第一图书网, tushu007.com

<<文化建设管理-企业规范化管理系统实施 >

图书基本信息

书名：<<文化建设管理-企业规范化管理系统实施方案>>

13位ISBN编号：9787121152375

10位ISBN编号：7121152371

出版时间：2012-3

出版时间：电子工业出版社

作者：舒化鲁

页数：341

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

企业组织是由目标体系、组织结构、岗位员工、运行流程和企业文化等五个部分紧密联系、相互渗透、相生相克构成的有机整体，与企业管理规范化的实施必须相互对应。
企业文化是企业组织的基因密码，企业能否实现持续快速发展、基业长青，与其企业文化关系甚为密切。
企业组织发生任何形式的困厄和挫折，都可从其文化中找到端倪和必然性。
基因决定论在企业发展上也是真理，因而文化建设这一基因工程相对于任何一个希望持续快速发展的企业都是不可拖延的项目。

企业文化就是企业组织共同价值观念、共同思维方式、共同行事习惯等
“ 三个共同 ”形成的。
企业文化是由核心层的价值观念，理论层的伦理哲学和科学技术，实体层的流程标准、规章制度、伦理道德、风俗习惯，以及表象层的语言艺术、形象艺术共四个层次九个要素构成的。
文化建设必须盯住“ 三个共同 ”，通过四个层次九个要素的构建达成目标。
企业文化的任何一部分都是由复制因子这一元素构成的，文化建设的过程就是对“ 三个共同 ”和四个层次九个要素的构成元素——复制因子进行聚合优化的。

企业所需要的仅仅是能推动和促进企业持续快速发展的强势企业文化，文化建设也就是不断把能推动和促进企业持续快速发展的复制因子聚合到企业组织的“ 三个共同 ”中来，并且提升其复制能力。
只有同时满足性质上的先进性、特征上的实用性、体系上的完整性、发展上的自动性、理论上的严密性、形式上的简洁性、表现上的艺术性等七个方面要求的企业文化才是强势企业文化。

文化建设的实施包括规划、备料、施工和完善四个阶段的工作。
规划就是选择设计确定文化建设的目标模式，舒化鲁编著的《企业规范化管理系统实施方案 · 文化建设管理》在此分析介绍了七种可供备选的强势企业文化模式及其选择确定的具体方法。
备料就是对企业文化构成要素进行集合构建，本书在此对应四个层次的构成要素，分别分析、介绍了其具体构建方法。
施工就是把要素集合构建所形成的文本文案转换为企业组织运行实施和成员的思想行为，本书在此对应企业组织构成的另外四个部分分别分析、介绍了其整合实施的具体方法。
完善就是把企业文化分为多个模块，不断进行优化完善，《企业规范化管理系统实施方案 · 文化建设管理》把企业文化分为内部管理、外部营销、商务合作三个模块，就其完善的思路方法进行了分析、介绍。

内部管理模块，是运用权力、组织、文化三种工具，构筑尊重人、信任人、关怀人、教诲人、激励人、约束人六种不同的情境，以影响、作用于组织成员的行为选择的过程。
外部营销模块是运用品牌、服务、广告、渠道、价格、人员五种工具，构筑理解、关怀、引导、欺骗、强卖五种不同的情境，以影响、作用于客户行为选择的过程。
商务合作模块是运用管理、资金、技术、物料和市场五种工具构筑委曲请求、利益诱导、优势引导、接济牵引、虚利哄骗五种不同的情境，以影响、作用于商务伙伴行为选择的过程。
《企业规范化管理系统实施方案 · 文化建设管理》通过这种结构式分析，使文化建设管理工作变得简单、有效而不再神秘了。

作者简介

舒化鲁，中国企业规范化管理权威专家，山东经济学院管理科学研究中心首席专家，中华企管网集团规范化管理首席顾问，华夏智业管理学院中国式管理研究中心规范化管理专家，北大纵横企业规范化管理研究中心首席专家，中国企业规范化管理网首席专家，北京汉威中兴企业管理研究中心首席专家。

作者长期致力于企业规范化管理的理论和方法研究、咨询和演讲，足迹遍及二十多个省市，为航天科工、中兴通讯、兖矿集团、重汽集团、长天集团、潍百集团、济南二机、中远集团、冶金研究总院等十多个行业的企业提供过服务。

作者研究成果颇丰，发表论文近百篇，出版专著七部，完成省部级课题六个。

书籍目录

第一篇　文化建设管理规范化实施的思路
　第一章　不良企业文化早晚会把企业推向死路
　一、企业文化在性质上有良莠之分
　二、安然的企业文化导致安然的毁灭
　三、小鸭追赶海尔计划失败：忽略了文化的作用
　第二章　基因决定论在企业发展上也是真理
　一、看不见的战线：企业文化竞争
　二、企业需要的只是强势企业文化
　三、没有强势企业文化的企业，仍是乌合之众
　四、达成人和的最佳途径：用自我约束取代外在约束
　第三章　企业文化的科学内涵
　一、企业文化的定义
　二、企业文化不等于企业形象识别系统
　三、企业文化四个层次的存在分析
　四、没有“三个共同”，就没有企业文化
　五、企业文化“三个共同”之间的关系
　六、企业文化的“三个共同”与共同情感情绪的关系
　第四章　文化的构成元素——复制因子
　一、“三个共同”的构成元素：复制因子
　二、何为复制因子
　三、复制因子的两类载体
　四、“三个共同”都是复制因子
　五、情感情绪是由复制因子激活的
　六、文化是复制因子的集合
　第五章　复制因子成为企业文化集合构成元素的条件
　一、复制因子成为价值观念构成元素的条件
　二、复制因子成为思维方式构成元素的条件
　三、复制因子成为行事习惯构成元素的条件
　第六章　企业文化的内在作用机制
　一、人的三类行为
　二、人的行为选择机理
　三、非完全意识行为不是潜意识行为
　四、无意识行为与意识行为的区别
　五、文化在人的行为选择过程中发挥作用的条件
　六、企业文化发挥管理作用的三条途径
　第七章　企业文化建设及其发展演变
　一、企业文化建设的本质
　二、文化的发展演变就是其复制因子消散聚合的过程
　三、企业文化建设与强制约束的关系
　四、人的行为选择机制与企业文化的四个构成层次
　五、企业文化建设与规范化管理的关系
　六、“三个共同”的构建形成也必须借用“三位一体”的管控技术
　第八章　企业文化的管理作用不实的原因
　一、企业文化建设的方向失准
　二、企业文化内涵定义混乱

三、企业文化的分类混乱
四、企业文化构成理论的混乱
五、企业文化建设工作偷工减料
第二篇　文化建设管理规范化的标准
第一章　强势企业文化的基本要求
一、性质上的先进性的标准要求
二、特征上的实用性的标准要求
三、体系上的完整性的标准要求
四、发展上的自动性的标准要求
五、理论上的严密性的标准要求
六、形式上的简洁性的标准要求
七、表现上的艺术性的标准要求
八、文化建设管理必须以强势企业文化建设为目标
第二章　文化建设目标模式选择设计的标准要求
一、文化建设目标模式选择设计的意义
二、企业内部实际分析界定的标准要求
三、企业外部实际分析界定的标准要求
四、企业文化建设目标模式模板选择分析的标准要求
五、企业文化建设目标模式的设计完善分析的标准要求
第三章　企业文化构成要素设计、构建管理的标准要求
一、企业文化构成要素设计、构建管理的基本要求
二、企业文化核心层构成要素设计、构建管理的标准要求
三、企业文化理论层构成要素设计、构建管理的标准要求
四、企业文化实体层构成要素设计、构建管理的标准要求
五、企业文化表象层构成要素设计、构建管理的标准要求
第四章　企业文化建设落地融合管理的标准要求
一、企业文化不能独立于企业组织另外四个构成部分之外
二、企业文化集合构建完成还只是其文本文案的完成
三、企业文化在落地融合之前都只能是企业文化表象层
四、企业文化融合企业组织另外四个构成部分的总体要求
第五章　内部管理模块发展完善管理的标准要求
一、企业文化发展完善管理的内容分析
二、内部管理模块是企业文化的核心
三、三种管理实施工具与六种管理方式的对应关系
四、管理模式的内涵、种类及其选择思路
五、管理模式选择的人性认知限制
六、管理模式选择的其他限制
七、管理模式的构成组合分析
八、内部管理模块发展完善管理的具体要求
第六章　外部营销模块发展完善管理的标准要求
一、外部营销模块的内涵
二、外部营销的五个营销方式
三、营销模式的构成组合分析
四、外部营销模块发展完善管理的具体要求
第七章　商务合作模块发展完善管理的标准要求
一、商务合作模块发展完善管理的内容分析
二、商务合作的五个合作方式

三、商务合作的实施工具
四、商务合作模的构成组合分析
五、商务合作模块发展完善管理的具体要求
第三篇　文化建设管理规范化的方法
第一章　文化的分类分析方法
一、无为出世型文化
二、物本交易型文化
三、权本等级型文化
四、人本人性化文化
第二章　企业文化建设目标模式模板的选择方法
一、不可选作企业文化建设目标模式模板的四种文化
二、等价交换式企业文化
三、慈父关爱式企业文化
四、能人强权式企业文化
五、角色法权式企业文化
六、诚信友爱式企业文化
七、民主平等式企业文化
八、公平竞争式企业文化
九、企业文化建设目标模式模板选择必须注意的问题
第三章　企业文化建设的要素构建实施方法
一、企业文化的内部结构集合分析
二、价值观念集合的特征分析
三、企业文化核心层的价值观念必须涵盖的九大关系
四、企业共同价值观念形成的四条途径
五、企业共同价值观念形成的四个阶段
六、企业文化核心层的价值观念设计构建的实施方法
七、企业文化理论层构成要素设计、构建的实施方法
八、企业文化实体层构成要素设计、构建的实施方法
九、企业文化表象层构成要素设计、构建的实施方法
第四章　企业文化建设融合实施的方法
一、企业文化建设直接是企业组织运行管理规范化的实施
二、企业文化集合与企业组织运行融合的方式分析
三、企业文化与企业目标体系的融合实施
四、企业文化与企业组织架构的融合实施
五、企业文化与企业岗位员工的融合实施
六、企业文化与企业运行流程的融合实施
七、企业文化与企业组织运行过程融合的检验分析
第五章　企业文化建设落地实施的管控方法
一、流程标准管控
二、责任制度管控
三、跟踪表单管控
第六章　企业文化发展完善的实施方法
一、企业文化必须与时俱进
二、企业文化管理是企业文化建设的一个阶段
三、企业文化建设目标模式可以通过企业文化管理管出来
四、通过文化管理管出强势企业文化的条件
五、企业文化管理三个模块的功能作用

六、三个模块之间的关系
七、三个模块发展完善的实施方法
第七章　人性化管理模式的具体实施方法
一、一件真正的奇案
二、检查
三、改正
四、行动
五、规范
第八章　三种常用管理方式的运用方法
一、教诲人管理方式的内涵和实施技巧
二、激励人管理方式的内涵和实施技巧
三、约束人管理方式的内涵及实施技巧
参考文献
后记

章节摘录

二、企业需要的只是强势企业文化　　企业组织的基因就是企业文化，但企业所需要的仅仅是能推动和促进企业持续快速发展的强势企业文化。

笔者反反复复地讲过一个观念，企业文化并不是企业组织自主建设了才有，就像人在不懂基因之前，但这种基因早已在人体中存在一样。

企业文化是什么？

不要把它神秘化了。

它就是企业组织行为活动的一种历史沉淀，一个企业组织只要连续存在三五年，它的企业文化也就逐渐形成了，尽管没有人倡导进行企业文化建设。

只不过这种企业文化是不是它所需要的那种企业文化，则是另外一回事。

这就像任何一个人都希望自己拥有健康长寿的基因，使自己抵御病灾的能力强，能保证自己健康和长寿一样。

企业所需要的企业文化也是如此。

企业是由人所构成的一个社会经济组织，这个社会经济组织中的每一成员的利益的实现，都依赖于企业的发展。

因此，企业所需要的企业文化，也就仅仅是具有推动和促进企业持续快速发展作用的企业文化，这也就是强势企业文化。

如果企业文化不是强势企业文化，不仅起不到推动和促进企业持续快速发展作用，相反，还会把企业频繁地陷于危机之中。

那么，这种企业文化相对于企业而言，则是有害的。

就像遗传病一样，只要在外部环境稍微不利的情况下就会让人陷于病痛之中，甚至直接夺走人的生命。

企业文化如果不是能推动和促进企业持续快速发展的强势企业文化，那么它就会放大它在外部环境竞争中的劣势，使企业在这种竞争中处于更加不利的地位，最终因短命而关闭。

……

媒体关注与评论

本书是对当代世界上最优秀企业的管理实施措施和办法的总结，是在运用我国古代丰富的管理思想理论的基础上完成的，超越了具体企业的具体经验的限制，从而使之不仅体系完整，而且具有充分的现实可操作性。

——中国著名经济学家 李京文院士　　作者把王道的德治化做了企业谋求基业长青、经久辉煌的具体操作思路和方法，实为难能可贵。
他在新书中，不仅把谋求管理者与被管理者之间关系的和谐直接作为管理本身必须达成的基本目标，并且提出了达成这种和谐关系的具体思路和方法，以及实施的具体行为标准。

——中国式管理大师 曾仕强教授　　作者静下心来，独辟蹊径，在介绍西方企业管理理论和方法的同时，深入企业管理的实践，联系我国企业管理的实际，融合我国古代丰富的管理思想，完成了具有我国特色的企业管理研究方法和理论构建的科研工程，令人感到欣慰和鼓舞。

——中国人民大学商学院 徐二明教授　　舒化鲁先生是我国企业规范化管理的权威专家，他把企业管理研究和企业管理咨询服务高度统一起来，在研究探索中为企业提供高质量的咨询服务，又在咨询服务中丰富了企业管理的理论和方法研究……从实践中来，又到实践中去，取得了国内企业管理界少有的丰硕成果。

——中国著名管理培训专家 余世维博士

编辑推荐

中国著名经济学家，李京文院士，中国式管理大师，曾仕强教授。
中国人民大学商学院，徐二明教授。
中国著名管理培训专家，余世维博士一致推荐。

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