

<<诚信>>

图书基本信息

书名：<<诚信>>

13位ISBN编号：9787802075047

10位ISBN编号：7802075041

出版时间：2006-4

出版时间：经济管理出版社

作者：刘光明

页数：296

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>

## <<诚信>>

### 内容概要

诚信不仅是一种品行，更是一种责任；不仅是一种道义，更是一种准则；不仅是一种资源、一种无形的资产，更是一种绝对命令。

就个人而言，诚信是高尚的人格力量；就企业而言，诚信是宝贵的无形资产，是企业发展的本钱；就社会而言，诚信是正常的生产生活秩序；就国家而言，诚信是良好的国际形象。

然而诚信也是企业核心竞争力的基础，是企业最内在、最基础、最本质的力量。

培根说过“知识就是力量”，在真善美这个体系中，他揭示了认识论中的知识（真理性）认知规律，而在人类道德认知和美感认知方面，“诚信就是力量”更至高无上。

企业诚信、企业信用、企业形象是企业无形资产的重要组成部分，许多企业都把提升企业诚信、企业信用、企业形象视为扩大企业财富、增值无形资产的投资行为。

实践证明：企业信用、企业形象工程是促进企业经济增长和精神文明的有效手段。

在企业信用、企业形象系统中，企业理念是核心部分，而经济伦理又是企业理念的精髓，因此，研究企业形象和开发企业形象力，不能离开经济伦理的研究。

## 作者简介

刘光明，浙江杭州人。  
1995年获中国人民大学博士学位，中国社会科学院第一届博士后。  
中国社会科学院工业经济研究所教授、研究员。  
中国管理科学院院士。  
现主要从事企业管理、企业信用、企业文化、企业形象、企业经营战略、品牌战略、市场营销等方面的研究。  
曾为荣事达、东方通信、雅戈尔、中国人民保险公司、中国农业银行、中国石油、中国电网等单位实施企业文化工程和企业CI，并到中南海为党和国家领导人讲企业文化和企业管理的课程。  
在布拉格第10届国际企业文化企业形象年会上获CI导入创新一等奖。  
主要著作有：《企业文化》（第四版）、《企业文化案例》）、《集团公司文化》、《企业形象导入》（第二版）、《中外企业文化案例》、（《现代企业家和企业文化》、《经济活动伦理研究》、《经济运行与伦理》、《商业伦理学》，主要译著有：《海豚式动力营销》、《企业文化世界名著导读》等，发表论文300余篇。  
曾获“中国八五中国技术成果奖”。

<<诚信>>

书籍目录

序一序二序三前言1 诚信——生命的皇冠1.1 诚信与契约形式的起源及其意义1.2 诚信就是力量1.3 企业生命的皇冠1.4 责任·道义·绝对命令1.5 企业如何做到诚信2 诚信与企业信誉2.1 信誉：丰厚的存款2.2 诚信与正直2.3 信誉即资本2.4 企业信用建设机制3 诚信：想顾客之所想3.1 不让一个顾客失望3.2 诚信与商业伦理3.3 国家兴盛之宝4 诚信的力量4.1 种瓜得瓜4.2 培育企业的“好习惯”4.3 诚信企业的四大习惯：守时、守信、坚定、迅捷5 诚信与财富5.1 商界的规则5.2 诚实与公平交易5.3 诚实与财富的自然法则6 诚信与经济伦理6.1 恪守承诺6.2 诚信、恒产、恒心6.3 诚信与经济繁荣7 诚信与全球协议7.1 企业全球协议7.2 诚信与文明7.3 诚信的终极价值主要参考文献后记

## <<诚信>>

### 编辑推荐

诚信不仅是一种品行，更是一种责任；不仅是一种道义，更是一种准则；不仅是一种资源、一种无形的资产，更是一种绝对命令。

就个人而言，诚信是高尚的人格力量；就企业而言，诚信是宝贵的无形资产，是企业发展的本钱；就社会而言，诚信是正常的生产生活秩序；就国家而言，诚信是良好的国际形象。

然而诚信也是企业核心竞争力的基础，是企业最内在、最基础、最本质的力量。

培根说过“知识就是力量”，在真善美这个体系中，他揭示了认识论中的知识（真理性）认知规律，而在人类道德认知和美感认知方面，“诚信就是力量”更至高无上。

<<诚信>>

#### 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>