

图书基本信息

书名：<<高校后勤企业品牌经营与文化管理>>

13位ISBN编号：9787500478560

10位ISBN编号：7500478569

出版时间：2009-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：施德东

页数：251

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>

前言

高等教育迅速发展，催生了高校后勤企业。

后勤企业是高等精英教育向高等大众化教育迈进过程中后勤社会化改革的新生事物，是年轻的企业。要使后勤企业基业长青，获得师生、家长和社会的欢迎与喜爱，就必须把后勤企业打造成品牌企业，以品牌赢得顾客，以品牌赢得信赖，而企业文化又是品牌持久发展的内在动力。所以，后勤企业经营管理特别需要品牌经营和文化管理理论的指导。

本书所写内容虽然主要针对高校后勤企业，但它对中小型企业同样有着非常重要的指导意义。

有许多学者、专家对企业品牌建设、文化管理的研究有很深的造诣，更有许多企业家对其进行实践，这虽然对我国企业发展起到了功不可没的作用，但国内许多中小型企业的寿命却很短。

有调查研究表明，国内中小型企业的平均寿命只有7.3年。

原因是对企业品牌经营、文化管理两者的结合研究认识不深，往往将品牌经营与文化管理分开研究，而中小型企业经营管理者们也很少有人将两者结合实践。

企业家左延安曾感情激动地发问：“为什么20世纪70年代世界500强企业到80年代会有1 / 3从排行榜上销声匿迹？

为什么国内名噪一时的企业会昙花一现，很快衰落下去？

” “怎样使企业适应瞬息万变的外部环境？

怎样使企业突破成长上限，不断超越？

” 作者认为：“是因为企业缺乏品牌经营理念、缺乏文化管理思想，只有透过品牌内涵，学习品牌经营，只有企业推行文化管理，以凝聚员工人心，才能使企业适应瞬息万变的外部环境，才能使企业突破成长上限、不断超越自我。

”

<<高校后勤企业品牌经营与文化管理>>

内容概要

为什么二十世纪七十年代世界五百强企业到八十年代会有三分之一从排行榜上销声匿迹？为什么内名噪一时的企业会昙花一现，很快就衰落下去？著者认为，是因为企业缺乏品牌经营理念，缺乏文化管理思想，企业雇主只有透过品牌内涵，学习品牌经营，建设自己的品牌，以赢得顾客；只有推行文化管理，建设本企业特有的文化，以凝聚员工人心，才能使企业适应瞬息万变的外部环境，才能使企业突破成长上限，不断超越自我。

书籍目录

第一部分 校后勤企业背景第一章 高校后勤社会化改革透视第一节 改革的历程与主要成就第二节 高校后勤的基本内涵与特征第三节 高校后勤社会化的基本内涵及理论依据第四节 高校后勤社会化改革的基本要求与目的、任务第五节 存在的问题与矛盾及制约因素第二部分 品牌与品牌经营第二章 后勤企业品牌的内涵第一节 品牌的定义第二节 后勤企业品牌的内涵第三节 后勤企业品牌的特征第四节 创建后勤企业品牌的积极意义第三章 后勤企业品牌建设第一节 后勤企业品牌建设战略的概念第二节 塑造后勤企业品牌的主要策略第三节 后勤企业塑造品牌的基本流程第四节 后勤企业品牌知名度第五节 后勤企业品牌美誉度第四章 后勤企业品牌经营的内涵第一节 品牌经营的产生第二节 品牌经营与产品经营的关系第三节 品牌经营与产品经营的区别第四节 后勤企业品牌经营的概念第五节 后勤企业品牌经营的标准第六节 重新认识品牌品质第七节 解读品牌价值第五章 后勤品牌经营的基本战略第一节 品牌经营的基本战略类型分析第二节 后勤企业品牌经营战略类型的选择与要求第三节 后勤企业品牌经营战略的重要性第四节 创造后勤企业品牌经营的良好环境第三部分 企业文化与文化管理第六章 后勤企业文化的内涵与作用第一节 后勤企业文化的内涵第二节 高校后勤企业文化的作用第七章 后勤企业文化建设第一节 后勤企业文化建设的意义第二节 后勤企业文化建设的主要目标第三节 后勤企业文化建设的基本原则第四节 后勤企业文化建设的基本内容及重点第五节 后勤企业文化建设的主要途径第六节 后勤企业文化建设的主要措施第八章 后勤企业文化管理的内涵第一节 文化管理概念第二节 后勤企业文化管理的基本特征第三节 后勤企业加强文化管理的对策与建议第九章 后勤企业文化管理的核心与灵魂第一节 关于人性化管理的认识第二节 后勤企业人性化管理蕴涵的价值第三节 后勤企业人性化管理价值观的取向与选择第四节 后勤企业人性化管理价值观形成的意义第十章 后勤企业文化管理的主要内容第一节 高效团队概念第二节 高效团队的特征第三节 高效团队建设的重要性第四节 高效团队建设的原则第五节 高效团队建设的主要内容第四部分 品牌经营与文化管理的关系第十一章 后勤企业品牌经营与文化管理的关系第一节 后勤企业经营与管理的薄弱环节第二节 品牌经营与文化管理的关系第三节 后勤企业长寿需要品牌经营与文化管理的有机结合第四节 后勤企业在市场竞争中的秘密锐器参考文献后记

章节摘录

第一，改变了以往完全依靠财政资金各自建设后勤设施的做法。采取政府统筹规划、政策扶持、广泛利用社会力量和社会资金的新机制，大大加快了后勤设施的建设速度，高校后勤基础设施的建设和改革取得了历史性的进展，有力地支持了近几年来高等教育的快速发展。

1999-2004年间，全国新建大学生公寓。

7200万平方米，为1999年以前50年建设总量的3倍；全国新建学生食堂1000万平方米，为1999年以前50年建设总量的2倍。

生均住宿面积由1998年的6。

35平方米增加到2004年的8。

43平方米，生均食堂面积由1998年1。

21米增加到2004年的1。

30平方米。

我国高考教育从1998年毛入学率9。

8%，各类高等教育在学人数。

700多万人，发展到2004年毛入学率21%，各类高等教育在学人数超过2000万人，后勤为此提供了有力的支撑。

在某种程度上说，没有高校后勤的改革，我国高等教育不可能实现近年来的跨越式发展。

第二，打破了原有落后的后勤模式所形成的体制性障碍，逐步分离了高校办后勤的职能，引入社会优质服务资源，市场机制在后勤资源配置中的作用日益明显。

在全国高校普遍实现后勤实体和学校行政系统分离的基础上，一批后勤服务实体按照现代企业制度要求注册为独立企业法人，真正实现与学校的分离，进一步激活了企业活力。

后勤企业在保证做好校内服务的同时，壮大了企业，也推进了其他高校的改革；越来越多的高校在不同程度上开放市场，引入社会优质服务企业。

在市场机制的作用下，涌现出一批跨学校，专业化、集约化经营的服务企业，促进了教育资源的优化配置，提高了高校的办学活力，为全国高等教育的发展提供了基础保障。

第三，在政府投入不多而又没有增加学校负担的情况下，高校的后勤保障能力，后勤管理水平，后勤服务质量、水平与效益，均得到了迅速提高。

高校后勤社会化改革以来，在经济效益与社会效益的双重要求下，队伍建设、管理创新和技术创新成为改革的重要内容。

各高校与后勤服务实体积极探索管理方式和管理技术创新，并引入了以智能技术为核心的信息化管理和以标准化为核心的现代管理手段。

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>