

<<交通企业文化>>

图书基本信息

书名：<<交通企业文化>>

13位ISBN编号：9787114070792

10位ISBN编号：7114070799

出版时间：2008-8

出版时间：人民交通出版社

作者：李宗琦 等 著

页数：232

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>

<<交通企业文化>>

前言

国民之魂，文以化之；国家之神，文以铸之。

“加强文化建设，明显提高全民族文明素质”，是党的十七大提出的实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求。

胡锦涛总书记在党的十七大报告中明确指出：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素，丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。要坚持社会主义先进文化前进方向，兴起社会主义文化建设新高潮，激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力，使人民基本文化权益得到更好保障，使社会文化生活更加丰富多彩，使人民精神风貌更加昂扬向上。

”这不仅深刻阐明了兴起社会主义文化建设新高潮的重大现实意义和深远历史意义，更为新时期加强文化建设指明了方向和路径。

交通文化是社会主义先进文化的重要组成部分，是交通行业的灵魂，是实现交通又好又快发展的重要精神支柱。

交通运输是支撑经济良性发展、促进社会全面进步的基础性、先导性产业和服务，性行业，服务是其本质属性。

基于这一认识，我们提出了“交通发展要服务国民经济和社会发展全局、服务社会主义新农村建设、服务人民群众安全便捷出行”，提出了“发展现代交通业，建设一个更安全、更通畅、更便捷、更经济、更可靠、更和谐的现代公路水路交通系统”。

从文化的角度看，这也正是我们基于交通运输的本质属性和交通行业的神圣使命所作出的价值选择，是交通文化的核心内涵，是引导交通事业科学发展的价值导向，也是贯彻落实党的十七大关于加强社会主义文化建设的具体体现。

交通部党组高度重视文化建设工作。

2006年全国交通工作会议明确提出：“努力建设具有鲜明行业特点和时代特征的交通文化，用文化和精神的力量凝聚全行业，使交通行业更加充满活力，不断开创交通事业发展的新局面。

”

<<交通企业文化>>

内容概要

交通文化是社会主义先进文化的重要组成部分，是交通行业的灵魂，是实现交通又好又快发展的重要精神支柱。

交通运输是支撑经济良性发展、促进社会全面进步的基础性、先导性产业和服务，性行业，服务是其本质属性。

基于这一认识，我们提出了“交通发展要服务国民经济和社会发展全局、服务社会主义新农村建设、服务人民群众安全便捷出行”，提出了“发展现代交通业，建设一个更安全、更通畅、更便捷、更经济、更可靠、更和谐的现代公路水路交通系统”。

<<交通企业文化>>

书籍目录

总序导论前言第一章 交通企业文化概论一、企业文化的历史探源二、企业文化的概述三、交通企业文化的概述第二章 交通企业文化建设现状一、交通企业文化建设的基本特点二、交通企业文化建设存在的典型问题三、员工对企业文化现状的满意度评价第三章 交通企业的使命一、企业使命的概述二、企业使命的基本要素三、不同类别交通企业的使命四、国内外著名企业使命的表述五、交通企业使命的表述第四章 交通企业的愿景一、企业愿景的本质二、交通企业愿景的要素三、不同类别交通企业的愿景四、国内外著名企业的愿景五、交通企业愿景的表述第五章 交通企业的精神一、企业精神的本质二、交通企业精神的要素三、不同类别交通企业的精神四、国内外著名企业的精神五、交通企业精神的表述第六章 交通企业的核心价值观一、核心价值观的本质二、交通企业核心价值观的要素三、不同类别交通企业的核心价值观四、国内外著名企业的核心价值观五、核心价值观的提炼第七章 交通企业模范人物风范一、刻苦钻研，勇攀高峰——创新典型包起帆二、挑战极限，永创第一——新时期产业工人代表许振超三、雪域高原的路桥人生——科技工作中的典范陈刚毅四、关键时刻冲得上、拿得下——知识工人孔祥瑞第八章 交通企业文化建设实施纲要一、指导思想二、基本原则三、总体目标四、主要任务五、实施方案第九章 交通企业文化建设案例一、奔跑者的追求——天津港有限公司文化建设实践二、质量、服务、团队、创新——中国船级社上海规范所文化建设实践三、飞越秦岭——陕西西汉高速公路建设有限责任公司文化建设实践四、让过往司机更满意——广州市环城高速公路北环营运公司文化建设实践五、以文兴企，情满旅途——青岛交运集团文化建设实践六、构建远洋文化，扬帆蓝色航迹——青岛远洋运输公司文化建设实践七、提升科技竞争优势——三航设计院文化建设实践八、四航崛起的动力之源——中港四航局文化建设实践九、交通企业永恒的课题——大庆石油运输公司文化建设实践后记参考书目

<<交通企业文化>>

章节摘录

此外，法约尔提出的管理要素理论，又称“管理六职能、五要素、十四原则”。认为管理是技术、商业、财务、安全、会计六种职能活动之一，企业中的所有人员都要进行活动：要管理就必须依据一定的原则——计划、组织、指挥协调、控制帮助人员达到目的；无论是高层领导或是普通员工，都必须受纪律的约束，没有纪律约束的企业不可能兴旺繁荣，14条管理原则是：分工、权限与责任、纪律、指挥命令统一、尊重等级、个别利益服从整体利益、报酬、集权、等级系列、次序、公平、稳定、首创精神、集体。

法约尔还十分强调管理培训的重要性，倡导通过管理理念培训提高管理水平。

2) 对人性的探讨 对人性的探讨是企业文化发展的理论基础。

著名的理论是梅奥在。

霍桑实验中提出的社会人或社交人假设。

他假设“在理想的工作条件和报酬下，员工能够发挥最大的工作效率”。

参加实验的两组女工在环境和报酬都发生各种变化后，产量始终保持上升趋势。

研究表明，生产率和工作环境好坏、报酬多少不成正比，是精神振奋、团队士气和力量、社会关注等因素在保持效益的增长。

因此，梅奥认为驱使人们努力工作的最大动力是社会、心理需要，而不是经济和工作环境条件的需要。

。

人们在工作中追求人与人之间的友情、良好的人际关系、归属组织、受人尊敬和社会地位。

金钱式的物资刺激对提高生产效率只起第二作用，组织的价值观、行为规范、信念和良好的人际环境对鼓舞员工士气、提高凝聚力和生产效率有很大的作用。

3) 需要层次理论 需要层次理论也是基于对人性的探讨。

著名的理论是马斯洛提出的五个层次需要理论。

他把人的需要按其重要性和发生的先后分为五个层次：生存、安全、归属、尊重、自我实现。

他认为，等级越低越容易获得满足，并且估计现代社会生理需求满足率为85%，安全70%，情感归属50%，尊重40%，自我实现10%。

马斯洛的需要层次理论，提出了一个人的需要是“从物质到精神”的过程，自我实现是人的最高层次的需要。

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>