

## <<企业文化史>>

### 图书基本信息

书名：<<企业文化史>>

13位ISBN编号：9787509610398

10位ISBN编号：7509610397

出版时间：2010-8

出版时间：经济管理出版社

作者：刘光明

页数：344

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>

## &lt;&lt;企业文化史&gt;&gt;

## 前言

我在剑桥大学三一学院学习时，正是自由资本主义在欧美向垄断资本主义发展的时代。此前的30年，许多对人类文明有重要影响的新技术，如电、内燃机等发明推动了企业发展，横贯北美大陆的铁路也于此时建成。

大工业、大企业的普及、发达促进了经济的迅速发展，新产品大量出现。

市场经济转入激烈的竞争阶段，商业竞争成为资本主义经济的一大特点。

大量商品需要通过某种渠道使顾客熟悉，以便促进销售。

这些推销活动主要有四个方面：人员推销、公共关系、营业推广和广告，广告无疑是一种重要的促销手段。

20世纪50年代我对文学、广告史和文化史产生了浓厚的兴趣，当时我的博士论文主要探讨经济发展中的技术选择问题，既探讨了资本贫乏的国家在何种条件下可以采用资本密集型技术的问题，同时也对哲学与伦理学的问题钟情有加，该论文次年以《技术选择》（1960年）为题正式出版。

随着经济的发展，欧洲的娱乐事业也开始兴旺起来。

各种演剧、杂技、酒吧、舞厅的营业对象已由过去的少数达官贵人推广到为数众多的中产阶级，以至于一般市民，娱乐业的竞争也加强了对广告的需求。

现代广告就是在此背景下开始发展起来的。

这一阶段中的广告形式，以招贴画和路牌广告为主。

广告设计多是由画家兼任的，几乎没有专业的广告设计师。

英国著名插图画家奥布里·比尔兹利（Anberly Beardsley）、法国著名画家亨利·图卢兹-劳特里克等人都曾画过大量招贴画及海报。

当时广告的构思基本上是绘画型的，看上去就像是一幅美术作品，只不过是画中人物手上捧着某种商品而已，显得有些牵强，独特的广告语言尚未形成。

由于彩印技术还比较落后，费用昂贵，所以这个阶段的招贴广告中石印画占了较大比例。

20世纪的前20年，资本主义的激烈争夺引发了1914~1918年的第一次世界大战，战争对整个西方的影响很大。

国际联盟于战后在日内瓦成立，更促进了商品经济在国际范围内的发展。

在战争的刺激下，各种现代交通事业（如航海、航空、长途汽车客运等）得到很大发展。

服务性行业的领域除了传统的旅游业、娱乐业之外，远程交通、现代旅游等方面也有了很大的发展。

服务性广告的比重迅速上升，如著名的英国豪华游船“泰坦尼克号”在1912年进行处女航之前就曾广贴海报，招徕乘客。

## <<企业文化史>>

### 内容概要

我的导师沙因认为，从宏观层面看，人类的文化、艺术、宗教、哲学。特别是产业史、企业史从各个视角、各个维度影响企业文化的发展；从微观层面的企业实践看也是如此。

正如获联合国企业社会责任和全球契约委员会。

“最具诚信精神的公司”奖和“最具诚信精神的企业家”奖的中国企业——金誉（河南）包装有限公司（李中灵）、西子联合（王水福）、青岛港（常德传）等，他们不仅创造了令人瞩目的物质财富，而且还创造了各具特色的精神文化财富。

从这个意义上说，是这些企业家撰写着中国的企业文化史。

本书分为国际企业文化思潮、国际企业文化的兴起、国内企业文化的兴起、企业管理文化思想的渊源四篇对企业文化史进行了介绍。

## <<企业文化史>>

### 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。

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。

2008年为青岛港、西子联合控股公司实施的企业社会责任报告获联合国企业社会责任委员会学术委员会优秀研究报告一等奖。

曾到中南海为党和国家领导人讲过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。

中华人民共和国民政部紧急救援中心专家委员会首席专家。

出版的主要著作有：中国社会科学院研究生院教材《企业文化》、《企业文化案例》、《中外企业文化案例》、《现代企业家与企业文化》、《企业形象导入》、《经济活动伦理研究》、《新商业伦理学》、《诚信——企业品格的力量》、《企业信用》、《伦理、文化、业绩等多重视角的研究》等，其中多部著作被翻译成英、法、日、韩文作为国外著名大学管理学教材。

被美国芝加哥大学聘为伦理管理学教授，被韩国成均馆大学、英国曼彻斯特大学聘为管理学特聘教授、博士生导师。

出版的译著有：《海豚式动力营销》、《企业文化世界名著解读》等多部著作。

由中央电视台2套摄制、中国科学文化音像出版社出版的、由刘光明主讲的8小时光盘《如何创建自己的企业文化》在同类题材光盘销售排行榜上排名第一。

兼任国际企业文化及企业形象研究会（柏林）常务理事、中国企业形象策划委员会企业文化中心主任、中国书画家协会常务理事。

出版有关企业管理、企业文化、中国书画研究、书画欣赏与鉴定的个人专著30余部及论文300余篇。

## &lt;&lt;企业文化史&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 国际企业文化思潮 第一章 企业文化的思想起源 第一节 沙因的企业文化思想 一、沙因及其简介 二、组织文化的定义 三、组织文化的五个维度 四、组织文化的生成过程 第二节 《人类发展报告》中的人文精神 一、联合国《人类发展报告》简介 二、《人类发展报告》反映的发展观和发展尺度 三、人类发展指数 第三节 阿马蒂亚·森的人文精神 一、阿马蒂亚·森的研究领域 二、经济学与伦理学的背离 三、阿马蒂亚·森的观点 四、对森观点的点评 第四节 罗伯特·莱恩的幸福度研究 一、什么是幸福 二、莱恩的幸福观 三、民主制度下幸福的缺失 本章小结 思考题 本章案例江苏电力：以科学发展观统领企业发展 参考书目 推荐读物 第二章 文化创造价值 第三章 企业文化再造 第四章 跨文化管理 第二篇 国际企业文化的兴起 第五章 理念文化 第六章 管理文化 第七章 营销文化 第八章 社会责任文化 第九章 跨文化管理 第三篇 国内企业文化的兴起 第十章 文化的冲击 第十一章 特色鲜明的中国企业文化 第十二章 树立责任文化 第四篇 企业管理文化思想的渊源 第十三章 企业文化的闪光点 第十四章 企业文化阶段参考文献 后记

## &lt;&lt;企业文化史&gt;&gt;

## 章节摘录

认同，但是它们会体现在组织的建筑物、文件以及组织其他的物质层面上。

沙因认为，这些内容的讨论都没有涉及文化的本质。

他认为，文化是一个特定组织在处理外部适应和内部融和问题中所学习到的，由组织自身所发明和创造并且发展起来的一些基本的假定类型，这些基本假定类型能够发挥很好的作用，并被认为是有效的，由此被新的成员所接受。

以上所列举的文化不过是更加深层的文化的表象，真正的文化则是隐含在组织成员中的潜意识，而且文化和领导者是同一硬币的两面，当一个领导者创造了一个组织或群体的同时就创造了文化。

沙因认为，文化由以下三个相互作用的层次组成：（1）物质层：可以观察到的组织结构和组织过程等。

（2）支持性价值观：包括战略、目标、质量意识、指导哲学等。

（3）基本的潜意识假定：潜意识的、暗默的一些信仰、知觉、思想、感觉等；目前的文化研究大多停留在物质层和支撑性价值观的层面，对于更加深层的事物挖掘不够。

三、组织文化的五个维度 关于组织文化的细分，沙因综合前人对文化比较的研究成果，对深层的、处于组织根底的文化分成以下五个维度：（1）自然和人的关系：指组织的中心人物如何看待组织和环境之间的关系，包括认为是可支配的关系还是从属关系，或者是协调关系等。

组织持有什么样的假定毫无疑问会影响到组织的战略方向，而且组织的健全性要求组织对于当初的组织环境假定的适当与否具有能够随着环境的变化进行检查的能力。

（2）现实和真实的本质：组织中对于什么是真实的，什么是现实的，判断它们的标准是什么，如何论证真实和现实，以及真实是否可以被发现等一系列假定。

同时包括行动上的规律、时间和空间上的基本概念。

他指出在现实层面上包括客观的现实，社会的现实和个人的现实。

在判断真实时可以采用道德主义或现实主义的尺度。

（3）人性的本质：包含哪些行为是属于人性的，哪些行为是非人性的，关于人的本质假定和个人与组织之间的关系应该是怎样的等假定。

（4）人类活动的本质：包含哪些人类行为是正确的，人的行为是主动的还是被动的，人是由自由意志所支配的还是由被命运所支配的，什么是工作，什么是娱乐等一系列假定。

（5）人际关系的本质：包含什么是权威的基础，权力的正确分配方法是什么，人与人之间关系的应有态势（如是竞争的或互助的）等假定。

沙因认为，组织文化决定了组织价值观以及在此价值观之下的组织行为，而且是深刻地隐含在组织深层的东西，要了解它是非常困难的。

通过对组织构造、信息系统、管理系统、组织发表的目标、典章以及组织中的传说等物质层面的分析，能够推论得到的文化信息是有限的。

在论证中他举出两个组织结构完全相同的企业，它们的文化可能是完全不同的。

为了更好地解释一个组织的文化，沙因建议利用群体面谈和群体讨论的方法，而且对于以上所列举的五个文化维度分别列举了一些应该讨论的内容。

<<企业文化史>>

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>