

<<企业文化学>>

图书基本信息

书名：<<企业文化学>>

13位ISBN编号：9787504455185

10位ISBN编号：7504455180

出版时间：2006-2

出版时间：中国商业出版社

作者：杨家栋

页数：305

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>

<<企业文化学>>

内容概要

企业文化作为社会大文化的一个子系统，客观地存在于每一个企业之中。优秀的企业文化，将极大地促进企业的发展；反之，将削弱企业的功能。任何一个企业的文化都是与该企业的管理紧密联系的，企业文化支撑着企业管理。一方面，企业文化是企业全体成员共同的理念和行为方式，指导着企业目标和企业战略的确立；另一方面，企业目标和战略确定以后，企业文化由于其独特的功能，可以成为统一员工意志、激发工作热情的重要手段。

当今，我国已有越来越多的企业开始重视企业文化。企业管理者积极学习企业文化理论，并在企业文化实践中取得了丰富的经验。很多理论工作者对企业文化表现出浓厚的兴趣并倾注了大量的心血，有关企业文化的理论书刊和实践经验总结大量涌现。

全国高等院校经济类、管理类专业大都开设了《企业文化学》课程，一批理论和实践相结合的教材也陆续出版，发挥了理论指导实践的作用。

这些成绩的取得无疑从不同的方面推动着中国企业文化建设的进程，繁荣了文化学和管理科学。

<<企业文化学>>

书籍目录

编审说明前言第一章 企业文化学概论第一节 企业文化的概念第二节 企业文化学的研究对象-第三节 企业文化学的研究方法第四节 企业文化学的理论基础第二章 企业文化的兴起和发展第一节 企业文化的兴起第二节 企业管理理论及其文化特第三节 中国传统文化与企业文化第三章 企业文化的功能和作用第一节 企业文化的正面功能第二节 企业文化的负面功能第三节 企业文化的作用第四章 企业文化的结构第一节 企业文化的构成要素第二节 企业文化的层次第三节 企业文化的分类第五章 企业文化的内容第一节 企业价值观第二节 企业精神第三节 企业伦理第四节 企业形象第五节 企业哲学第六章 企业文化的形成第一节 企业文化形成的一般模式第二节 影响企业文化形成的因素第三节 企业文化的源头--创立者第四节 规制化--企业文化的前奏第五节 从规制到习惯第七章 企业文化的传承第一节 企业文化传承的影响因素第二节 企业文化传承的内容第三节 企业文化传承的方式第四节 企业文化传承的网络建设第八章 企业文化的变革第一节 企业文化变革的意义第二节 企业文化变革的时机第三节 企业文化变革的步骤第四节 企业文化变革的方式第九章 企业文化手册第一节 企业文化手册的意义和内容第二节 企业文化手册的撰写第三节 企业文化手册的宣传贯彻第十章 企业营销文化第一节 企业营销文化的概念和影响因素第二节 企业营销观念第三节 产品文化第四节 品牌与包装文化第五节 广告文化第十一章 企业管理文化第一节 企业管理文化的意义第二节 人本管理第三节 企业管理制度第四节 企业楷模第十二章 知识经济与企业文化第十三章 企业家与企业文化附录 海尔企业文化主要参考书目

<<企业文化学>>

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>