

<<企业文化>>

图书基本信息

书名：<<企业文化>>

13位ISBN编号：9787304018689

10位ISBN编号：7304018682

出版时间：2000-1

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：王成荣 编

页数：304

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>>

内容概要

《企业文化》自2000年3月出版以来，深得读者厚爱，除用于广播电视大学工商管理及相关专业教材外，还被多所高校选为本科或研究生教材，不少学术界和企业界的朋友对本书也给予了关注，对其中的内容，尤其是企业文化的未来发展问题表现出浓厚的兴趣。

《企业文化》出版至今虽然只有18个月，在时间隧道中却“跨越”了一个世纪。20世纪已经成为历史，充满机遇与挑战的21世纪向我们展示了美好的经济发展前景，企业文化事业继往开来，也将迎来灿烂的春天。

《企业文化》作为教材，初版时比较重视体系的系统性和知识的稳定性，对前瞻性内容着笔较少，缺乏对新世纪企业文化理论与实践发展的展望。

为了弥补这一缺憾，借此次本书重版之机，对读者关心的有关企业文化的未来发展趋势问题谈一些看法。

至于《企业文化》在其他内容上的缺陷与不足，只能待再版修订时进行完善了。

<<企业文化>>

书籍目录

前言 导言一、企业文化是一门年轻的边缘学科二、企业文化理论在管理学中的地位三、《企业文化》教材的内容体系和研究方法小结练习与思考

上篇 企业文化理论

第一章 企业文化理论的产生与发展

第一节 企业文化理论形成的历史背景一、战后世界各国企业管理出现新变化二、全球呈现经济文化一体化的发展趋势三、日本经济成功的启示

第二节 国外关于企业文化理论的基本学说一、企业文化理论的提出二、西方企业文化主要流派的基本观点

第三节 企业文化理论在中国的传播与发展一、经济体制改革的推动二、理论研究方兴未艾三、实践上的成功探索

小结练习与思考

第二章 企业文化的基本原理

第一节 企业文化：从现象到理论一、企业文化是一种微观文化现象二、企业文化是一种新型的管理方式三、企业文化是一种最新的管理理论

第二节 企业文化的概念及特征一、文化及企业文化概念的界定二、企业文化的特征

第三节 企业文化的分类和模式一、企业文化的分类二、企业文化的模式

第四节 企业文化的基本功能和价值一、企业文化的基本功能二、企业文化的价值

第五节 企业文化理论的基石一、人学理论二、社会动力理论三、领导理论四、学习理论五、情绪理论

小结练习与思考

第三章 企业文化的内容体系

第一节 企业价值观一、企业价值观的地位与作用二、企业价值观的内容三、培养现代企业价值观

第二节 企业精神一、企业精神的内涵和特点二、塑造现代企业精神

第三节 企业伦理道德一、企业伦理道德的本质和特征二、企业伦理道德的基本内容三、建设新型的企业伦理道德

第四节 企业形象一、企业形象的内涵二、企业形象的要素三、树立现代企业形象

小结练习与思考

第四章 企业文化的演变规律

第一节 企业文化的起源、积累与传播一、企业文化的起源二、企业文化的积累三、企业文化的传播

第二节 企业文化的冲突与选择一、企业文化的冲突二、企业文化的选择

第三节 企业文化的整合与变革一、企业文化的整合二、企业文化的变革

第四节 企业文化的评价一、企业文化的评价标准二、企业文化的评价方法

小结练习与思考

下篇 企业文化实践

第五章 企业文化的环境分析

第六章 企业文化的比较与借鉴

第七章 建设企业文化的主体

第八章 建设企业文化的基本程序与方法

第九章 企业形象设计

第十章 建设有中国特色的企业文化

附录 典型案例——海尔文化激活休克鱼

参考文献

后记

<<企业文化>>

章节摘录

上篇为“理论篇”，共4章，主要涉及企业文化理论的产生与发展、企业文化的基本概念、基本原理、基本内容和基本规律等。

具体内容是： 1. 从第二次世界大战后全球呈现经济文化一体化的发展趋势、日本经济的成功实践及世界各国企业管理出现的新变化等角度，介绍企业文化理论形成的历史背景；同时对西方企业文化理论主要流派的基本观点和企业文化理论在中国的传播与发展情况进行概括和梳理。

2. 从研究企业文化现象、管理方式、理论三者的逻辑关系切入，介绍和分析文化的概念及特征、文化的分类与模式、文化的基本功能与价值，并引入人学理论、社会动力理论、领导理论、学习理论、情绪理论等，为企业文化理论大厦奠定基石。

3. 从企业文化管理角度，将其内容概括为企业价值观、企业精神、企业伦理道德、企业形象四个方面，并着重分析各自的特点、在企业文化系统中的地位及其相互关系。

4. 集中研究文化的演变规律，分析文化从起源、积累、传播、冲突到整合与变革的整个过程，提出文化的评价标准和评价的方法。

下篇为“实践篇”，共6章，主要涉及影响建设文化的环境因素分析、主体分析和各国文化比较分析以及如何建设有特色的文化等问题。

具体内容是： 1. 分析社会经济发展、政治法律环境及传统文化、社会主义精神文明等文化因素对文化的制约作用。

2. 剖析日本、美国、欧洲各国以及我国文化的特点，对中外文化进行综合比较，以便博采众长，为我所用。

3. 对建设文化的主体进行分析，阐述企业员工、企业楷模、企业家在建设文化中各自的地位与作用：说明员工是文化的创造者，企业楷模是企业先进文化的体现者，企业家是企业先进文化的倡导者和培育者。

4. 从实践的角度出发，论述建设文化的基本原则、基本程序、基本方法和文化的保证体系。

5. 把企业形象设计纳入文化建设系统中来，说明文化与企业形象的关系，介绍企业理念识别系统、企业行为识别系统和企业视觉识别系统设计的方法与技巧。

6. 在剖析我国文化现实特点的基础上，论述有中国特色的文化目标模式以及建设文化的切入点和变革时机。

……

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>