

<<企业文化概论>>

图书基本信息

书名：<<企业文化概论>>

13位ISBN编号：9787310015016

10位ISBN编号：7310015010

出版时间：2001-2

出版时间：南开大学出版社

作者：张仁德 等

页数：378

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>

<<企业文化概论>>

前言

近年来，我国管理学界相继发生了一系列重大的事件：1996年，在国家自然科学基金委员会成立10周年之际，管理科学组升格为管理学部；1997年，我国MBA（工商管理硕士）入学考试实行试点院校联合考试，考生首次逾万人；同样是1997年，在学科专业目录调整过程中，管理学从经济学中独立出来，成为与经济学并列的学科门类之一。

这些变化标志着改革开放以来兴起的“管理热”已经为我国经济发展作出了巨大的贡献，从而使管理学科的突出地位得到了社会的承认。

同时，这也向管理领域的理论与实践工作者提出了新的课题：面对即将到来的21世纪，面对国有企业改革举步维艰的现状，我们该做些什么？

英雄人物最重要的作用，就是有着一种持久的影响力。

他们的成功不仅创建了公司，而且建立了在他们身后仍能保持下去的制度，影响着一代又一代人。

中世纪时，有一个旅行者在路上碰到三个石匠在干活，他问每个石匠他们在干什么。

其中两个都说在凿石头，第三个却说，“我正在造一座大教堂”。

英雄人物鼓舞着公司员工一代胜过一代，做大教堂的建造者，而不仅是当石匠。

<<企业文化概论>>

内容概要

企业文化是一种推动生产力的强大要素。

它是一种来自文化的力量，也可以叫“文化力”。

根据对大量现象的观察，我们认为，企业文化之所以具有这样的功能，首先是因为所有企业文化都具有尊重人、关心人、以人为本的本质属性，从而能唤起人性中那种神圣做人的自豪和尊严；其次，企业文化不是某种抽象的千篇一律的口号，不同的企业有着不同的企业文化，它体现着各个企业内存与外在的不同特点和传统。

本书力图在国内外已有成果的基础上有所前进，并做出新的贡献。

本书作者综合概括了从企业文化的内在本质到企业文化的外在表现的各个方面，特别是着力探讨了以下几个问题，即企业文化的民族文化背景、中国的传统文化与企业文化、文化冲突与跨文化管理，以及企业文化的评价等问题。

本书在人类文化、民族文化的大背景下阐述企业文化的内涵和功能，其内容涵盖了企业价值观、企业精神、企业形象、企业文化的运作管理、沟通传播、绩效评价、比较创新等理论与实践的热点总是它是一本理论与实践结合比较紧密的著作。

这本书既适合大专院校教材，亦可供企业领导和管理人员学习参考。

<<企业文化概论>>

书籍目录

第一章：文化 民族文化 企业文化 第一节 文化的内涵 第二节 民族文化 第三节 企业文化的形成与发展
复习思考题 进一步阅读材料第二章：企业文化的内涵与功能 第一节 企业文化的内涵 第二节 企业文化
的要素构成 第三节 企业的功能 复习思考题 进一步阅读材料第三章：企业价值观 第一节 企业
价值观的含义和特性 第二节 企业价值观的地位及形成 第三节 企业价值观的塑造 复习思考题 进一步
阅读材料第四章：企业精神 第一节 企业精神的基本要素 第二节 企业家精神 第三节 企业员工风貌 第
四节 英雄人物 复习思考题 进一步阅读材料第五章：企业形象与CIS战略 第一节 企业形象 第二节 CIS
战略 第三节 CIS战略的导入与实施 第四节 企业形象专题策划 复习思考题 进一步阅读材料第六章：
企业文化氛围 第一节 企业文化氛转概述 第二节 企业文化氛围的营造 第三节 企业精神氛围的营造 复
习思考题 进一步阅读材料第七章：企业文化的运作与管理 第一节 企业文化的影响因素 第二节 企业
文化的运作机制 第三节 企业的管理 复习思考题 进一步阅读材料第八章：企业文化的传播与沟
通第九章：企业的跨文化管理第十章：企业文化的评价第十一章：企业文化比较与创新第十二章：中
国传统文化与企业文化建设参考文献后记

<<企业文化概论>>

章节摘录

英雄人物最重要的作用，就是有着一种持久的影响力。他们的成功不仅创建了公司，而且建立了在他们身后仍能保持下去的制度，影响着一代又一代人。中世纪时，有一个旅行者在路上碰到三个石匠在干活，他问每个石匠他们在干什么。其中两个都说在凿石头，第三个却说，“我正在造一座大教堂”。英雄人物鼓舞着公司员工一代胜过一代，做大教堂的建造者，而不仅是当石匠。

二、英雄人物模式 有些人自认为是英雄，他们抢在别人前面，跳出散兵坑去出击。这样的人不是英雄，他们非死即伤。

企业里真正的英雄是那些在合适的情况下做出非常之事而获得功勋的人，是那些拥有体现了企业的成功伦理观的人。

英雄人物有两种，一种是“天生的英雄”，另一种是时势造就的英雄。

<<企业文化概论>>

媒体关注与评论

百年老店，必有百年文化 来源价值中国网肖乐义 一个国家、一个群体、一个团体、一个单位，真正要变强大，背后支撑的都是思想文化的力量。企业界一些成功的企业家，回顾自己成长、成功的历程大都说，一开始注重经济效益，然后是各种人的关系，做到最后是做文化。为什么会这样？

这是因为，企业文化是一种推动生产力的强大要素。它是一种来自文化的力量，也可以叫"文化力"。

企业文化之所以具有这样的功能，首先是因为所有企业文化都具有尊重人、关心人、以人为本的本质属性，从而能唤起人性中那种神圣做人的自豪和尊严；其次，企业文化不是某种抽象的千篇一律的口号，不同的企业有着不同的企业文化，它体现着各个企业内存与外在的不同特点和传统。

成功的大企业，总是善于发掘普通人肉眼看不见的、不容易为人所发现的思想文化的力量，而不仅仅看到和物质财富关联最紧密的力量。

相对于物质财富与经济利益驱动力而言，文化的力量是软性的、有弹性的、无形的和无孔不入、无所不在的，主要是指个人、企业的吸引力、凝聚力、意志力、控制力、影响力、号召力、创造力，以及威信、荣誉、智慧、文化资本等等。

文化是企业生命力的源泉，在某种意义上说，做企业，就是做文化。

百年老店，必有百年文化！

<<企业文化概论>>

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>