第一图书网, tushu007.com

<<企业文化建设>>

图书基本信息

书名：<<企业文化建设>>

13位ISBN编号：9787111194101

10位ISBN编号：7111194101

出版时间：2007-1

出版时间：机械工业

作者：邢以群

页数：222

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

内容概要

本书从中国企业从不规范到规范的过程中常见的问题出发，阐述企业文化建设的重要性，然后从理论上系统介绍了进行企业文化建设必须掌握的知识，从实践出发系统讲解了企业文化建设的过程，并通过一个真实的案例展示了企业文化建设实践全过程，最后对企业文化的相关问题进行了解答，可为读者进一步深入了解企业文化建设提供帮助。

书籍目录

总序前言第一章　导论企业的这些问题都与文化有关／1情境1：如何迅速适应环境的变化／2情境2：如何在高速发展的同时不失控／3情境3：如何凸显企业在市场上的魅力／5情境4：如何改变企业内的不良风气／7第二章　理论进行企业文化建设应该掌握的知识／13第一节　企业文化及其作用／14观点1：理念、行为加形象，构成企业文化／14观点2：说明变化、明晰主张，是应对多变环境的法宝／15观点3：明确导向、统一认识，是规范群体行为的基础／16观点4：建设文化，营造个性，是凸显魅力的重要手段／18观点5：改变不良风气，需要重塑文化／19观点6：明确导向，有助于增强反应力和凝聚力／21观点7：企业文化不是万能的／22第二节　企业文化的形成与发展／25观点8：企业文化的存在是不以人的意志为转移的／25观点9：企业文化的内容是可以人为地加以引导的／27观点lO：企业文化会随着企业的发展由默契向系统状态演化／28观点1l：企业文化的演化，受到多方面因素的影响／32观点12：自然演化和强制演化，是企业文化的演化方式／34第三节　关于企业文化建设／38观点13：并不是大企业才需要进行企业文化建设／38观点14：一个企业的文化可以通过多种方式加以明晰／50观点15：理念无对错之分，重要的是发自内心并能为群体所认同／62第三章　方法企业文化建设的一般过程／69第一节　动员：认识企业文化及其重要性／70一、群体对企业文化及其作用有共同的理解是企业文化建设的前提／70二、明确企业文化建设的目的是做好企业文化建设工作的基本出发点／7l三、建立相应的文化建设小组是做好企业文化建设工作的重要组织保障／72第二节　文化理念的梳理：明晰企业价值主张／74一、进行企业文化梳理的第一步是明确理念梳理框架和理念描述方法／74二、企业文化理念的梳理是建立在对现有文化的继承、反思和创新基础之上的／78三、做好各层面特别是高层的访谈工作，是形成理念初稿的重要步骤／79四、文化理念的提炼与演绎应该体现内部的一致性／80五、理念的梳理是各层面人员的价值观相互碰撞、逐步趋于一致的过程／80六、理念的表述方式应能体现企业的风格，并易于为群体所接受／83七、文化理念演绎的基本方法论是“是什么——为什么——怎么做”／83八、案例应具有典型意义，并应突出相应的理念／87九、专业人士或咨询公司的介入有助于理念的梳理和统一／89十、人们的认识不可能一步到位，理念的梳理需要经过一定的反复才能确定／91第三节　文化理念的宣贯：使之为群体所了解／92一、企业领导人亲自讲解才能引起群体对已形成的企业文化理念的重视／92二、明确企业文化职能管理部门，以承担起文化持续宣传的组织协调工作／94三、各级管理者应成为本部门学习企业文化理念的表率／95四、由员工说服员工是企业文化宣传获得良好效果的重要手段／96五、通过各种方式营造企业文化氛围，可使理念潜移默化为群体所接受／98第四节　文化理念的落实：使行为与理念相一致／98一、根据文化理念制定行为守则，以文化规范群体行为／101二、根据文化理念对制度进行清理，使制度与文化相一致／102三、培养管理者以理念来统一思想的工作习惯／104第五节　文化理念的强化：使企业主张在企业中生根/105一、建立企业文化培训制度，通过培训以不断深化企业文化／106二、建立和完善奖惩考评制度，通过奖惩不断强化企业文化／106三、建立内部晋升淘汰制度，通过筛选以持续净化企业文化／107第六节　文化理念的更新：坚守核心、与时俱进／108一、员工共同关心和参与，才能使文化成为企业的核心竞争力／108二、基本理念是要恒久坚持的，具体的经营管理理念则要与时俱进／110三、建立企业文化审视机制，保证企业文化不至于僵化／111第四章　案例一个真实的企业文化建设过程展示／113第一节　企业文化建设的起因／114一、当时的企业状况／114二、进行第二次企业文化建设的起因／117三、第二次企业文化建设的目的／119四、咨询公司的选择／120五、企业文化建设委托咨询内容／120第二节　企业文化理念的梳理／122一、准备：组织上和计划上的准备／122二、起动：使群体感受到企业文化建设重要性／122三、访谈：了解现状和员工的认识／123四、梳理框架的确定——奠定企业文化理念梳理的基础／127五、理念梳理和撰写风格的明确／129六、理念的提出、讨论、反复与确定／133七、案例的收集和编写／136八、理念手册的确定／139第三节　企业文化理念的宣贯／140一、手册的制作／141二、企业文化氛围的营造／141三、企业文化的宣讲／142第四节　企业文化理念的落实／143一、行为守则的制定／144二、企业制度的梳理／155三、企业行为的引导／157第五节　企业文化理念的强化／158一、培训制度的建立／158二、内部文化培训师的设立／159三、进行适当的人事调整以增强理念的同一性／159四、制度化与企业文化相关的各项工作／161第六节　企业文化理念的更新／167一、问题的发现／167二、主要的改变／168第七节　企业文化建设效果总结

／169一、内部效果／169二、外部效果／170第五章　深化与企业文化建设相关的问题及其解答／173第一节　企业文化建设条件／174第二节　企业文化理念的梳理／182第三节　企业文化理念的落实／193第四节　企业文化与其他各方面的关系／199第五节　不同企业的文化建设／206附录A　某医院企业文化调查问卷／213

章节摘录

观点4：建设文化。
营造个性，是凸显魅力的重要手段。
在市场竞争中，企业通常通过独特的产品或服务、企业品牌或企业形象来凸显自己。
随着同类企业的发展和市场的成熟，企业与企业之间在产品或服务方面开始趋于同质化，企业品牌或形象尽管具有个性化特征，但在同类产品品牌林立的情况下，其区分度也仍显不足。
在这种情况下，加强企业文化建设，对企业进行由内向外的整体塑造，不失为一种有效的营造企业特色的手段。
例如，海尔在家电销售还处于买方市场的时期，就提出了“真诚到永远”的企业口号，通过电话回访等一系列措施，形成了海尔独特的企业文化，并j由此在消费者心目中形成了与“皇帝的女儿不愁嫁”的其他厂家之间的鲜明对比，给消费者留下了深刻的印象，使其在众多厂商的激烈竞争中脱颖而出。
塑造良好的企业形象是一项群体工作，不仅领导有责任，而且企业的每个员工都有责任和义务为维护和完善企业形象做出贡献，否则，个别员工在行为上的过失，会严重损害企业形象。
杭州万向节厂在20世纪90年代刚刚开始崛起的时候，就非常注重从企业内部到企业外部进行全面的企业形象的塑造活动，以企业文化理念统领企业形象的塑造，取得了良好的效果。
例如，它们经常对职工进行“四感”教育，以通过员工的文明表现为社会公众留下美好的印象，使社会公众产生亲切感、舒服感、惊叹感、留恋感。
亲切感就是要对顾客热情相迎，和蔼可亲，做到有问必答，百问不厌；舒服感就是要使厂区卫生清清爽爽，窗明几净，绿化美化环境；惊叹感就是紧张而又有秩序地劳动和工作，创造出色的工作成绩，使人们觉得作为乡镇企业的万向节厂的设备、操作、管理都是全国一流的；留恋感就是对顾客以诚相待，做到生活上关心，交通上方便，工作上给予积极支持和配合。
通过这种活动使来访顾客都有“下次一定再来”的心理。
发生在普通员工身上的许多事情成为新闻宣传的素材，反映普通员工工作和生活的报道经常散见于各种新闻媒体之中，“杭万”话题经常在公众中谈论，吸引着许多人渴望成为“杭万”人。
由于企业的理念决定企业的行为，因此，能够明确企业理念并且能够言行一致的企业，对于消费者来说无疑会提高安全感，从而增强对企业的信任。
观点5：改变不良风气，需要重塑文化。
当企业中出现沟通不畅、铺张浪费、拉帮结派、相互推诿等各种不良现象时，很多企业往往会采取加强沟通、加强预算和审计、加强考核等种种措施，以期这些措施能够消除各种不良现象，结果却发现，企业的会议和制度越来越多、管理越来越繁琐、高层管理者越来越忙，问题却并没有得到有效解决。
任何问题的出现都与企业的价值导向有关。
如在一个由大公司出来的一帮人创建的某新公司中，尽管企业处于创业阶段，但企业中却缺乏应有的创业精神，上班迟到、上班时上网玩游戏，该做的事经常拖拖拉拉、做事情马马虎虎，使想要开创一番大事业的老总深为不满和困惑：为什么会这样?对该企业出现这样的状况进行深入的分析，就可以发现，这些状况的出现，与老总没有明确树立创业期的价值主张以及比较宽容自己从原企业中带出来的骨干有关。
这些骨干在原企业都有一技之长，与新企业老总的关系也比较好，老总出来创业时，这些骨干也跟了出来，出于公司的需要和感情上的原因，老总在新企业中给这些人都安排了中高层管理者的职务，但没有明确在新企业中大家应该怎样做，导致这些骨干中的部分人自恃自己与老总的关系，平时工作不求进取、马马虎虎。
当这些人在工作中出现问题时，老总也会出于感情关系不加以严厉的处罚，这不仅在某种程度上纵容了这些人的不良行为，而且在企业中造成了很坏的影响，时间一长，就出现了上述的企业状况。
效果取决于行为，行为取决于观念。
当企业中出现问题时，之所以各种措施常常达不到应有的效果，是因为我们在采取措施时并没有同步

明确价值导向，从而导致各种措施治标不治本，堵了这样的问题又出了那样的问题。

第一图书网, tushu007.com

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