第一图书网, tushu007.com

<<现代企业文化通识教程>>

图书基本信息

书名：<<现代企业文化通识教程>>

13位ISBN编号：9787542919663

10位ISBN编号：7542919660

出版时间：2008-1

出版时间：立信会计

作者：李建华

页数：242

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

企业是先进生产力的承载者，企业文化是企业生存与发展的灵魂和精神支柱。
面对世界经济一体化、知识化和网络化的大趋势，面对国内外形势发展的复杂化，面对企业目标与愿景、企业价值观、企业精神、企业伦理道德、企业安全、企业礼仪等诸多文化在企业竞争中的考验，我将企业文化知识和企业文化的最新变化编著成书与读者一起分享。
企业文化虽然不能直接产生经济效益，但它是企业能否繁荣昌盛并持续发展的关键因素。
前通用电气公司的首席执行官杰克?韦尔奇说过，“ 健康向上的企业文化是一个企业战无不胜的动力之源 ”。
我国著名经济学家于光远说过，“ 关于发展，三流企业靠生产，二流企业靠营销，一流企业靠文化 ”。
海尔公司首席执行官张瑞敏说过，“ 企业文化是海尔的核心竞争力 ”。
本书主要有四个特点：　　第一，着重通俗性、易懂性、易学易会性。
本书能帮助读者花费较少时间和精力学到大量企业文化相关知识，特别是能学到企业文化的最新知识，掌握企业文化的变化走势，不故弄玄虚，不故作深奥。
第二，强调实用性、针对性、鲜活性、可操作性。
本书选用了大量应用性强、针对性强、生动又有可操作性的案例，书中每章后面均附有与本章直接相关的经典案例或前卫性的个性案例。
第三，注重时代性、前瞻性、系统性。
本书将“ 企业愿景与企业文化理想 ”、“ 社会责任与伦理道德文化 ”、“ 企业安全文化 ”、“ 企业礼仪文化 ”、“ 跨国企业文化 ”、“ CIS与企业文化传播 ”等最新内容融入其中，为读者描绘了一幅现代企业文化色彩和企业文化未来发展的斑斓图谱。
本书在融入最新内容的同时又非常注重框架结构及其内容的关联性。
第四，突出可读性、哲理性、趣味性。
本书每章开篇语都以名人名言、哲人哲语或幽默语言作为导读，书中融入了较多的趣味案例、趣味试验、趣味语言、哲理故事，意在培养和增加读者的兴趣，强化读者的记忆，以求获得最佳学习效果。
本书可作为高等院校相关专业本专科学生的通用教材，也是企业界和“ 企业文化 ”爱好者自修的理想用书。
诚心希望本书能成为你打开企业文化之门的“ 金钥匙 ”和企业文化的“ 护照 ”，随你走向世界，挑战未来。

内容概要

《现代企业文化通识教程》将“企业愿景与企业文化理想”、“社会责任与伦理道德文化”、“企业安全文化”、“企业礼仪文化”、“跨国企业文化”、“CIS与企业文化传播”等最新内容融入其中，为读者描绘了一幅现代企业文化色彩和企业文化未来发展的斑斓图谱。
《现代企业文化通识教程》在融入最新内容的同时又非常注重框架结构及其内容的关联性。

书籍目录

第1章 导说1.1 企业文化在国外1.1.1 国外企业文化的兴起1.1.2 国外企业文化的发展1.1.3 国外企业文化的特征1.2 企业文化在中国1.2.1 中国企业文化的形成和发展1.2.2 中国企业文化的特征1.3 企业文化的影响1.3.1 企业文化对员工的影响1.3.2 企业文化对企业业绩的影响1.3.3 企业文化对企业和谐发展的影响1.3.4 企业文化对社会的影响案例链接【案例1—1】 沃尔玛独特的企业文化【案例1—2】 TC1的企业文化特色第2章 现代企业文化诠释2.1 现代企业文化的含义2.2 现代企业文化的特征2.3 现代企业文化的内容和架构案例链接第3章 企业目标与企业愿景第4章 现代企业价值观第5章 现代企业精神第6章 现代企业制度文化第7章 现代企业伦理道德第8章 现代企业品牌文化第9章 现代企业安全文化第10章 现代企业礼仪文化第11章 跨国企业文化第12章 CIS与现代企业文化传播主要参考文献

章节摘录

第1章 导说　　正如美国管理学家法兰西斯所言：“ 你能用钱买到一个人的时间，你能用钱买到劳动，但你却不能用钱买到热情，你不能用钱买到主动，你不能用钱买到一个人对事业的奉献。
而所有这一切，都是我们企业家可以通过企业文化的设置而做到。
”利润和金钱纵然能使你着迷，但高尚的文化能使你得到内心的自由和安定。
一个最感骄傲的企业家，就是在企业经营中能创造出比利润更有价值的文化。
1.1 企业文化在国外　　一年一度的《财富》世界500强企业排名，总是那样引人注目，是因为这些企业代表了当今世界企业发展的方向。
而据IBM咨询公司对世界500强企业的调查表明，正是优秀的企业文化使这些企业能够出类拔萃，而且它们令人瞩目的技术创新、体制创新和管理创新都根植于优秀而独特的企业文化。
1.1.1 国外企业文化的兴起　　企业文化作为一门学科和管理理论，首先是在国外兴起的。
国外企业文化理论形成的标志是1981年和1982年期间美国管理学界出现的四部名著：即《Z理论——美国企业界怎样迎接日本的挑战》、《日本企业管理艺术》、《企业文化》和《寻求优势——美国最成功公司的经验》。
这四部重要著作被称为新潮流的“ 四重奏 ”。
它们以全新的思路、生动的例证、独到的见解和精辟的论述，提出了企业文化问题。
许多管理专家也纷纷撰写文章、著作进行探讨，阐述企业文化产生、发展的原理及其重要意义。
美国的《商业周刊》和《财富》杂志为此分别出过专辑。
人们经过广泛深入地讨论和研究，逐渐使企业文化系统化、理论化，并成为一门新兴的管理学科。
企业文化理论之所以引起企业界和诸多学者的广泛关注和研究，并被称为企业界的一场深刻革命，就在于它给企业注入了新的活力，同时也给企业带来了有形和无形的、经济和社会的效益。
企业文化成了促进企业业绩和经济增长的有效手段和精神动力。

编辑推荐

《现代企业文化通识教程》可作为高等院校相关专业本专科学生的通用教材，也是企业界和“企业文化”爱好者自修的理想用书。

第一图书网, tushu007.com

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