

## <<企业文化化学教程>>

### 图书基本信息

书名：<<企业文化化学教程>>

13位ISBN编号：9787505898769

10位ISBN编号：7505898760

出版时间：2010-9

出版时间：经济科学出版社

作者：白泉旺 编

页数：227

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>

## <<企业文化学教程>>

### 内容概要

本书是21世纪高等院校创新课程规划教材。

全书共十五章，包括：总论、企业文化学说、企业文化认知、企业文化软实力、企业化管理、企业文化建设、企业文化传播与沟通、企业文化变革、企业文化创新、企业文化比较、企业文化冲突与融合、企业家精神与企业文化、组织文化与企业文化、中国传统文化与企业文化、经济全球化与企业文化等内容。

本教材不仅注重企业文化基本理论和基础知识的交代与铺垫，还加强了企业文化在实践中的应用与比较，内容由浅入深、循序渐进，符合教学规律。

适合工商管理专业本科生和研究生(包括MBA和EMBA学员)使用。

## &lt;&lt;企业文化学教程&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 总论 第一节 文化的存在与认识 第二节 文化的力量与影响 第三节 文化与企业的耦合 第四节 企业文化学的兴起 第五节 企业文化学的地位 第六节 企业文化学说在我国的发展第二章 企业文化学说 第一节 企业文化学说之一——《文化的结局》 第二节 企业文化学说之二——《企业文化——现代企业的精神支柱》 第三节 企业文化学说之三——《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》 第四节 企业文化学说之四——《日本企业管理艺术》第三章 企业文化认知 第一节 企业文化的内涵 第二节 企业文化的特征 第三节 企业文化的结构 第四节 企业的功能与作用第四章 企业文化软实力 第一节 企业文化软实力的含义 第二节 企业文化软实力的维度 第三节 企业文化软实力的基本类型 第四节 企业文化软实力的构建第五章 企业文化管理 第一节 企业文化管理的基本要求 第二节 企业文化管理环节 第三节 企业文化管理与企业规章制度第六章 企业文化建设 第一节 我国企业文化建设的阶段 第二节 企业责任文化的建设 第三节 企业和谐文化的建设 第四节 企业安全文化的建设 第五节 企业诚信文化的建设 第六节 企业文化建设的有效性第七章 企业文化传播与沟通 第一节 企业文化传播与沟通的重要性 第二节 企业文化传播与沟通的条件 第三节 企业文化传播与沟通的实现第八章 企业文化变革 第一节 企业文化变革的因素 第二节 企业文化变革的原则 第三节 企业文化变革的途径 第四节 企业文化变革的管理第九章 企业文化创新 第一节 企业文化创新的本质 第二节 企业文化创新的影响因素第十章 企业文化比较 第一节 中国企业文化 第二节 日本企业文化 第三节 欧盟企业文化 第四节 美国企业文化 第五节 中国与欧关企业文化的差异比较 第六节 日本企业文化的借鉴与启示第十一章 企业文化冲突与融合 第一节 企业文化的冲突 第二节 企业文化的融合第十二章 企业家精神与企业文化 第一节 “企业家精神”和“企业家” 第二节 企业家精神的理论发展 第三节 企业家精神的理论核心 第四节 企业家精神和现代文明的互动第十三章 组织文化与企业文化 第一节 组织文化的特征 第二节 组织文化的结构与内容 第三节 组织文化的功能与形成 第四节 组织文化的塑造第十四章 中国传统文化与企业文化 第一节 传统文化与文化传统 第二节 中国传统文化中的价值观与企业文化 第三节 企业价值观与企业文化第十五章 经济全球化与企业文化 第一节 经济全球化对文化的影响 第二节 经济全球化对企业及其文化的影响附录：课堂讨论案例主要参考文献

## &lt;&lt;企业文化学教程&gt;&gt;

## 章节摘录

1.企业人的行为 无疑,企业的行为文化是通过企业人的行为表现出来的。从上层的企业家到中层的管理者,从企业的模范人物到普通员工,他们的行为都是企业行为文化的最好例证,这与我们通过某人的言行来判断该人的文化涵养无异。

## (1) 企业家行为。

没有人再会怀疑一个企业家的作用,企业家的行为简直与企业的命运休戚相关,中外许多成功企业的经历告诉我们:好的企业家是企业成功的一半。

企业的经营决策方式和决策行为来自企业家,就像部队的军事家或指挥官一样,他们在企业的经营中承担着主要角色。

一项错误的企业决策就像一项错误的战争决策一样只能导致失败的结局。

读过世界史的朋友可能还记得抗美援朝时美国赫赫有名的克拉克将军说过的一句话:在美国历史上,我是第一位代表国家在非战胜书上签字的人。

在出兵朝鲜之前,杜鲁门政府就轻视了中国的力量,不顾兰登公司“中国会出兵”的分析报告,结果,只能落得战败而归的下场。

真正的企业家总是那些具有卓越才能的人。

他们既具有丰富的知识和能力,如领导能力、想象力、判断力、意志力、监督和管理才能,以及全面的知识等,又善于捕捉机会和勇于创新;一方面立足于企业的当前利益、能实干务实;另一方面又能着眼于未来,着眼于企业的长远发展和规划。

在经营决策时,成功的企业家总会当机立断地选择自己企业的经营战略目标,并一如既往地贯彻执行直至成功。

当然,实现企业的战略目标也并非易事,它要求企业家在制定决策时要有宏观性、预见性和创新性,在实施时又要有连续性和锲而不舍的精神。

在企业家的行为能力中,指挥能力与决策能力同等的重要。

著名的阿波罗登月项目总指挥韦伯说,阿波罗工程项目的所有技术和构件都是已有的成熟技术和构件,既没有创造新的设备,也没有发明新的技术,只不过总体设计协调而已。

由此可见,总体上的协调与指挥是何等的重要。

因此,作为企业统帅的企业家必须统观全局,具有卓越的指挥才能。

当然也不能事不分大小,必须躬亲,这样只会消耗企业家过多的时间和精力,而无暇顾及全局。

只有有所不为,才能有所为;对于那些具体的环节和事务,可委托他人或由具体的职能部门去做。

创新力和联想力是对企业家能力的另一些要求。

没有创新就没有发展,在竞争日益激烈的市场中,只有那些善于推陈出新的企业才能满足市场的需求,才能立于不败之地。

“我只生产黑色的T型车”,这是老福特的一句名言,也正是在这种观念的驱使下,闻名于世的福特汽车曾一度将自己市场份额的2/3拱手相让给后来的汽车新秀。

面对惨败,老福特意识到:不仅有人喜欢黑色车,还有人喜欢白色的或红色的车;在过去的岁月中,与其说人们喜欢T型车,还不如说是因为没有线型更优美的车。

在创新过程中,联想力显得尤为重要。

那些眼光远大、思维活跃的企业家总是善于从世界各种事物中找到普遍的联系,善于从间接联系中联想到直接联系,从看似无关的联系中找到有关的联系。

.....

<<企业文化学教程>>

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>