

图书基本信息

书名：<<经济转型与创新发​​展论丛 文化刚性与企业战略调整>>

13位ISBN编号：9787305089244

10位ISBN编号：7305089249

出版时间：2011-12

出版时间：南京大学

作者：张敏

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

张敏编著的《文化刚性与企业战略调整》从企业文化不易被改变的刚性特征出发，运用实证研究的方法，分析其对企业战略调整的影响性。

研究表明，企业文化的刚性特征与企业战略的持久性和企业进行战略调整所遇到的阻力之间存在显著的正相关关系。

同时，企业文化三个层次的刚性特征对于企业战略调整发生的层次性具有较强的预测性。

书籍目录

第一章 导论

第一节 问题的提出及本研究的意义

- 一、问题的提出
- 二、本研究的意义

第二节 概念的界定

- 一、企业文化中“文化”概念的界定
- 二、企业文化概念的界定
- 三、企业文化刚性特征的概念界定
- 四、企业战略调整的概念界定
- 五、关于“影响性”的界定

第三节 本书的研究目标和研究方法

- 一、本书的研究目标
- 二、技术线路
- 三、主要研究方法

第四节 本书的主要内容及可能的创新之处

- 一、本书的主要内容
- 二、本书可能的创新之处

第二章 相关文献回顾及其评述

第一节 企业文化与企业战略：理论分析框架与管理方法

- 一、企业文化与企业战略关系研究的理论分析框架
- 二、企业文化与企业战略管理方法的研究

第二节 企业文化理论的演进：基于战略调整视角的分析

- 一、文化功能主义与企业战略调整的理性视角
- 二、企业文化的社会行动理论与战略调整的学习视角
- 三、企业文化的知识视角与战略调整的认知模型

第三节 企业文化的刚性特征：多学科的审视

- 一、成本——收益：经济学的视角
- 二、社会依赖：社会学的视角
- 三、心理契约：心理学的视角

第三章 企业文化刚性特征问题的产生

第一节 企业文化内涵与功能的思辨

- 一、企业文化的内涵与功能：一个博弈分析
- 二、企业文化的内涵与功能：若干辩证关系

第二节 企业文化刚性特征问题产生的根源

- 一、企业文化刚性特征问题产生的认识论根源
- 二、企业文化刚性特征问题产生的方法论根源

第三节 企业文化刚性特征的形成过程

- 一、初创阶段——文化的冲突
- 二、成长阶段——文化的演化
- 三、成熟阶段——核心价值观
- 四、蜕变阶段——文化的分化
- 五、企业文化刚性特征的形成——一个循环模型

第四章 企业文化刚性特征的识别与测度

第一节 企业文化刚性特征对企业战略调整影响的内在作用机理

- 一、组织成员的认知刚性

- 二、组织的资源依赖性
- 三、企业文化的组织记忆特征
- 四、组织的社会化过程
- 第二节 企业文化刚性特征的层次分析与测度指标体系设计
 - 一、个体层面——背景取向型心智模式是企业文化刚性特征产生的根源
 - 二、群体层面——企业文化刚性特征表现为过度的一致性
 - 三、组织层面——企业文化刚性特征表现为整体性与网络性
- 第三节 企业文化刚性特征测度的实证研究
 - 一、预试性调查
 - 二、正式测试
- 第四节 案例应用
 - 一、案例企业背景介绍
 - 二、企业文化刚性特征的临界性界定
 - 三、案例企业文化刚性特征的状态描述
 - 四、简要分析与理论建议
- 第五章 企业文化刚性特征与战略调整的相关性分析
 - 第一节 企业战略调整的分析与评价框架
 - 第二节 提出假设和建立模型
 - 一、企业文化刚性特征与企业战略调整状态的相关性分析
 - 二、企业文化刚性特征与企业战略调整组织干预方式相关性分析
 - 第三节 模型的实证分析
 - 一、样本
 - 二、变量的确定
 - 三、研究方法
 - 四、结果与讨论
- 第六章 企业文化刚性特征问题的超越：基于知识视角的分析
 - 第一节 知识与路径超越
 - 一、路径超越的可能性
 - 二、路径超越的知识特性
 - 第二节 基于知识的企业文化刚性特征问题的超越
 - 一、企业知识的个体—群体—组织分布特征
 - 二、个体层次——通过学习更新知识——改善心智模式
 - 三、群体层次——隐性知识显性化——营造企业文化的创新空间
 - 四、组织层次——建立知识联盟——打破组织记忆
- 附录
 - 附录-1
 - 附录-2
 - 附录-3
 - 附录-4
 - 附录-5
- 参考文献
- 后记

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>