

<<企业文化>>

图书基本信息

书名：<<企业文化>>

13位ISBN编号：9787300085999

10位ISBN编号：7300085997

出版时间：2008-1

出版单位：人民大学

作者：特伦斯·迪尔登

页数：212

译者：李原

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>

<<企业文化>>

内容概要

特伦斯·迪尔和艾伦·肯尼迪合著的《企业文化——企业生活中的礼仪与仪式》一书堪称企业文化研究的奠基之作。

一般来说,我们认为20世纪80年代先后出版的四部著作——《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》(威廉·大内著)、《日本的管理艺术》(帕斯卡、阿索斯合著)、《追求卓越——美国管理最佳公司的经验》(彼得斯、沃特曼合著)以及本书,宣告了企业文化研究的兴起。

这些研究的一个共同观点是:“强有力的文化是企业取得成功的新的‘金科玉律’。”

”本书完成于1982年,20多年后的今天,企业文化这个主题已经从“丑小鸭”变成了“白天鹅”,乃至被人们称为企业管理的“文化学派”。

随着企业文化概念的普及,各类组织越来越意识到其对经营管理的重要作用。

因此,不仅学术界的研究成果层出不穷,实践领域的经验总结也使人耳熟能详,诸如休利特和帕卡德创立的“惠普之道”、韦尔奇在通用电气进行的“文化革命”、戴尔公司以客户为中心的企业文化、沃尔玛的营销文化等。

我国也有越来越多的企业认识到文化的重要作用,在实践中不断探索企业文化建设的有效途径,并取得了令人欣喜的成效,例如联想的创新文化、华为的“狼文化”……然而,企业文化在公司内部能否真的深入人心,起到应有的作用,我们还需要拭目以待。

如何使企业文化不流于形式,不沦落成“昙花一现”的流行术语,还需要我们做很多深入细致的科学研究。

译者在企业做调研和咨询的经历证明,国内很多公司对企业文化的理解还停留在相当粗浅的水平上,尚未真正理解企业文化的根本作用。

一次,译者与一位公司负责人聊天,该负责人主动谈到公司核心价值观的重要性。

当被问及其所在公司的核心价值观是什么时,他回答说:“都写在我们企业文化大纲里了。”

“那具体是什么内容呢?”

”他沉思片刻说:“一时还真说不上来。”

”这也是译者不辞辛苦地翻译这部经典著作的原因:希望为企业文化的研究者和实践者提供一个参考的典范。

虽然本书属于管理学的学术著作,但贯穿全书的都是一些生动亲切、妙趣横生、引人入胜的趣闻轶事。

信手翻阅,你会看到宝洁标识的来历、基辛格对下属独特的教训方式、小托马斯·沃森那个“野鸭与鸭子”故事的始末,诸如此类的“故事”比比皆是。

两位管理学大师以轻松的笔调、讲故事的方式、娓娓道来的风格,通过一个个生动而耐人寻味的企业经营管理的故事,为我们展示和剖析了企业文化的深刻内涵和对企业绩效的巨大作用。

相信我国读者会从异域文化的“企业文化”经典论述中找到启发和灵感。

<<企业文化>>

作者简介

特伦斯·迪尔，南加利福尼亚大学ROSSIER学院教育学教授，撰有多部组织文化与教育政策方面的著作，THE NEW CORPORATE CULTURES的合著者。

艾伦·肯尼迪，管理咨询顾问。
著有THE END OF SHAREHOLDER VALUE一书，THE NEW CORPORATE CULTURES 的合著者。

<<企业文化>>

书籍目录

第1部分 文化 第1章 强文化：企业成功的新型“传统原则” 企业文化 文化的构成要素 理解文化的重要性 第2章 价值观：文化的核心 公司的特征 宝洁公司：打造价值观体系 公司价值观的影响 强价值观的风险和陷阱 第3章 英雄人物：企业中的开路先锋 英雄的影响 是管理者，却不是英雄 天生的英雄 后天造就的英雄 是英雄主义，而非领袖魅力 第4章 礼仪与仪式：文化在行动 象征性活动的影响 仪式的必要性 沟通与社会仪式 工作仪式 管理仪式 奖赏仪式 文化的盛宴 对仪式进行管理 建立标准 仪式不起作用的时候：对女性与少数族裔的同化 进入仪式 公司仪式的遗留问题 第5章 沟通：运用文化网络 文化网络的特征 管理文化网络 开发文化网络 第2部分 将文化付诸实践 第6章 公司部落：对文化的认同 硬汉型文化 努力工作 / 尽情玩乐型文化 赌注型文化 过程型文化 不同文化部落的习惯 第7章 诊断：学会认识文化 文化陷入麻烦的征兆 第8章 象征性的管理者：管理文化 第9章 变革：重塑文化 第10章 未来的文化：原子化组织参考文献

<<企业文化>>

章节摘录

今天，似乎每个人都在抱怨美国人的生产效率在下降，各行各业出现的问题和麻烦比比皆是，令人沮丧。

不少书中指出，日本的管理实践是解决美国产业状况欠佳的可行性方案。

但我们的看法并不是这样。

我们不认为答案是要照搬照抄日本的模式，也不同意解决问题必须依靠“科学”的管理工具，诸如MBA所做的分析、投资组合理论、成本曲线或者计量经济模型。

相反，我们认为答案是将美国人看成是具有美国特色的人。

美国企业应该回到创建NCR、通用电气、IBM、宝洁、3M以及其他大型企业时的最初理念和设想上。

我们应该牢记：是人在推动着企业的发展；同时，我们还需要重温一些过去的经验文化是怎样把人们凝聚在一起，并使他们的日常生活充满意义的。

美国企业界的早期领袖，例如IBM公司的托马斯·沃森（Thomas Watson）、宝洁公司的哈利·普罗克特（Harley Procter）、强生公司的约翰逊（General Johnson），都坚信强文化会带来企业的成功。

他们相信，员工的生活和工作效率会随着他们的工作环境的改变而改变。

这些创业者认为自己的作用是，要在企业中缔造一种环境（实际上就是文化）。

员工们在这种环境下，会有安全感，从而会作出必要的努力，促使企业走向最终的成功。

他们并没有任何魔法配方，而是在不断尝试错误的过程中，逐渐塑造自己企业的文化的。

但自始至终，他们都对企业文化表现出一种执著而狂热的关注。

这些早期领袖人物的教诲通过企业中一代又一代的经理人传承下来。

他们悉心建立和培育的文化，无论是在经济萧条时期还是在经济繁荣时期，始终支撑着企业的发展。

今天，这些企业仍然保持着强有力的文化，并在市场竞争中居于领先地位。

我们认为，企业中的任何人都能从这些事例中受益良多。

另外，日本人之所以如此成功，主要原因也在于他们能够持久地在全国范围内维系很有凝聚力的强大文化，不仅每个企业都拥有强人的文化，企业、银行和政府之间的联系也具有文化特色，而且这种文化联系是强有力的。

整个日本实际上就是企业文化在国家范围内的进一步扩展。

虽然这种在国家范畴内价值观的同质化与美国的文化并不一样，但我们的确认为对单个企业来说，文化是十分有效的。

事实上，强大的企业文化几乎总是那些持续成功的美国企业的幕后驱动力。

上述结论来自我们的工作和研究结果（肯尼迪在麦肯锡公司工作，迪尔在哈佛大学教育学研究生院任教）。

这个想法的形成受到了很多因素的影响。

其一是在斯坦福大学的一次会议上，一批社会学家对这样一个问题困惑不解……

<<企业文化>>

编辑推荐

《企业文化:企业生活中的礼仪与仪式》是一部关于价值观对组织身份和绩效产生重要影响的开创性著作。

它在刚问世时就是一部必读著作，现在仍然是。

——克里斯·阿吉里斯，哈佛大学教授 本书定义了企业文化，催

生了新一代经理人，是企业文化研究的奠基之作。

——孙健敏 本书通过一个个生动而耐人寻味的企业经营管理的

故事，为我们展示和剖析了企业文化的深刻内涵和对企业绩效的巨大作用。

——本书责任编辑

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>