定信心，勇往直前，不能谨小慎微，碌碌无为。

5. 学习者的角色

1)养成习惯：要树立终身学习意识，养成良好的学习习惯，使其成为工作和生活中不可或缺的一部分。

2) 博专结合：重点学习专业知识，同时广泛涉猎其他管理知识和人文社会科学知识。

3) 贵在践行：要善于从实践中及时总结经验教训，行以求实，不断丰富自己的知识和经验。

4) 学以致用：学习要与实践相结合，要善于运用学到的知识指导工作。

6. 创新者的角色

1) 发现问题：要善于从成功中发现失误和问题，从失败中发现生机和希望。通过不断发现问题、解决问题，推动个人不断进步，公司不断发展。

2) 持续改进：要善于检讨自己，通过自我反省和倾听别人的意见，了解自己的缺点和不足，不断改进工作。

3) 敢为人先：要树立超越自我、志在领先的意识，善于抓住机遇，勇于开拓进取。

一、领导者—管理事务

中层管理者负责管理科室的各项事务，是医院科室的负责人，是科室的领导者。

二、执行者—贯彻指令

根据医院的战略目标，贯彻执行医院决议与指令，核定科室行动计划，制定具体落实方案。通过各种奖惩方法调动员工的积极性，确保有效执行，完成所带领团队的工作绩效等。

三、联络者—上传下达

中层管理者是医院决策层和操作层的联络者，负责将医院的

指示、精神传递给操作层，并将基层动态反馈给决策层，起着发挥承上启下、上传下达的重要作用。

四、倾听者—观察倾听

在实际工作中，中层管理者还是倾听者，仔细观察倾听患者、员工对工作的评价和要求，从而更容易发现不足，进而改善。做有效的倾听者，中层管理者可以有效避免“当局者迷”。

五、信息员—筛选取舍

在信息时代，及时获取有效信息并迅速做出正确决策，掌握先机，对医院的发展至关重要。而作为医院连接决策层与操作层纽带的中层管理者又充当了信息员的角色。既担负医院内部信息的有效筛选与取舍，又要及时筛选竞争对手的敏感信息，为高层决策提供信息。

六、教练员—辅导成长

每一个中层管理者背后都有一群员工，他们共同组成医院的一个科室。这个科室的所有员工受经验等方面的限制，都不可能快速发展的医疗技术、器材等面前一劳永逸，都需要持续成长去满足工作需要，而大家的成长需要教练员的辅导，中层管理者就要担当起教练员的角色。

七、变革者—变化创新

没有创新，医院不可能持久保持在医疗技术领域的竞争力。而中层管理者，尤其是业务科室的管理者，往往是医院某一学科或领域的技术专家，他们责无旁贷的承担着变革者的角色。在工作中创造出新理论、提出新见解、解决新问题，使医院在变化的形势中，仍然能保持一定的技术竞争力。

八、调解员—处理纠纷

科室内的成员凝聚在一起组成团队，为了医院战略目标而奋斗。但团队成员之间不可避免的存在利益冲突或其他矛盾引起的纠纷。在矛盾纠纷面前，中层管理者自然要设法调解，此时就承担了调解员的角色。

九、谈判者—讨价还价

对上，医院决策层下达的目标任务是否合理，是否在能力范围之内，需要与决策层沟通，必要时候需要“讨价还价”；对下，一方面要想方设法调动员工积极性，另一方面要尽量减少科室人工成本，这时中层管理者务必要承担起谈判者的角色。

十、发言人—发布信息

在适当的时候，中层管理者又承担着医院发言人的角色。加强对外宣传，提高医院知名度等。

医院中层管理者只有正确认识自身角色并进行合理定位，才能充分发挥其作为中层应有的作用，管理起来才能得心应手。

管理者角色与定位课程心得体会篇四

在课程中杜晶晶讲师讲到，在工作中作为一个普通员工会把网点管理者的要求做一个标尺，上级行虽然给我们下达了任务，那我也要看看我们主任是什么态度，用不用奋力去营销客户完成指标，当网点主任对工作懈怠，那么员工一定是散漫的，所以作为管理人员首要是提高自己的领导力，规划目标并完全转达给员工，让员工能够理解并从心里愿意接受自己的想法，从而产生共鸣一起努力实现。其次是沟通能力，网点管理者每天要接触员工、客户及上级领导，做好上下级沟通协调工作就显得尤为重要。作为管理者还要有勇于承担解决问题的能力，不能踢皮球似的把问题转嫁给别人，发生

事情要用一切办法解决，能当员工的定心丸，才能让员工信任你。还要敏锐的洞察力善于用人和辅导员工，没有完美的个人，只有完美的团队，作为管理者要善于扬长避短，做到让每个员工各施所长，找到合适自己的定位，这样既能提高工作效率也营造了愉快的工作氛围。同时不断学习，时刻保持旺盛的学习欲望和能力，营造网点和谐的工作环境和积极学习的氛围。作为基层管理者在全行转型发展升级大潮中要做先驱者，才能带领员工不断发展前行，树立榜样树立威信。

管理者角色与定位课程心得体会篇五

管理者的角色与角色定位（上）

角色定位模型

1. 什么是角色定位

管理工作中管理者必须对自己的角色有一个明确的目标定位，管理者的目标定位是企业管理工作的基础。

2. 角色定位模型

角色定位需要认清自己的位置、认清自己位置的职责、认清竞争者的位置，正视自己、正视社会，不能自欺欺人、狂妄自大，要以强烈的职业意识给自己的事业、未来确定一个角色。

角色定位模型应解决的问题

我们要求每一位管理者都应该具有强烈的职业意识，角色定位模型正好替管理者解决了如下六大问题：

1. 希望的位置

是指在你扮演角色的过程中，你的希望如何，你对这个位置还有什么迫切的需要，你能否进行创新，能否在你现在的这个位置上创造出更大的财富，为企业做出更多的贡献。

2. 位置的执行能力

你是否胜任这个岗位，思想上是否做好准备，行为上是否真正地脚踏实地去作，是否为实现这个位置赋予你的权利、义务而做出了努力。

3. 位置的责任

即反思在这个位置上你具体的责任是什么，你如何去承担这份责任，你的义务是什么，你可能面对的法律风险，或是道义上的包括企业兴衰的责任又是什么。

4. 你的支援

作为管理者，必然要与相关部门进行沟通，那么相关部门的主要领导者就是你的支援。同样，还有你的家人、朋友、亲戚、上级等等的支援。

5. 你的忍耐

所谓你的忍耐，就是你在为完成你的工作、在你的角色定位前提之下、在承担职位职责的前提之下，应该忍辱负重。

6. 职务行为与定位相配

你的职务行为和你的定位相匹配的过程，就是你在强化自己职务行为的执行力，反思自己职务行为的过程。

第2讲 管理者的角色与角色定位(中)

角色与角色定位模型（二）

什么是角色

1. 角色的定义

美国社会心理学家蒂博特和凯利对角色做了如下阐述：

通过上述对角色的定义，我们可以看到角色应该具有以下几个性质：

社会对一定的角色总有一定的要求与限制

也就是说角色享有一定的权利并须承担一定的义务。一整套权利和义务就构成某种特定的角色。

社会通过角色对人的行为加以控制

角色就是社会规范，是约束个人行为的标准。

角色是自我表现的途径和方式

个体要在社会上生存和发展，必须通过角色来实现。

角色是个人对社会的适应

角色能够得以在社会中有效实现，说明角色体现的具体的个体的行为是同社会的规范相适应的。

2. 角色的分类

先赋性角色与获得性角色

有的角色是人们生下来就有的，比如你是你父母的儿子，你是某个国度的公民等等；而有些则是可获得性的，比如你通过努力成了一家公司的主管等等。

显性角色和隐性角色

显性角色最突出的表现就是在一个团队当中，你会凸现出你显性角色的执行过程，例如在公司你是总经理，但当你乘坐公共汽车时，其他人不会知道你是总经理，那么此时总经理就是你的隐性角色。

正式角色和非正式角色

在单位，你被授予经理的地位，经理就是你的正式角色。某个民间组织请你挂名，但这只是一种非正式的角色。

角色定位模型

1. 什么是角色定位

管理工作中管理者必须对自己的角色有一个明确的目标定位，管理者的目标定位是企业管理工作的基础。

2. 角色定位模型

角色定位需要认清自己的位置、认清自己位置的职责、认清竞争者的位置，正视自己、正视社会，不能自欺欺人、狂妄自大，要以强烈的职业意识给自己的事业、未来确定一个角色。

角色定位模型应解决的问题

我们要求每一位管理者都应该具有强烈的职业意识，角色定位模型正好替管理者解决了如下六大问题：

1. 希望的位置

是指在你扮演角色的过程中，你的希望如何，你对这个位置还有什么迫切的需要，你能否进行创新，能否在你现在的这

个位置上创造出更大的财富，为企业做出更多的贡献。

2. 位置的执行能力

你是否胜任这个岗位，思想上是否做好准备，行为上是否真正地脚踏实地去作，是否为实现这个位置赋予你的权利、义务而做出了努力。

3. 位置的责任

即反思在这个位置上你具体的责任是什么，你如何去承担这份责任，你的义务是什么，你可能面对的法律責任，或是道义上的包括企业兴衰的责任又是什么。

4. 你的支援

作为管理者，必然要与相关部门进行沟通，那么相关部门的主要领导者就是你的支援。同样，还有你的家人、朋友、亲戚、上级等等的支援。

5. 你的忍耐

所谓你的忍耐，就是你在为完成你的工作、在你的角色定位前提之下、在承担职位职责的前提之下，应该忍辱负重。

6. 职务行为与定位相配

你的职务行为和你的定位相匹配的过程，就是你在强化自己职务行为的执行力，反思自己职务行为的过程。

管理者的角色

社会对管理者角色期待的方式

当管理者进入角色的时候，别人就会对管理者产生期待。通

常社会对管理者有三种期待方式：

1. 情景期待

在企业中，员工对所有的管理者都存在着期待，如期待奖金的提高；而作为中层干部，他们的期待一般是自己的工作得到企业的肯定与嘉奖，获得晋升的机会，在社会上有一定的地位，这就是企业员工对企业管理者的一种情景期待。

2. 伙伴期待

你的工作伙伴期待你很好地把握你的职位，把你的角色扮演得非常出色，从而为他的工作带来一些方便。例如在足球场上，当一名球员得到球的时候，其他球员就会产生期待，如期待把球递给我，因为我的位置非常好；或者是告诉他，你的位置非常好，赶紧临门一脚，这就是伙伴期待。

3. 观众期待

任何一个企业在从事经营活动的过程中，最大的观众就是客户，他们期待着企业发展的越来越好，能够生产出更多物美价廉的产品。