

图书基本信息

书名：<<中国企业文化建设调查研究报告>>

13位ISBN编号：9787501786237

10位ISBN编号：7501786232

出版时间：2008-5

出版时间：中国经济出版社

作者：中国企业文化促进会

页数：275

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

2007年中国企业文化促进会课题研究室起草、发布了《中国企业文化建设调查研究报告（2007~2008）》，这是中国第一次前瞻性提出企业文化软实力的概念和体系。

《报告》一书的编写是一个群策群力的过程，通过集合各方面的专家力量，开展前瞻性的理论研究、方法总结，案例推广，开辟了一种企~学~研联合研究的模式，这个模式将会对提升中国企业文化软实力起到非常重要的推动作用。

《报告》一书共分为七个部分，这七个部分既有机统一，又独立成章，围绕提升中国企业文化软实力这个时代课题，从理论、方法和案例等角度深入研究。

《报告》共调查了305家中国优秀企业，以中国企业文化软实力的理论模型为分析工具，通过定量、定性和综合分析等手段相结合，分析了2007年中国企业文化软实力的分布状况，指出了中国企业文化软实力的基本优势和存在不足，提出了建设中国企业文化软实力的基本策略。

《报告》汲取了国内外企业文化研究和实践的最新成果，围绕着提升中国企业文化软实力，理论联系实际，比较系统地研究如何有效提升中国企业文化软实力的理论与方法体系，标志着中国企业开始进入企业文化软实力建设阶段。

书籍目录

序 推动中国企业文化事业助力中国企业与经济腾飞第一部分 国际企业文化发展的潮流与趋势 一、企业文化的兴起与进入中国 二、欧、美、日等国际企业文化的趋势 三、中国企业文化建设的几个阶段 四、中国对世界企业文化发展的贡献第二部分 建设中国企业文化软实力理论与实践 一、企业文化软实力的基本概念 二、企业文化软实力的重要意义 三、企业文化软实力的九个维度 四、企业文化软实力的四种基本类型五、企业文化软实力形成的五个阶段 六、提升企业文化软实力的五大策略第三部分 2007年中国企业文化软实力的发展状况 一、2007年中国企业文化软实力的理论模型 二、2007年中国企业文化软实力调查过程 三、2007年中国企业文化建设的总体状况 四、2007年中国企业文化软实力的交叉分析 五、2007年中国企业文化建设的定性分析 六、2008年中国企业文化软实力建设推动措施第四部分 2008年中国企业文化发展的10大趋势 一、安全文化的导入与建设 二、服务文化的导入与建设 三、人才文化的导入与建设 四、品牌文化的价值与策略 五、诚信文化的导入与建设 六、文化转型推动组织变革 七、企业社会责任文化的导入与建设 八、企业竞争文化战略的确立与推行 九、并购企业中的跨文化融合策略 十、和谐文化的导入与建设第五部分 2008年中国企业文化建设的七大策略 一、中国化特色：继承传统传承主流 二、国际化视野：吸纳精髓 融合创新 三、职业化发展：培育人才 专业发展 四、专业化服务：理清思路 专业策划 五、系统化导入：构建体系 精心塑造 六、精细化运作：把握规律 精细管理 七、品牌化推广：体现特色 关注人性第六部分 2008年中国企业文化建设推进的“六个加强”措施 一、加强中国特色企业文化体系的研究与导入 二、加强企业文化管理人才的专业化和职业化培养力度 三、加强行业文化和专题文化的调研与规划 四、加强中国企业文化咨询与评价体系的建设 五、加强中国企业文化成果的展示与宣传 六、加强国际间企业文化的交流与传播第七部分 企业文化建设优秀案例 一、着力打造“双百五型”文化为创建百年电力提供有力支撑 二、呼和浩特铁路局包头西车辆段安全生产文化建设 三、呼和浩特站和谐文化建设 四、中铁大桥局集团打造桥文化建设 五、蚌埠烟草企业文化软实力提升项目总结 六、从“大胜靠德”解读蒙牛企业文化 七、“一主多优”金能文化的构建与再造 八、解读青岛港 九、建设优秀企业文化促进企业科学发展

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>