

<<中国特色企业文化竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<中国特色企业文化竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787216073875

10位ISBN编号：7216073878

出版时间：刘雪梅 湖北人民出版社 (2012-12出版)

作者：刘雪梅 编

页数：272

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>

<<中国特色企业文化竞争力研究>>

内容概要

《中国特色企业文化竞争力研究》主要内容包括：企业文化的理论综述；企业文化与企业发展的理论基础；企业文化竞争力的形成机制；中国特色企业文化竞争力案例分析等。

<<中国特色企业文化竞争力研究>>

作者简介

刘雪梅，女，1974年6月出生，湖北钟祥人，管理学博士，硕士研究生导师。现在中南财经政法大学工商管理学院从事教学工作，主要研究方向是人力资源管理与组织文化。曾在《中国工业经济》、《研究与发展管理》、《农业经济问题》、《经济管理》、《经济经纬》、《商业时代》等期刊上公开发表学术论文30余篇；参编教材和著作4部；主持湖北省社会科学基金项目、中央部属高校基本科研业务费专项资金项目、湖北省教育厅人文社会科学研究项目、湖北省教育科学“十二五”规划立项课题、中南财经政法大学“研究生创新教育计划”项目各1项；作为主要参加人参与国家社会科学基金项目3项，参与教育部人文社会科学研究项目4项。

<<中国特色企业文化竞争力研究>>

书籍目录

导论 一、问题的提出 二、企业文化与企业发展的文献综述 三、研究思路与本书框架 四、几个基本假设 五、主要研究方法与创新之处

第一章 企业文化的理论综述 第一节 企业文化的产生 一、企业文化的产生 二、企业文化的概念 第二节 企业文化的主要内容与功能 一、企业文化的主要内容 二、企业的结构 三、企业的功能 第三节 西方企业文化理论概述 一、Z理论 二、7S理论 三、8原则理论 四、5要素理论 五、K理论 六、企业文化与企业经营业绩 七、企业文化理论是当代企业管理理论发展的新阶段

第二章 企业文化与企业发展的理论基础 第一节 经济学视野中的企业文化 一、文化对经济发展的影响 二、新制度经济学中的文化价值观 三、企业文化与社会资本的关系 第二节 企业文化对企业发展的影响 一、企业文化是企业发展的内生动力 二、企业文化影响企业长期经营业绩 三、企业文化是企业的核心竞争力

第三章 企业文化竞争力的形成机制 第一节 企业价值观的培育与整合 一、企业价值观 二、企业价值观的整合及其博弈策略 三、人际信任与企业效率 第二节 企业文化对核心竞争力的作用机理 一、企业文化竞争力的构成要素 二、企业文化竞争力的形成 三、企业文化竞争力生命周期

第四章 中国特色企业文化竞争力案例分析 第一节 特色企业文化及其比较分析 一、四种特色企业文化 二、特色企业文化比较分析 第二节 企业文化竞争力分析 一、业缘型企业文化竞争力分析 二、学缘型企业文化竞争力分析 三、家族型企业文化竞争力分析 四、“合璧”型企业文化竞争力分析

第五章 培育中国企业文化竞争力的基本模型与对策 第一节 中国企业文化竞争力形成的障碍 一、我国企业文化建设的误区与问题 二、我国传统文化资本存在缺陷 三、品牌文化与品牌价值低下 四、企业家资源和企业家创新精神的缺乏 五、对企业伦理的重要性认识不足 第二节 培育中国企业文化竞争力的基本模型与对策 一、培育企业文化竞争力的基本模型 二、培育企业文化竞争力的基本对策参考文献

<<中国特色企业文化竞争力研究>>

编辑推荐

刘雪梅编著的《中国特色企业文化竞争力研究》的研究思路是：先简要回顾文化与发展的相关理论成果，并对前人的研究成果加以客观评价，重新界定企业文化资本的基本特性和基本内涵；在此基础上，以古典经济学、新古典经济学、马克思主义经济理论等关于文化对经济的作用为切入点，把文化对经济的作用分为宏观、中观和微观三个层次；结合新制度经济学和社会资本理论，从微观层次探讨企业文化对企业持续发展的作用，构建企业文化促进企业发展的作用机理的理论框架，在具体的分析中，遵循从分析企业文化功能到分析核心竞争力的内涵，再到分析企业文化竞争力对企业持续发展的影响的逻辑顺序，把企业文化当做企业核心竞争力来研究，并综合运用经济学、管理学、社会学、文化学和企业伦理学等理论，构建起企业发展的文化动力理论，然后对企业文化竞争力进行案例分析与比较验证，最后，在所建立的企业文化竞争力理论的基础上，对我国企业发展中存在的文化问题进行分析，并提出培育我国企业文化竞争力的基本模型与对策。

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>