第一图书网, tushu007.com

<<创建幸福企业>>

图书基本信息

书名：<<创建幸福企业>>

13位ISBN编号：9787301195239

10位ISBN编号：7301195230

出版时间：2011-11

出版时间：北京大学出版社

作者：岳川博

页数：200

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

内容概要

本书阐述的“创建幸福企业”理论是一套完整的、逻辑严密的、由作者首创的关于企业管理的理论，填补了国内在这方面的理论空白。
作者以“企业存在的目的”和“幸福的基本概念”为出发点，进行逐层的剖析和逐步的逻辑推导，证明了一些国外主流管理学理论中存在的错误和不足，并结合实际案例说明了国内创建幸福企业的努力方向和具体方法，为当代中国企业转型带动社会转型提供了理论依据，为解决当下的一些尖锐社会矛盾提供了参考方法。

作者简介

岳川博，《北大商业评论》副主编，北京财富时代管理咨询公司总裁。
中国企业文化研究咨询领域的代表性人物，对企业文化研究有开创性思想贡献。
中国管理咨询界最具思想力和解决现实问题能力的专家之一。
中国管理培训与教育培训领域最具影响力的专家之一。

<<创建幸福企业>>

书籍目录

自序一　幸福企业宣言
自序二　企业是人们共同创造幸福的工具
第一篇　幸福企业的理论概述
　第一章　论企业存在的目的
　　第一节　当财富与幸福背道而驰
　　第二节　德鲁克“创造顾客”学说的社会背景及不足
　　第三节　企业存在的根本目的是创造幸福
　第二章　幸福企业：概念、特征与基本假设
　　第一节　什么是幸福企业
　　第二节　幸福企业的五项基本特征
　　第三节　幸福企业的自我、大我及大同境界
　　第四节“幸福人”人性的五个基本假设
　第三章　从幸福企业到幸福人生、幸福中国
　　第一节　一个物质丰富而精神颓废的时代
　　第二节　企业是革新社会的重要力量
　　第三节　一个新的“资本观”
　第四章　部分优秀企业的幸福哲学
　　第一节　海底捞--以家甲天下
　　第二节　安利--让人生享有成就和快乐
　　第三节　福特--因创造、分享而伟大
　　第四节　新东方--创造希望
　　第五节　阳光保险--用关爱创造幸福
　　第六节　杰出企业的追求往往超越了功利
第二篇　如何创建幸福企业
　第五章　幸福企业的五项人本要旨
　　第一节　尊重人的天性
　　第二节　真诚地爱人
　　第三节　实现员工合理的财富价值
　　第四节　帮助员工获得成长
　　第五节　使员工富有成就
　第六章　幸福企业家的三重境界
　　第一节　企业家的原动力不是追求财富，而是创造幸福
　　第二节　企业家的第一重境界，自我的伸张
　　第三节　企业家的第二重境界，　共同的成就
　　第四节　企业家的第三重境界，心灵的解放
　　第五节　家族企业传承及接班人培养
　第七章　幸福组织学五项修炼
　　第一节　组织：简约为美
　　第二节　制度：人治与法治的分野
　　第三节　速度创造效率
　　第四节　信息化的时空观、战略观
　　第五节　竞争，使企业进化
　第八章　幸福的领导者成为下属的导师和伙伴
　　第一节　领导者与被领导者
　　第二节　作为导师的领导者

第三节　作为伙伴的领导者
第九章　幸福战略学：战略是一个扩张自我、创造希望的过程
第一节　战略是创造未来和希望的过程
第二节　描绘战略愿景的　GIVE原则
第三节　战略是基于信念的机会主义实践
第四节　战略弹性与战略柔性
第五节　论战略集中
第十章　创建刚健有力的文化气质
第一节　论精神力量
第二节　企业文化三角形模型
第三节　自强、自信、厚德、阳光、感恩的文化取向
第四节　三“思”而后成的企业文化建设之道
第十一章　关于幸福企业的问与答

章节摘录

共同的成就意味着共同的担当，因此，企业家的事业也成了一种共同的责任，共同的约束。
企业也渐渐地由过去企业家个人主导的服务于己的工具，演变成为一个服务于包括企业家在内的众人的工具。
联想总裁柳传志曾讲，他把联想办大后，要花50%的时间跟周围的人沟通。
仅仅是在沟通方面就要花这么多的时间，这说明什么？
说明企业家在把企业做到一定的规模后，自己驾驭企业的方式就会发生根本的变化，企业家个人已经成为企业的一个关键部件，这个关键的部件要与其他部件协同工作，才能保证企业这个大机器的正常运行。
管理者的时间往往属于别人，而不属于自己。
企业家在这个阶段失去的，是个人的时间自由。
由于组织规模变得较为庞大，管理变得复杂，企业家在这个阶段需要为企业确立更多的规则，于是他的会议更多了，社会交往也与日俱增。
在这些社会交往的活动中，有时是由于企业发展的需要，不得不被动地与各类人员（客户、政府官员、合作者、金融机构等等）交往，有时则是出于企业家本人扩大社会影响和提高社会地位的需要而参加的活动（比如，企业家在政府谋求类似人大代表等职务，出席各类会议）。
总体上，这时的企业家就是忙，他仍然是为自己奋斗，但已经没有多少个人的时间，许多时候身不由己。
企业家在这个阶段也变得更加成熟和睿智。
……

媒体关注与评论

企业存在的目的是一个重要的管理哲学命题，我欣喜地看到川博在这一领域的创新思想和贡献。管理学大师彼得·德鲁克曾将企业存在的目的定义为“创造顾客”，而本书中，川博不拘泥于大师德鲁克的见解，将企业存在的目的定义为“创造幸福”，把企业视为人们共同创造幸福的工具。
从哲学上看，幸福是人类的终极追求，“创建幸福企业”应当成为人们追求幸福的一个重要构成。
——北京大学教授、博士生导师何志毅　　川博先生是我在创建阳光保险的过程中相识的。
由于我立志打造百年老店，并深知文化是企业的灵魂和“抗衰剂”，于是千寻百觅，终于找到了川博先生并与之发生思维的碰撞、川博先生的文化博学和认真严谨给我留下了深刻印象，我相信他做的事是负责任的。
川博先生创作的《创建幸福企业》，我急切地拜读了一遍，让我深感企业的幸福创造对于助推企业进步的意义，以及企业的追求方向从利润转向幸福的重要性。
非常值得研读、学习……　　——阳光保险集团董事长兼总裁张维功　　我们的企业幸福吗?企业家及员工幸福吗?对于这些长期以来被企业经营者忽略的问题，本书进行了系统而有益的思考，从理论到案例，从抽象到具体，为我们描述出一条“幸福企业”的可行路径。
在一个以企业为主体的社会中，去思考“幸福企业创建”无疑有着更为深远的社会意义。
——著名财经作家、蓝狮子出版人吴晓波

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