

<<企业文化>>

图书基本信息

书名：<<企业文化>>

13位ISBN编号：9787302148616

10位ISBN编号：7302148619

出版时间：2007-5

出版时间：清华大学

作者：张德

页数：286

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>

<<企业文化>>

内容概要

本书是为大学本科学子编写的教材，也同时适用于MBA、硕士、博士和一切有志于管理的读者。作者是中国第一批研究企业文化的学者之一，把近20年的教学与研究经验渗透到字里行间，深入浅出地将企业文化的内容和类型、企业文化的地位和作用，如何诊断、测量和设计企业文化，如何扎扎实实建设优秀的企业文化，等等，都比较全面、准确地做了介绍。

本书力求突出三个特点： 1.理论概念准确、严谨，在各家之言中，选择最科学的加以介绍； 2.内容体系新颖、完整，包括国内外学者和我们自己最新的科研成果，有些内容是独一无二的； 3.理论联系实际，特别是切合中国的国情，力求有可操作性。

<<企业文化>>

书籍目录

总序前言第1章 企业文化基本概念 第一节 企业文化的内涵与结构 第二节 企业文化的影响因素 第三节 企业文化的类型 案例分析 摩托罗拉的“肯定个人尊严”第2章 企业文化与企业竞争力 第一节 从科学管理到文化管理——企业管理的软化趋势 第二节 文化竞争力——优秀企业的成功经验 第三节 文化力的作用 第四节 文化也是资本 案例分析 现代企业进入文化制胜时代第3章 企业文化建设概述 第一节 企业文化建设的含义 第二节 企业文化建设的步骤 第三节 企业文化建设的心理机制 第四节 企业文化建设的辩证思考 案例分析 华为：生生不息的原动力第4章 企业文化的诊断 第一节 企业文化诊断的意义与特点 第二节 企业文化测量的理论基础 第三节 企业文化的测量维度 第四节 企业文化测量量表的设计 案例分析 东方能源公司企业文化测量第5章 企业文化的设计 第一节 企业文化设计原则 第二节 企业文化设计的关键环节和技术 第三节 企业文化三个层次的设计 案例分析 中兴通讯独特的企业文化第6章 企业文化实施 第一节 企业文化建设的领导体制 第二节 企业文化建设的组织支持 第三节 企业文化职能部门的人员保证 第四节 企业文化建设的计划第7章 薪酬激励系统第8章 薪酬激励体系设计的原理第9章 各种激励薪酬模式第10章 高级管理人员的薪酬、激励与监督第11章 内部劳动力市场、升迁和竞标第12章 福利支出第13章 国外薪酬管理的实践

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>