

<<华夏基石方法:企业文化落地本土实践>>

图书基本信息

书名：<<华夏基石方法:企业文化落地本土实践>>

13位ISBN编号：9787121207372

10位ISBN编号：7121207370

出版时间：2014-8-1

出版时间：电子工业出版社

作者：王祥伍,谭俊峰

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>

## <<华夏基石方法:企业文化落地本>>

### 内容概要

本书以华夏基石的“知信行”模型为基础，描绘出一张企业文化落地的全景路线图。

**原创方法：**作者以其对企业文化落地的独特见解与丰富的实战经验，系统阐述了企业文化落地的理论和方法，清晰地展示了企业文化落地的路径，毫无保留地奉献了华夏基石同仁及作者本人在咨询实践中独创的工具方法。

**一线资料：**本书在文化落地的每一个环节都例举了大量翔实和有针对性的案例，读者即使不理解相关的理论，也可以对照着标杆企业的案例进行模仿，极大地提高了现实的可操作性。而大部分案例都来自于华夏基石直接服务过的客户，属于文化落地实践的最为宝贵的一手资料。

**适合谁来读：**本书从实践出发，系统总结了企业文化落地工作的方法，兼具思考的独创性与系统性、案例的丰富性与可靠性。

企业领导人、企业中从事文化建设相关工作的人、企业文化咨询师、企业文化理论研究者都可以学习阅读。

[显示更多](#)

[显示更少](#)

## <<华夏基石方法:企业文化落地本>>

### 作者简介

王祥伍，华夏基石管理咨询集团首席文化专家，集团业务副总裁，资深咨询师。曾任开封信托投资公司证券总部经理、总经理助理，华夏基石企业文化顾问有限公司总经理。先后主持浙江移动、奇正藏药、江苏移动、神州数码、联想控股、兴业银行、中国移动、埃森哲、北汽集团、东阿阿胶、星河集团、传化集团等数十家企业的文化、战略或人力资源咨询项目。其中。江苏移动企业文化建设获2004年中国企业文化建设年度大奖，中国移动理念体系。以及央视传播语“移动改变生活”、埃森哲大中华区传播语“我们深谙王者之道”等咨询案例成为行业经典。

谭俊峰，在高等院校、研究机构及管理咨询公司，一直从事管理研究、教育培训、咨询服务工作。国内经营模拟沙盘培训体系设计领域的专家。最早从事管理实验、实训方法研究的学者，曾在中国人民大学主持该领域的科研课题研究。“商海突围”系列沙盘模拟培训课程的首席设计师、专利持有人，中央电视台“赢在中国”栏目沙盘模拟竞赛方案总设计师。在航天系统、国防科工委、咨询集团、高等院校等单位，从事科研、管理、咨询、教学等工作十余年，积累了系统的专业能力与丰富的职业经验。曾提供管理咨询服务的客户涉及旅游、照明、商业零售、国防军工、消费品、图书出版、电信、IT等多个行业，包括中青旅、三和国际、海南椰岛、欧普照明、正龙食品、重庆移动、龙徽酿酒、泰达科技、北京京投、中石化、中国四达等多家企业；为企业讲授管理培训专题课程近百场，主持多项企业大学课程体系的设计与开发。

## <<华夏基石方法:企业文化落地本>>

### 书籍目录

- 第一章复杂的文化转基因工程
  - 第一节企业文化建设的普遍尴尬
    - 花钱买折腾
    - 知行难合一
  - 第二节问题的关键在于理念落不了地
    - 绕不开的三条河：理念、信念和习惯
    - 翻不过的三座山：触动利益、焦虑不适和短期效益下降
  - 第三节华夏基石的文化落地三部曲：知—信—行
    - 知：把老板理念变成企业理念
    - 信：把企业理念变成企业信念
    - 行：把企业信念变成员工习惯
- 第一篇知——从“企业家”的理念到“大家”的理念
- 第二章如何让理念不胫而走——正式传播与非正式传播
  - 第一节正式传播
    - 利用会议公文系统传播
    - 通过培训过程传播
    - 充分调动内部媒体资源
    - 书籍也是一种好的媒体
  - 第二节非正式传播
    - 外婆、文人和和尚的力量
    - 企业中看不见的人际网络
    - 比超级病毒还活跃的故事
    - 如何整理自己的文化故事
- 第三章如何让理念变成氛围——建筑与标识
  - 第一节理念与建筑
    - 用建筑风格表达理念
    - 在空间布局中嵌入文化
    - 中国企业的文化盲区
  - 第二节理念与标识
    - LOGO本身就是媒体
    - 传递文化是LOGO之责
    - 如何让LOGO承载文化
- 第二篇信——从大家的“理念”到大家的“信念”
- 第四章如何让企业家发挥作用——言语与行动
  - 第一节企业家“言”的影响
    - 企业家就是文化牧师
    - 文化牧师的典范——任正非
  - 第二节企业家“行”的影响
    - 深思熟虑的行为榜样示范
    - 经常关注、要求和控制的方面
    - 分配稀缺资源所遵从的标准
    - 分配报酬地位所遵从的标准
    - 对紧急事件和危机做出的反应
    - 人事任免进出所遵从的标准
- 第五章如何让理念变得有力——政策与制度

## <<华夏基石方法:企业文化落地本>>

### 第一节理念和制度的冲突与制度审计

理念借助制度获得力量

警惕制度与理念的对抗

通过制度审计理顺关系

### 第二节基于理念的制度设计与创新

制度设计需要大智慧

制度设计要靠自己人

### 第三节业务政策制度的设计与创新

供应政策制度的设计与创新

研发制度流程的设计与创新

生产制度标准的设计与创新

销售与售后政策制度的设计与创新

### 第四节组织和财务政策制度的设计与创新

财务政策制度的设计与创新

组织制度的设计与创新

### 第五节人力资源制度的设计与创新

招聘标准的设计与创新

评价标准的设计与创新

分配制度政策的设计与创新

培训制度政策的设计与创新

## 第六章如何让理念变得生动——仪式与活动

### 第一节仪式与文化

作为治国要点的仪式

仪式是表演价值观的戏剧

### 第二节仪式的特点

仪式活动具有非日常性

程式是仪式的表现手法

象征意义是仪式的精髓

### 第三节仪式的种类

社交中的仪式

工作中的仪式

管理中的仪式

表彰时的仪式

### 第四节仪式的设计

紧扣企业自身的文化理念

结合企业自身的业务特点

程序设计是仪式设计的关键

### 第五节企业文化活动

娱乐性文化活动

主题性文化活动

文化活动的策划

## 第三篇行——从大家的“信念”到大家的“行动”

## 第七章如何实现理念向行动的突破——英雄与经验

### 第一节英雄人物的作用

使成功可望而且可及

提供成功的样板角色

作为企业对外的象征

## <<华夏基石方法:企业文化落地本>>

保持企业的核心特色  
设定日常工作的标准  
激励员工的有效手段  
第二节企业英雄的分类  
自然形成的英雄  
人为造就的英雄  
第三节英雄人物的塑造原则和雷区  
按照企业文化要求选择人  
与企业的奖项设计相结合  
与核心岗位的设定相结合  
第四节英雄人物的事迹传播与经验推广  
英雄事迹的传播  
英雄经验的推广  
第八章如何让理念变得可操作——行为与规范  
第一节关于员工行为规范的研究  
行为规范是做人做事的规范  
对行为进行规范是合作的前提  
行为规范的分类  
第二节行为规范制定的两种常规方法  
价值观加场景的系统演绎法  
针对现实问题的重点归纳法  
详细规范与粗略规范  
第三节管理者行为规范  
第九章如何避免独角戏和烂尾楼——规划、组织与评估  
第一节企业文化落地的规划与部署  
选定适合自己的落地策略  
保持工作的持续性和渐进性  
第二节企业文化落地的组织与分工  
企业文化建设组织体系  
各层级工作职责分工  
落地主要工作管理流程  
第三节企业文化落地的评估与改进  
过程性评估的指标库  
结果性评估的指标库  
企业文化评估的应用

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>