

<<长寿·夭折·涅槃>>

图书基本信息

书名：<<长寿·夭折·涅槃>>

13位ISBN编号：9787309072310

10位ISBN编号：7309072316

出版时间：2010-6

出版时间：复旦大学出版社

作者：颜爱民

页数：234

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>

## 前言

近20年来,我先后为管理类本科生、硕士生(含MBA)、博士生讲授过十几门管理类专业课程,也为企业家朋友、政府官员和企业各类管理人员主持过数百场各种主题的管理类讲座,为百余家企业处理各类管理方案设计和咨询问题。

从企业管理原理、战略管理、营销管理、组织管理到人力资源管理,几乎管理类的每一模块都曾经讲过课,做过研发或咨询项目。

面对着众多渴求和困惑的目光,我的心常常被深深震撼:中国的企业人是特别好学的,中国的学子也是特别勤奋的,中国企业界和中国经济都特别需要真正实用的管理知识。

但更多的结果是:教的糊涂,听的茫然。

很多企业家一边学管理,用管理,最后骂管理。

管理总是显得那么游离,叫人捉摸不透,难以准确把握:今天流行财务至上,明天又风行战略是关键,接着又是细节决定成败……企业和企业家们在一轮一轮的管理浪潮中,付出了满腔的热血和巨大的成本,留下的却是一片茫然。

管理的真谛何在?

作为一个教师,我感受到沉重的压力和责任。

得益于对中国传统文化的学习和理解,按照老子“道生一,一生二,二生三”的自然生化规律,管理技术和方法应该属于“三”的“法”境界,“道”一“法”众,“道”恒“法”变,具体的管理技术和方法必定因情因景因时而变,彰显管理学的情境性和艺术性特征。

诞生于西方工业发展过程的企业管理理论与技术本来就存在着对中国情境的适用和再创造问题,简单移植虽是难以回避的过程,带来的困惑也成为必然。

过去的中国企业管理实践中常常离“道”求“法”,舍本逐末,迷于万“法”丛中,陷入迷惑和茫然。

若能持“道”以行“法”,则“道”正“法”自明。

“问题是,何为“一”,何为管理之“道”?”

管理之本何在?

管理的“道”就是文化,从文化源头来研究管理、统驭管理各个模块,一定能正本清源,这是中国企业管理之正“道”,也是管理的本质所在。

<<长寿·夭折·涅槃>>

内容概要

《长寿夭折涅槃:文化视角下的中国企业管理》从企业管理原理、战略管理、营销管理、组织管理到人力资源管理,几乎管理类的每一模块都曾经讲过课,做过研发或咨询项目。面对着众多渴求和困惑的目光,我的心常常被深深震撼:中国的企业人是特别好学的,中国的学子也是特别勤奋的,中国企业界和中国经济都特别需要真正实用的管理知识。但更多的结果是:教的糊涂,听的茫然。很多企业家一边学管理,用管理,最后骂管理。管理总是显得那么游离,叫人捉摸不透,难以准确把握:今天流行财务至上,明天又风行战略是关键,接着又是细节决定成败

## 作者简介

颜爱民，男，湖南邵阳人，中南大学商学院教授，管理学博士、博士生导师，中南大学人力资源管理研究中心主任，“企业管理”和“工商管理”学科学术带头人。先后在SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY《中国软科学》等国际国内著名期刊发表论文近10篇，其中数十篇论文被SSCI、SC1、EI和CSSCI、CSCD收录，出版著作10部、音像作品1部。主持国家自然科学基金、教育部人文社科基金及其他省部级研究项目11项，5次获得省部级以上科技进步奖。创办湖南中大思特管理咨询公司、上海思特管理咨询公司、一和堂企业管理咨询有限公司和一和堂绿色生物科技有限公司，担任董事长、总裁职务。兼任中国人力资源管理研究会常务理事，倡导成立湖南省儒商学会，并任首任执行会长。担任湖南省劳动保障协会学术委员会常务副主任、湖南省职业技能鉴定专家委员会人力资源专业委员会副主任委员，湖南省劳动保障协会人力资源管理协会副会长、湖南省人力资源管理学会执行会长等职。

## 书籍目录

第1篇 导论 第一章 文化概述 第一节 文化的内涵、结构与特征 第二节 文化对个体行为的影响  
功能 第二章 文化对管理的背景性影响 第一节 管理与文化的关系 第二节 文化对企业管理的作用  
第三节 中国文化对中国企业管理产生的影响 第三章 本书内容体系与研究视角 第一节  
本书内容框架 第二节 本书研究视角第2篇 战略管理篇 第四章 企业战略理论发展及其文化脉络  
第一节 企业战略理论发展 第二节 战略理论动态与趋势 第三节 企业战略理论演变中的文化  
脉络 第五章 社会文化对企业战略的影响 第一节 社会文化环境对企业战略的影响 第二节 传统  
文化对企业战略管理的影响 第六章 组织文化对战略选择的影响 第一节 不同层次组织文化对  
战略选择的作用机理 第二节 组织文化对不同层次战略选择的影响 第七章 组织文化对企业战略  
实施的影响 第一节 组织文化与企业战略实施作用机理分析 第二节 组织文化特质识别 第  
三节 战略实施过程中的组织文化匹配与调适第3篇 组织管理篇 第八章 组织理论发展及其文化脉络  
第一节 西方组织理论演变及其文化脉络 第二节 组织理论动态与趋势 第九章 社会文化对组织  
结构模式的影响 第一节 社会文化环境对组织结构模式的影响 第二节 中国传统文化对组织结  
构模式的影响 第十章 组织结构模式的文化内涵 第一节 简单结构模式 第二节 官僚结构模式  
第三节 有机结构模式 第十一章 组织文化与组织变革的互动关系 第一节 组织文化在组织变  
革中扮演的角色 第二节 组织变革过程中组织文化的作用机理 第三节 组织文化对组织发展的  
作用 第十二章 组织文化对组织学习的影响 第一节 组织学习的起源及其内涵 第二节 组织学  
习文化障碍的克服 第三节 学习型组织的创建第4篇 生产运作管理篇 第十三章 生产运作模式的演  
变及其文化脉络 第一节 生产运作模式的演变过程分析 第二节 生产运作模式的文化解析 第  
十四章 生产运行与控制系统的演变及其文化脉络 第一节 生产控制模式及其文化内涵 第二节  
生产运行模式及其文化内涵 第三节 文化主导生产运行与控制系统发展 第十五章 质量管理发展  
及其文化内涵 第一节 质量管理阶段及其文化意蕴 第二节 质量管理新模式及其文化内涵  
第三节 质量文化 第十六章 供应链管理发展及其文化内涵 第一节 供应链管理的演变历程及其文  
化脉络 第二节 供应链管理新模式及其文化内涵 第三节 供应链的文化整合第5篇 营销管理篇  
第十七章 营销的发展及其文化脉络 第一节 前营销时代——“以自我为中心的阶段” 第二节  
营销时代——“以顾客为中心的阶段” 第三节 后营销时代——“以社会为中心的阶段” 第十八  
章 文化对营销管理的作用 第一节 文化对消费者行为的作用 第二节 文化对营销机制的作用  
第三节 传统文化对营销的影响及启示 第十九章 文化对营销策略的影响 第一节 文化对产品的  
影响 第二节 文化对定价的影响 第三节 文化对渠道的影响 第四节 文化对促销的影响 第  
二十章 文化主导营销新发展 第一节 交易营销转入关系营销 第二节 道德营销——中国语境下  
关系营销发展的归宿第6篇 人力资源管理篇 第二十一章 人力资源管理理论发展及其文化脉络 第  
一节 渊源与发展历程 第二节 人力资源管理理论动态与趋势 第二十二章 社会文化对人力资源管  
理的影响 第一节 社会文化对人力资源管理的影响机理 第二节 儒家文化蕴含的人力资源管理  
思想 第三节 道家文化蕴含的人力资源管理思想 第四节 佛家文化蕴含的人力资源管理思想  
第二十三章 组织文化对人力资源管理的影响 第一节 组织文化对人力资源流动的影响 第二节  
组织文化对绩效管理的影响 第三节 组织文化对薪酬的影响

章节摘录

英国演化生物学家道金斯（Dawkins）于1976年在《自私的基因》中提出了文化模因（Meme）一词，他认为模因是一个表达文化传播的单位，或一个复制的单位，如旋律、观念、宣传语、流行的服装、建筑式样等，文化是一个可以被不断衍生和复制的复杂的社会规则系统，文化对人的影响遵循着类似于生物基因遗传特征对人影响的规律，只是具有文化演化所独有的特征。

在国内，笔者率先从生态学的角度研究文化演化问题，在《组织文化的演化：社会生物学视角》一文中，阐述了文化通过模因对人行为的影响机理：模因是不断模仿过程中形成的共性的文化概念，是和基因相等价的复制因子，在基因指导着生物的进化同时，模因也在指导文化的进化，人类的基因继承和进化与文化的继承和进化是相互独立的两个过程。

生物基因的选择遵循着完全理性的达尔文法则，基因的选择完全以其所发挥的功能和对环境的适应度来决定，环境构成选择压力，最终决定基因选择取向，影响进化结果。

类似地，文化模因选择也受制于文化环境构成的选择压力，只是选择过程更加复杂，因为文化是一个整体的概念，在影响人的行为过程时不是靠单个的模因发挥作用，而是众多模因综合形成选择压力，通过组织惯例、思维习惯等形式在深层次上影响人的行为，这种影响如同空气和电磁场，任何人都无法逃避，但又难以察觉。

<<长寿·夭折·涅槃>>

#### 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>