

<<企业文化管理逻辑>>

图书基本信息

书名：<<企业文化管理逻辑>>

13位ISBN编号：9787505897113

10位ISBN编号：750589711X

出版时间：2010-8

出版时间：经济科学

作者：倪宏伟

页数：350

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>

<<企业文化管理逻辑>>

内容概要

《企业文化管理逻辑:基于企业领导人文化管理力视角》主要内容简介:阳春三月,一纸飞鸿送来了倪宏伟博士的新作《企业文化管理逻辑——基于企业领导人文化管理力视角》。该书从我国现实出发,提出国有企业如何认识企业文化,以及如何通过在“企业文化管理”与“企业文化建设”之间的选择性操作,推行“企业骨干文化”、“准企业文化”建设的方式,渐进式的改善企业管理,进行了一系列有益的探讨。

<<企业文化管理逻辑>>

作者简介

倪宏伟，男，西南财经大学经济学硕士、四川大学管理学博士，中国银行全球调研专家网专家，副研究员；中国注册高级企业文化管理师（CCO），中国暨亚洲注册高级品牌管理师（ABME），全国注册高级企业文化讲师。

现为中国注册企业文化管理师认证委员会委员，中国管理科学学会企业文化建设测评工作委员会委员，中国化管理学会组织文化管理体系测评专家委员会专家委员，中国企业文化促进会特聘研究员；四川省系统工程学会常务理事兼副秘书长，四川省首批领导干部选拔考题与测评面试考官。

在省级以上刊物发表过金融、管理、法律类学术论文130余篇，主要学术奖项有：1996年中国金融学会第三届全国优秀金融论文二等奖，1999与2000年度中国国际金融学会全国优秀论文一等奖，2000、2001和2002年度中国国际金融学会全国优秀论文二等奖；2000年共青团中央及全国金融系统青年联合会全国优秀论文三等奖，2003年度四川省金融学会全省金融科研优秀成果一等奖，2004年中国企业文化促进会全国企业文化理论研究贡献奖，2005年中国金融思想政治工作研究会全国优秀论文一等奖。

在国有商业银行地市级分行行长岗位上十个年度的管理实践中，主要实践奖项有：中国金融“五·一”劳动奖，中国首席文化官（CCO）特别荣誉奖，中国企业文化建设优秀管理者奖，中国企业文化建设突出贡献人物称号奖，中国企业文化建设特殊贡献人物称号奖，及中国银行不良贷款清收先进个人奖、乐山市人民政府金融工作先进个人奖。

<<企业文化管理逻辑>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 问题的提出 第二节 解决思路第二章 企业文化理论与实践文献回顾 第一节 文化基本观点 第二节 企业文化理论 第三节 企业文化实践第三章 企业文化管理逻辑及其力的形式 第一节 企业文化管理逻辑的理论渊源 第二节 企业文化管理逻辑的实践依据 第三节 企业文化管理逻辑的理论依据 第四节 企业文化管理力的理论概括第四章 企业文化选择力及其领导效应 第一节 企业文化选择力的认知逻辑 第二节 企业文化选择力的实践要义 第三节 企业文化选择的理性认识能力 第四节 企业文化选择的综合思维能力 第五节 企业文化选择的行动抉择能力第五章 企业文化共识力及其管理效应 第一节 企业文化共识力的认知逻辑 第二节 企业文化共识力的实践要义第六章 企业文化实践力及其经济效应 第一节 企业文化实践力的认知逻辑 第二节 企业文化实践力的培育要义第七章 结语企业文化管理逻辑案例研究索引参考文献附录专家评语后记

<<企业文化管理逻辑>>

章节摘录

企业文化管理实施分析说：企业文化必须弄清楚的问题就是企业文化管理的内容：（1）企业需要什么样的企业文化。

企业文化在实施之前，也必须认知分析企业的内外部环境，根据自身所处产业、企业在产业中的地位、企业内部管理状况以及企业背景 and 经历等特征来确定企业的核心理念和价值观。

企业文化既是企业家对企业感性思维的结果，也是企业对自身特征理性分析的结果。

（2）企业需要采取哪些改进措施：企业文化导入需要企业内部人员和外部专家共同介入、一套完整且稳定的执行体系和文化型领导支撑。

（3）企业文化需要的保障因素，企业内部信息和外部信息（帅萍、赵晓敏，2007）。

企业文化的四层次与五方面管理说：企业文化管理分为四个层次，表层文化管理是企业的视觉形象；浅层文化管理是企业对员工言行的规范；中层文化管理是整个企业管理系统的运行状况；深层文化管理是企业魅力的忠实体现。

企业文化管理是企业内部通过“文治”的方式，帮助员工实现一种角色转换。

企业文化管理在实践上有五方面问题：一是文化管理的定位问题。

文化管理是运用文化的力量达到以文化人的目的，实现员工与企业相互优化的生存方式。

二是企业文化管理的生成途径问题，文化管理是企业领导者带领员工在长期的生产经营实践中所探索、搜索出来的，但又不能简单地移植、借鉴和模仿，尊重文化管理的原创性就是对文化管理的生成途径的最佳定位。

三是企业文化管理基本内涵包括对企业的形象文化、制度行为文化、精神文化的管理。

四是企业文化管理的追求目标，就是培育一支“价值共属、精神共通、情感共流、命运共担”的高效能企业经营团队。

五是企业文化管理过程应当注意：文化管理要与市场经济接轨；要与企业的生产经营管理实践相结合；要对本企业已形成的特色文化个性负责；要防止文化管理的庸俗现象（王传辉，2007）。

<<企业文化管理逻辑>>

后记

企业文化理论引入中国已30年，企业文化已经成为构建企业核心竞争力的重要因素。不少企业都希望通过运用企业文化来促进企业的发展与进步，但由于多方面原因，我国经济转型过程中的“继发性”企业文化建设还存在着“概念难把握、实践难操作、管理效能难发挥”三大问题。选择企业文化管理逻辑作为研究课题，既是企业文化管理理论发展的需要，也是解决企业文化管理实践中的现实问题之所迫。

本研究就是在我博士学位论文基础上修改而成的专著。

学位论文写作曾九易其稿，修改完成书的最后的第十稿，又迎来了一个新的凌晨。

十年的企业文化管理实践、跟踪研究与潜心悟道，近一年的论文撰写与修改；靠个人单个指头（习惯）进行键盘录入与编辑，每天要同时面对企业市场竞争和论文学术研究两个“战场”：即在八九个工作小时去应对市场份额竞争与内控管理之余，还要挤出五六个小时来撰写论文。

即便是在秀丽的风景区出差或开会时，别人都兴高采烈去参观游玩，我却独留房间撰写与修改论文。

所幸的是在单位工作没耽搁的情况下，我的论文终于脱稿了。

<<企业文化管理逻辑>>

媒体关注与评论

该书从理论角度建立起了一种既能“化繁为简”又能“由简到繁”的认知与实践企业文化的思维框架和实践模式；从实践角度运用企业文化管理力的理论分析框架，对西方银行在此次金融危机中所存在的文化管理问题进行了较为系统而有新意的分析与概括。

——朱民（中国人民银行副行长，国际货币基金组织（IMF）总裁特别顾问，中国国际金融学会常务副会长）该书凝聚了倪宏伟同志从自发到自觉的不断深化认知与实践企业文化的成果，本专著具有研究岗位与研究区位的空间优势，以及在长期专注的特定研究领域去感悟企业文化实践习得的时间优势。

——刘光明（中国社会科学院研究员、教授、博士生导师，中国社会科学院研究生院《企业文化》教材主编）作者富有新意的创新见解，尤其是“企业文化管理力是由企业文化选择力、共识力和实践力集合构成”的论点，对我国企业文化建设具有极其重要的指导意义。

——邓荣霖（中国人民大学商学院教授、博导）文化力作为综合国力的一种新要素已为世界各国广为采纳和重视。

作者从企业文化建设与管理的成败个案中观察到同样的要素，投入在不同的组织里，产生的效力会出现很大差异（增加或漏损）的事实，推断那里存在着有别于其中单个要素的一个新的“力”，并称之为企业文化管理力。

该书的理论见解清晰、精炼，颇符合系统科学思考。

——马谋超（中国科学院心理研究所研究员、博导）作者对企业文化管理力问题进行了较为系统和深入的探讨，提出了企业文化管理力的一系列概念，建立起了一种认知和实践企业文化的思维框架与实践模式，为解决我国企业文化建设中的问题找到了一个突破口。

——何德旭（中国社会科学院数量经济与技术经济研究所副所长，教授、博导）该书从企业领导人的视角对企业文化管理力问题进行了较为全面、系统、深入的研究，其研究成果具有开拓性，弥补了国内在这方面研究的欠缺。

——王元龙（中国银行总行国际金融研究员、教授，博导）该书结合有关案例较好地回答了我国企业文化建设中普遍存在的“概念难把握，实践难操作，管理效能难发挥”三大难题，是一部理论紧密联系实践的学术专著。

——吴念鲁（中央财经大学、中国人民银行研究生院教授、博导）

<<企业文化管理逻辑>>

编辑推荐

《企业文化管理逻辑:基于企业领导人文化管理力视角》由经济科学出版社出版。

<<企业文化管理逻辑>>

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>