

<<国学与企业文化管理>>

图书基本信息

书名：<<国学与企业文化管理>>

13位ISBN编号：9787501787074

10位ISBN编号：7501787077

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：王超逸 著

页数：270

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>

<<国学与企业文化管理>>

前言

2005年联合国教科文组织第33届大会通过了《保护文化内容和艺术表现形式多样化公约》（简称为《文化多样性公约》），“公约”的主旨承认并保护当今世界文化发展的重要趋势：文化的多样性。在2000年的联合国教科文组织发布的世界文化报告的题目是《文化的多样性、冲突与多元共存》；2001年联合国教科文组织第31届大会通过了《文化多样性宣言》。权威的国际组织关于世界文化特点与发展趋势的把握，表明了人类对全球所创造文化未来的发展道路的基本判断和乐观预期。

世界文化的总体发展趋势是与当今世界总体趋向密不可分的。我们认为世界未来的特点是世界多极化，经济全球化，科技进步日新月异，综合国力竞争日趋激烈，是在全球化与本土化、一体化与多元化之间进行较量。

经济全球化对世界文化的发展正产生重大影响，使世界文化发展呈现出三大特点：（一）由精英走向大众；（二）民族精神与世界文化的关系在反思中走向复杂；（三）全球化的悖论成为当今文化思考和文化发展的主题。

由此，世界文化的发展趋势呈现这样两股思潮：少数发达国家的思想家和政治家从维护自身国家利益出发，打着普世文明、普世伦理的幌子，继续推行西方价值观，将他们的价值观和思想强加给其他国家和民族，实际上，他们还在固守“西方中心论”；与此同时，部分发展中国家在纷纷摆脱殖民统治后，为维护民族独立和经济复兴，从珍视自身民族传统，保护、捍卫民族文化战略资源的角度，形成一种固本寻根、排斥外来文化的部落主义。

为此，我们既要反对文化上的霸权主义，又要摒弃文化上的部落主义。反对西方强行的文化上的霸权主义，要以承认、接受、理解、尊重多元文化为前提，承认人类文明乃至民族、群体、个人的多样性和差异性；摒弃文化的部落主义，要以承认、接受、理解、尊重多元文化为前提，以承认几千年来世界多民族文化相互交往和影响是文化发展的里程碑为条件，批判排斥外来文化的狭隘心理和文化基因，应以一种新的视觉，观察当前不同政治、文化之间的关系，并建立一种新格局下的一体多元化的新型文化。

还在20世纪20年代初，印度国父、圣雄甘地站在民族觉醒、文化自觉的角度以忧患和开放的思想警示后人：“我希望世界各地的文化之风都能尽情地吹到我的家园，但是我不能让它把我连根带走。”民族先行者的思想对今天依然有着指导和启示的意义。

<<国学与企业文化管理>>

内容概要

《国学与企业文化管理》主要内容分为：第一章 国学的价值系统；第二章 国学的基本特征；第三章 国学之一：《周易》与管理；第四章 国学之一：先秦子学与管理；第五章 国学之一：佛学与管理；第六章 国学对企业文化建设之贡献；第七章 企业家的文化使命；第八章 中国企业文化展望；第九章 发展积极人际关系；第十章 企业文化礼仪与楷模；第十一章 企业文化传播的途径与效果；第十二章 企业员工的企业文化培训。

<<国学与企业文化管理>>

作者简介

王超逸，著名企业文化专家、管理学家、国联鼎盛（北京）企业管理咨询有限公司CEO、中国文化研究会企业文化专业委员会主任、北京大学当代企业文化研究所研究员，毕业于北京大学哲学系。于2011年率先提出了“实施国家企业文化安全战略”、“构筑国家企业文化安全防御体系”、“加强国家软实力建设”等一系列原创性、具有重要理论意义与实践价值的新观点、新视角。被誉为“中国‘软实力’和‘企业文化安全’研究第一人”。

20世纪90年代初，到日本、新加坡、中国台湾地区学习考察东亚企业文化理论与实践，探讨东方企业文化建设模式，致力于企业文化的中国化、本土化以及可操作性。

主要著作有《企业文化教程》《国学与企业文化管理》《当代企业文化与知识管理教程》《比较企业文化学原理教程》《现代礼仪教程》《中外企业文化理念大全》《竞争大未来:21世纪企业文化制胜战略》《中国卓越企业文化实战与人力资源开发》《对国际品牌战略的比较考察》《中国近代商史的一面镜子》等，参与编著《中国企业文化年鉴》。

发表学术论文50多篇。

曾为近百家中外现代企业集团提供咨询服务。

主要研究方向：软实力与企业文化力，企业文化的科学策划与设计。

<<国学与企业文化管理>>

书籍目录

国学·文化自觉·软实力(代序)总序原序第一章 国学的价值系统第一节 人生价值观第二节 自然价值观第三节 道德价值观第四节 知识价值观第五节 经济价值观第六节 审美价值观第二章 国学的基本特征第一节 统一性第二节 连续性第三节 非宗教性(人文精神)第四节 泛道德性第五节 内倾性第六节 中庸和平第七节 乡土情谊第三章 国学之一：《周易》与管理第一节 《易》为管理之书第二节 管理的最高目标第三节 管理的操作原则第四节 易学与现代经营管理第四章 国学之一：先秦子学与管理第一节 《论语》与管理第二节 《老子》与管理第三节 法家与管理第四节 墨家与管理第五节 阴阳家与管理第六节 杂家与管理第七节 《孙子兵法》与管理第五章 国学之一：佛学与管理第一节 佛教的起源和发展第二节 佛教的教义和理论第三节 佛学对企业管理的启示第六章 国学对企业文化建设之贡献第七章 企业家的文化使命第一节 企业家文化第二节 企业家的文化使命第三节 企业家的文化素质第八章 中国企业文化展望第一节 中国企业文化传统第二节 中国企业文化变化取向第三节 中国企业文化展望第九章 发展积极人际关系第一节 积极人际关系及其意义第二节 积极人际关系准则第三节 加强基层团队建设第十章 企业文化礼仪与楷模第一节 创立企业文化礼仪第二节 造就企业文化楷模第十一章 企业文化传播的途径与效果第一节 企业文化传播的自体途径第二节 企业文化传播的载体途径第三节 企业文化传播应达到的效果第四节 企业文化传播应注意的问题第十二章 企业员工的企业文化培训第一节 员工文化培训的目的意义第二节 员工文化培训的形式第三节 员工文化培训的原则第四节 员工文化培训的方法参考文献附录《中外比较文化教学丛书》总序后记

<<国学与企业文化管理>>

章节摘录

孔子用“仁”界定人，主张“仁者爱人”。

《论语·颜渊》有“樊迟问仁，子曰爱人”的说法。

爱人即“爱众”，因此《论语·学而》又提出“泛爱众”。

这就是说，孔子以“人”或“众”作为行仁的对象，表现了孔门以仁本思想为核心的“人学”内容。

到了孟子，把孔子这一思想又作了详尽的发挥，提出仁、义、礼、智四端说。

他在与告子的辩论中，一再强调人性与兽性的不同，认为告子所提出的“生之谓性”抹杀了人性与兽性的区别。

荀子继孔孟之后，进一步强调人与动物、植物以及一切自然物的不同。

他说：“水火有气而无生，草木有生而无知，禽兽有知而无义，人有气有生有知亦且有义，故最为天下贵。”

又说：“人之所以为人者，以其有辨也。”

夫禽兽有父子而无父子之亲，有牝牡而无男女之别，故人道莫不有辨，辨莫大于分，分莫大于礼。

总之，传统的人生价值理论，都是把着眼点放在人禽之辨上，都是把人本作为道德与价值的基础，否认外在的价值源泉以及由神或上帝所规定的标准。

这一点与西方有较大的不同。

西方文化中的人生价值理论，往往把价值之源追溯到上帝，人的价值是上帝赋予的。

直到近代，作为价值之源的基督教精神仍然弥漫在西方文化的各个领域。

而中国文化的价值系统，它的根源与基础，早在春秋战国之际，便已实现了从神到人的分离与过渡。

因此在价值观上，中国文化同样是排除了神学传统的人文精神。

孔子的“仁”、孟子的“四端”及荀子的“人道莫不有辨”的思想，都是强调人有不同于动物的特殊本质，这个特殊本质即中国传统文化中人的价值。

由此可知，以儒家精神为核心的关于人的价值的思想，是与人性、人文、民本等思想紧密联系在一起。

这是中国传统价值观的一个重要特征。

这一特征决定了中国传统人生价值观的基本内涵。

这种观点，在把人与神分离以及提升人的尊严的历史过程中，有划时代的意义，但也正是这种人禽之辨的人生价值理论把人与动物的界限绝对化了。

这种绝对化的理论一落实到现实生活或道德生活中，就必然产生灵与肉、天理与人欲的二元对立。

关于人的价值，有各种各样的说法。

但原则上说，可以从三个不同层面来分析。

一是广义的人的价值，这是就人与自然或人与物类（植物、动物、自然物等）相比较而说的。

上述儒家“人为万物之灵”或“人贵于物”的思想即属这一层面的问题；二是就人与人、人与社会的关系而说的，孔子“仁”的思想，墨子“兼爱”的思想都属于这一层面；三是就人自身说的。

从人自身来说，人的价值是一种潜能，是一种认识世界和改造世界的潜在创造力。

这是人的内在价值层面。

在这一层面中，人将自己也当成一个客体，力求认识自己，发展自己，用价值范畴来判断和衡量自己。

一个在襁褓中的婴儿或一个自身不健全的残疾者，因为他是一个人，所以他们同样具有人的价值。

这就是因为在他们身上存在着创造的潜能。

这种创造的潜能决定人的价值，而不是人的地位、权势、肤色、性别或其他别的什么因素决定人的价值。

人的现实的创造活动是潜能的外化，它只能决定价值的大小。

人所具有的内在潜能或内在的创造力，是人的本质力量，它是文化价值的内化。

也就是说，文化的价值内化成人人的价值，而文化的价值是人的价值的外化，是世代代人的实践活动创造文化。

如果把人的价值与人的价值的实现混为一谈，这势必在价值观上引起混乱，甚至抹杀人的价值，践踏人的尊严。

<<国学与企业文化管理>>

媒体关注与评论

夫国学者，国家所以成立之源泉也。

吾闻处竞争之世，徒恃国学固不足以立国矣，而吾未闻国学不兴而国能自立者也。

吾闻有国亡而国学不亡者矣，而吾未闻国学先亡而国仍立者也。

故今日国学之无人兴起，即将影响国家之存亡。

——章太炎 当知无文化便无历史，无历史便无民族，无民族便无力量，无力量便无存在。

所谓民族争存，底里便是一种文化争存。

所谓民族力量，底里便是一种文化力量。

若使我们空喊一个民族，而不知道做民族生命渊源根柢的文化，则皮之不存，毛将焉附。

——钱穆 中国文化真正的创造力在本国的现代

<<国学与企业文化管理>>

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>