第一图书网, tushu007.com

<<企业文化学>>

图书基本信息

书名：<<企业文化学>>

13位ISBN编号：9787300072883

10位ISBN编号：7300072887

出版时间：2006-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：罗长海

页数：766

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

本书是第一版和修订版（曾获2003年上海普通高校优秀教材一等奖）理论与实例的继承与发展。
全书由企业文化“基本原理”和“个案评析”两大部分构成。
“基本原理”阐明了企业文化的形态、定义、内涵、要素、结构、功能，分析了企业精神、企业伦理、企业思维与企业“性质”观；特别对企业文化的核心和企业形象，进行了独创性的深入探讨与论述；对国际企业文化的来龙去脉及其学说，作了全景式的描述；对中国特色的企业文化，进行了历史与逻辑相统一的梳理。
“个案评析”坚持历史与逻辑、观点与材料相统一的观点，评析了十几家公司的企业文化。
被评析的公司，既有国际知名的，也有国内优秀的；既有大型的，也有小型的；既有历史久远的，也有成立时间不长的；既有成功的，也有失败的。
它们各自都具有一定的典型意义和代表性，无论对企业文化的理论研究，还是对企业文化的实践建设，都有很高的参考价值和借鉴意义。
全书内容丰富，视野开阔，理论精到，多有创新。
有志在企业文化理论上创新突破的研究者，可用作参考；有心在企业文化实践中建功立业的企业家，可翻阅借鉴。
本书更是一本进行企业文化系统教育或短期培训的好教材。
本书特别适合于作为企业文化理论学习的配套教材使用。

作者简介

罗长海（1939-），教授，上海第二工业大学企业文化与企业形象研究所所长，《企业文化精品丛书》主编，主要研究哲学、自然辩证法、企业文化和企业形象。
著有《企业文化学》（1991年初版、1999年修订版）、《企业形象原理》、《微软文化》，合著有《企业文化要义》、《生产力观新视野》，合作编译有《精神文化与人》，主编有《企业文化探索》、《宝钢生态绿文化》等。
在《中国人民大学学报》、《社会科学辑刊》、《大自然探索》、《学术月刊》等刊物上发表论文以及在《文汇报》等报纸上发表文章近200篇，在《哲学译丛》、《自然科学哲学问题》、《国外社会科学》、《哲学与科学》等译刊上发表译文60多篇。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

上卷　企业文化学基本原理　导论　　一、文化生成的五个因素　　二、文化生成的五种情况　　三、企业文化的五种形态　第一篇　企业文化学的基本内容　　第一章　企业文化学的创立　　第一节　企业文化现象　　第二节　企业文化面面观　　第三节　企业文化的定义与内涵　　第四节　企业文化学的学科定位　　第二章　企业文化系统　　第一节　企业文化要素　　第二节　企业文化结构　　第三节　企业文化功能　　第三章　企业文化核心　　第一节　企业价值体系概论　　第二节　企业价值观的塑造　　第三节　企业价值体系类型　　第四章　企业意识　　第一节　企业精神　　第二节　企业伦理　　第三节　企业“性质”观　　第四节　企业思维　　第五章　企业形象　　第一节　企业形象概念　　第二节　企业形象战略　　第三节　企业形象调查　　第四节　企业形象设计　　第五节　企业形象塑造　　第六节　企业形象传播　　第七节　企业形象评价　　第六章　企业文化建设　　第一节　企业文化建设的一般程序　　第二节　企业文化与人　　第三节　企业文化重塑　第二篇　国际企业文化及其学说　第七章　国际企业文化的兴起　　第一节　国际企业文化兴起的基本标志　　第二节　时代的酝酿　　第三节　人心的向背　　第八章　市场发展与时代精神　　第一节　原始边界市场与自愿让渡意志　　第二节　低级常设市场与奴隶制精神……　第三篇　中国特色的企业文化下卷　企业文化学个案评析后记

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