第一图书网, tushu007.com

<<实用企业文化营销>>

图书基本信息

书名：<<实用企业文化营销>>

13位ISBN编号：9787306022875

10位ISBN编号：7306022873

出版时间：2004-6

出版时间：中山大学出版社

作者：周小明

页数：311

字数：210000

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

<<实用企业文化营销>>

内容概要

企业文化是企业生命的基础，是企业行动的准则，是企业的核心。
本书总结作者多年的实践和体会，汇集中外企业文化著作的案例，编写了这一本实用性、操作性较强，能让读者很快学会和运用这一企业文化法定于本工作岗位和现在服务的公司，并使之变成生产力的书。
《实用企业文化营销》这本书，它既可作大中专院校及在职培训的教材，也可作为MBA、EMBA的参考读物，还可作为管理和企业文化工作者的工具书，它主要解决的是文化落地的问题。
只要我们遵循《实用企业文化营销》中的一般法则，勇于实践，在多变和不确定的夹缝中不断探索适合自己的路，确立适合自己所属组织能搏击长空展翅万里的坚强信念和文化灵魂，您就一定能成功！
让我们共同创造卓越，创造卓越的企业文化！
让企业文化成为生产力！

<<实用企业文化营销>>

书籍目录

前言上编 实用企业文化理论篇 第一章 文化的内涵及功能 第一节 文化内涵 第二节 企业文化定义 第三节 企业文化形象图 第四节 企业文化的要素构成 第五节 企业文化功能 第六节 企业文化的误区 第七节 企业文化模式 第二章 企业价值观 第一节 企业价值观的含义 第二节 企业价值观的特点 第三节 塑造企业价值观的基本原则 第四节 塑造企业价值观需要处理好几个关系 第五节 塑造企业价值观的主要途径 第六节 企业核心价值观的推广 第三章 企业精神及形象 第一节 企业精神 第二节 企业家精神 第三节 企业员工风貌 第四节 企业形象 第四章 企业文化的传播 第一节 传播的类型 第二节 企业文化传播媒介 第三节 传播沟通对企业文化建设的作用 第四节 企业文化的内部沟通 第五节 企业文化的外部传播 第六节 企业文化的标杆瞄准 第七节 企业文化的评价 第五章 企业文化与经营绩效 第一节 企业文化为什么能促进经营业绩 第二节 强力型企业文化 第三节 企业经营跟文化走 第六章 企业文化的创新 第七章 中国企业文化发展趋势 第八章 文化营销下编 优秀企业文化案例篇 第一章 步长集团事业特部——文化营销先行实践者 第二章 医药行业 第三章 石化钢铁行业 第四章 房地产业 第五章 航空业 第六章 日用品及服务业 第七章 电子计算机通讯软件业 第八章 家电业 第九章 海尔集团 中国企业文化的先进典范附录主要参考书目后记 实践是最好的教科书

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