

<<贾春峰说企业文化>>

图书基本信息

书名：<<贾春峰说企业文化>>

13位ISBN编号：9787501760299

10位ISBN编号：7501760292

出版时间：2003-9

出版时间：中国经济出版社

作者：贾春峰

页数：259

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>

<<贾春峰说企业文化>>

内容概要

《贾春峰说企业文化（增新版）》对企业文化、企业形象、企业战略与地区形象、地区战略、城市发展提出了一系列原创性、独特的新观念、新理念、新视角。为企业家提供了许多精确而有效的操作措施。

<<贾春峰说企业文化>>

作者简介

贾春峰，著名理论家，著名企业文化、企业形象、企业战略专家。

毕业于中国人民大学哲学系研究生。

曾任中共中央书记处研究室理论组副组长、中宣部理论局副局长、正局长级调研员、研究员。

现为中国经济市场研究会副会长、中国企业文化研究会副理事长。

在学术界最早提出加强市场经济中“文化力”的研究，论述了经济与文化“一体化”发展的10大特征。

1993年提出，“‘文化力’是综合国力的重要组成部分”，“21世纪的经济赛局将在很大程度上取决于‘文化力’的较量”，就企业文化、企业形象、企业战略与地区形象、地区战略、城市发展提出了一系列原创性、独特的新观点、新理念、新视角。

倡导的“好识好记好用”的中国化CI设计方略，具有重要实践价值，广为流传。

个人学术专著有《文化力》、《文化力观》、《企业力》、《文化力启动经济力》、《文化力制胜》、《踏着实践的足迹》、《在新起点上的拓展与深化》、《碧波万顷望无极》等11部。

发表论文300多篇。

被誉为“‘文化力’研究之父”、“‘文化力’研究第一人”。

<<贾春峰说企业文化>>

书籍目录

作者前记一、实施企业文化战略，确立文化力启动经济力的新理念1．人人争说企业文化2．对企业文化我常说三句话3．加入WTO企业的“文化整合”与“文化沟通”更为重要4．如何解决“文化障碍”问题?5．一个常常提出的问题：企业文化是什么?如何定位?4个不能定位6．“企业文化18说”7．一个简化了的公式：企业文化 = 价值理念 + 行为规范 价值理念与行为规范都必不可少，但二者相加并非全部内容怎么看价值理念的内涵与行为规范的内涵我为什么不讲企业文化的三个板块、三个层次?8．被称为管理理论的第四个阶段9．企业管理新潮流的“四重奏”10．企业文化理论最初提出的5大要素11．什么是企业“共生英雄”?为什么要创造“人企合一”的境界?12．企业文化理论出现的社会经济背景13．企业文化在中国的兴起14．概括企业精神的原则典型范例一典型范例二典型范例三典型范例四典型范例五企业精神园地异彩纷呈15．提炼企业精神的方法16．企业价值理念如何贯彻下去?17．企业精神、企业价值观、企业道德是企业行为中另一只“看不见的手”18．企业文化的功能有哪些?企业文化力的“力”有多大?19．建立学习型组织的企业文化，要明确衡量一个企业学习力大小的五个方面两位经理人关于培训的对话20．提升企业家“决策力”至关重要企业家学习更为重要21．要有“能选择的才能和能作出最佳选择的才能”22．决策力：两个数字的启示23．成功也是失败之母为企业家建言24．企业家人格魅力和气质风范的“锻造炉”什么是魅力?魅力从何而来?魅力的要素魅力越来越重要为企业家建言25．企业文化是企业差别化战略，具有不可模仿性和不可复制性26．讲企业创新不能不包括企业文化创新一个范例：IBM的企业文化创新企业家创新二字的内涵举例：两个推销员的故事为企业家建言5．名牌战略与企业持续创新观纠正名牌问题上的两点误解名牌系统工程的内涵6．名牌的文化含量越来越高7．服务增值战略产品质量创造形象，服务质量同样创造形象服务可“增值”亦可“减值”不能把“售后服务”变成“诉后服务”诱人的服务新理念服务品牌范例购买商品同时也在购买服务，但购买商品同购买服务不一样在服务的全过程中，必须摆正企业与顾客(客户、用户)的关系注重单个需求，开发个性化服务对抱怨顾客要换位思考让抱怨顾客变成忠诚顾客巩固老顾客与发展新顾客的作用不一样让老顾客成为企业的“活动广告牌”服务是一种双向互动的特殊的情感式劳动为企业家建言8．注重生命科学、绿色文化、环保意识与审美功能，确立没有夕阳产业、只有夕阳技术的新念为企业家建言附录1．贾春峰：“文化力”研究第一人——记者访谈录(《企业文化》2003年第4期、《学术探索》2000年第2期、《管理学家》杂志2002年11月号)2．贾春峰：经济赛局中的文化行者《中国经济时报》记者 许晖(《企业研究》1999年第期)3．行行重行行 探索无止境——“文化力”研究第一人贾春峰写真 《中国化工报》记者 赵晏彪(《中国化工报·文化周刊》2002年8月18日)4．市场经济与文化发展散论 贾春峰 (《人民日报》1994年2月9日)5．文化研究的新拓展 贾春峰 (《人民日报》1995年3月15日)6．信誉高于一切——论商德建设 贾春峰 (《人民日报》1995年10月20日)7．加强市场经济中“文化力”的研究 贾春峰 (《经济日报》1993年10月26日)8．“商业文化”研究述评 贾春峰 (《经济日报》1994年3月18日)9．注重提升名牌的文化含量 贾春峰 (《光明日报》1999年9月20日)10．评莱斯特·瑟罗所著《21世纪的角逐》 贾春峰(《改革》杂志1993年第5期、《新华文摘》1993年11月号)11．不倦的追求——《碧波万顷望无极》贾春峰12．文化力：我的学术研究的新起点——《文化力》自序 贾春峰13．《文化力观》引言 贾春峰

<<贾春峰说企业文化>>

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>