

<<企业文化世界名著导读>>

图书基本信息

书名：<<企业文化世界名著导读>>

13位ISBN编号：9787509606599

10位ISBN编号：7509606594

出版时间：2009-9

出版时间：经济管理出版社

作者：刘光明

页数：267

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>

<<企业文化世界名著导读>>

前言

在全球经济危机的大背景下，从恐惧危机到敬畏、崇尚伦理化经营管理的国际大潮正在席卷全球，事实证明，成功的企业文化和成功经济体都离不开管理伦理和商业伦理。

失败的企业和失败的经济体也都是因为违背了管理伦理和商业伦理。

2008年9月30日，在纽约召开的国际企业社会责任论坛上，金誉（河南）包装有限公司获联合国国际企业社会责任和全球契约委员会授予的“国际最具诚信精神的公司”称号，董事长李中灵被授予“国际最具诚信精神的企业家”。

金誉公司从创业的第一天开始，就把企业声誉视为生命。

《企业文化世界名著导读》第一辑选了14本书，同时还选了14个中外企业案例，金誉（河南）包装有限公司的案例就是其中之一。

保罗·克鲁格曼（Paul Krugman）最近在纽约企业社会责任国际论坛上的发言中指出：金融危机的本质是伦理危机，是商业伦理的缺失。

保罗。

克鲁格曼是2008年诺贝尔经济学奖得主，曾任美国麻省理工学院经济学教授。

他两次预言赢得世界瞩目，一是成功预言了“1997年亚洲金融危机”；二是成功预言了2008年美国引发的金融危机。

针对2008年全球经济危机，阿马蒂亚·森和沙因为联合国撰写的《2008年人类发展报告》特别强调了伦理管理教育和经济伦理教育，缺少这两种教育，经济的发展会偏离道德的轨道，最终危及社会和人类自身，2008年以来的金融危机就是惩罚。

西方一些大国的经济体长期存在着双赤字（财政和经常项目赤字），靠大量借贷来维持高消费。

银行利用高杠杆获取巨额利润，这样的运行模式本身就是逆经济伦理而行的，当这样的泡沫破裂时，全世界就不可避免地陷入了一场巨大的灾难。

这些现象说明经济运行离不开商业伦理和企业文化。

为什么伦理化经营管理（伦理管理）如此重要？

从国际学术界、教育界看，伦理管理受到广泛的重视，它是哈佛、剑桥和牛津商学院MBA的第一门主课；从中国近年来的现实看，从瘦肉精、苏丹红、红心鸭蛋事件到三鹿奶粉事件、国美黄光裕事件，都是企业缺失商业伦理所致；从世界范围看，解决金融危机、重塑金融秩序有赖于伦理管理，有赖于建立先进的企业文化。

基于这个思想，我们编写了这套丛书，编译了这本导读。

希望我们的企业从世界企业文化的经典文献中学习和汲取对自己有用的东西，使自己的企业生生不息、事业常青。

<<企业文化世界名著导读>>

内容概要

《企业文化世界名著导读》收录的是企业文化世界名著，企业文化世界名著作为全球企业精神宝库中最灿烂的组成部分，凝聚着企业家、管理学者对人生、社会和时代的思考。

在全球经济危机的今天，它为企业界展示了多彩的生存之道和成功秘笈。

从恐惧危机到敬畏、崇尚伦理化经营管理的国际大潮正在席卷全球，众多案例印证了成功的企业离不开管理伦理，逆经济伦理而行不可避免地陷入巨大的灾难，最终会危及社会和人自身。

希望我们的企业从世界企业文化的经典名著中学习和汲取营养，使自己的公司生生不息、事业长青。

<<企业文化世界名著导读>>

作者简介

刘光明，浙江杭州人。
1995年获中国人民大学博士学位，中国社会科学院第一届博士后。
中国社会科学院工业经济研究所教授、研究员。
现主要从事企业管理、企业信用、企业文化、企业形象、企业经营战略、品牌战略、市场营销等方面的研究。

2008年为青岛港、西子联合控股公司实施的企业社会责任报告获联合国企业社会责任委员会学术委员会优秀研究报告一等奖。

曾到中南海为党和国家领导人讲过企业文化和企业管理的课程。
在布拉格第10届国际企业文化，企业形象年会上获C1导入创新一等奖。
中华人民共和国民政部紧急救援中心专家委员会首席专家。

出版的主要著作有：中国社会科学院研究生院教材《企业文化》、《企业文化案例》、《中外企业文化案例》、《现代企业家与企业文化》、《企业形象导入》、《经济活动伦理研究》、《新商业伦理学》、《诚信——企业品格的力量》、《企业信用》、《伦理、文化、业绩等多重视角的研究》等。

其中多部著作被翻译成英、法、日、韩文作为国外著名大学管理学教材。

被美国芝加哥大学聘为伦理管理学教授，被韩国成均馆大学、英国曼彻斯特大学聘为管理学特聘教授、博士生导师。

出版的译著有：《海豚式动力营销》、《企业文化世界名著解读》等多部著作。

由中央电视台2套摄制、中国科学文化音像出版社出版的，由刘光明主讲的8小时光盘《如何创建自己的企业文化》在同类题材光盘销售排行榜上排名第一。

兼任国际企业文化及企业形象研究会（柏林）常务理事、中国企业形象策划委员会企业文化中心主任、中国书画家协会常务理事。

出版有关企业管理，企业文化、中国书画研究、书画欣赏与鉴定的个人专著30余部及论文300余篇。

<<企业文化世界名著导读>>

书籍目录

第一部 [西班牙]阿莱霍·何塞·西松：《领导者的道德资本——为什么美德如此重要》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：辽阳聚进科技公司——企业家的社会道德

第二部 [印度]阿马蒂亚·森：《伦理学与经济学》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：金誉公司——商业伦理与经济效益

第三部 [美]查尔斯·J·福诺布龙：《声誉与财富——成功的企业如何赢得声誉》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：Google——独特的技术创造声誉

第四部 [韩]崔仁浩：《商道》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：宁波帮与温州商道——合作的力量

第五部 [美]约翰·科特：《企业文化与经营业绩》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：沃尔玛——企业文化提升凝聚力、降低产品成本

第六部 [美]罗拉·拉曼：《海豚式动力营销》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：东方通信——找准行业发展的规律和企业发展的方向

第七部 [英]理查德·刘易斯：《文化的冲突与共融》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：标致汽车——跨国公司如何应对中国文化

第八部 [美]菲利普·R·哈里斯、罗伯特·T·莫兰：《跨文化管理教程》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：爱立信——本国特色与全球文化管理

第九部 [美]史蒂文·霍华德：《公司形象管理》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：雅戈尔——坚定地树立东方人的独特形象

第十部 [丹麦]杰斯帕·昆德：《公司精神》一、本书要点二、背景介绍三、内容介绍四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：西点军校——精神是不断继承的灵魂

第十一部 [美]劳伦斯·D·阿克曼：《形象决定命运》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：杉杉——坚定的高端形象

第十二部 [美]彼得·圣吉：《第五项修炼》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：西子——建设具有社会责任感的组织

第十三部 [美]迈克尔·茨威尔：《创造基于能力的企业文化》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：中国石油——企业文化构建

第十四部 [美]迈克尔·哈默、詹姆斯·钱皮：《企业再造》一、本书要点二、背景介绍三、内容提要四、重点内容精读与导读五、点评六、本书小结七、思考题案例：青岛港——基于流程的企业再造后记

章节摘录

四、重点内容精读与导读 该书的中心思想是论述企业文化与经营业绩之间的相互关系，在这一主线下，对美国社会的经济、文化、企业、咨询业、就业等问题进行了多维度的探讨。

几个世纪以来，人们在小型工商企业找到了无数的机会，到了经济发展的第三阶段（即1970年之后），客观环境发生的变化越发增加了这些企业的魅力。

一是许多大企业对人的吸引力正在减弱；二是在日益变动的商业环境中，小型公司所拥有的比较优势正日益增强；三是在拥有了传真机、移动电话、廉价复印机和个人电脑的时代，建立一个小型企业变得愈来愈容易，而且愈来愈多小企业的成功人士崭露头角。

据1992年7月美国《幸福》杂志“全球500家企业指南”所载，1955年，100家世界上最大的创利工商企业中，有75家是美国公司，到1992年，世界上最大的100家企业中，只有30家是美国公司。

1970年，10家世界上最大的银行中，有6家是美国的，到1992年，10家世界上最大的银行中，却没有一家属于美国。

近20年对美国的大企业来说，形势是严峻的。

尤其与20世纪四五十年代和60年代相比，大多数美国大企业正明显地走向衰败，只有极少数运转极好。

在这样一个竞争日趋激烈的全球商业环境中，许多公司开始意识到他们的机构过于臃肿，过于封闭，派系化和官僚主义作风严重，并且骄傲自大、缺乏领导，甚至是非规模经济的。

在一定程度上，产生上述现象的原因是大规模化的相应后果，这些问题也可以是在长期缺乏竞争的文化环境中成功发展的必然结果。

长期处于一种统治地位，极易产生一种疲乏的、近视的和不愿冒风险的组织文化和企业文化。

只要竞争微弱或市场独占，如经济发展的第二阶段（1930 - 1970年）的许多美国企业那样，大公司就能成功。

尽管有以上这些弱点，但它们具有很强的实力：雄厚的资本、众多的人才、强有力的商标声誉和成百上千的专利权，等等。

只是到了1970年之后，上述弱点才开始明显地影响这些大企业的发展。

这种封闭的、官僚化的公司文化和企业文化，不仅在短期内降低了利润增长，而且它们还阻碍了大公司成为强有力的竞争者所要具备的和所要做的一切。

科特对115位工商管理硕士跟踪调查后发现：在大企业和小企业工作的巨大差别是在工作头衔和满意度上，在小企业工作的人拥有实权地位大于在大企业工作的人。

统计还表明：在大公司中，大多数经理所创立的新工作岗位比小企业创立的少；相反，在大机构工作的大多数经理在缩减就业职位，而小企业给人们提供了更多的工作机会。

虽然许多工商管理硕士没有在大公司工作，但大多数都以这种或那种方式帮助大公司变得更有竞争力。

他们这样做并不是以一个雇员的身份，而是作为咨询者、供货人、分销商和财务人员。

实际上，这些工商管理硕士并没有放弃大公司，他们放弃的只是高高在上的统治团体。

<<企业文化世界名著导读>>

编辑推荐

《企业文化世界名著导读》既涉及世界企业文化的企业伦理塑造、企业营销伦理、管理伦理、伦理文化和跨文化的融合与冲突，又涉及企业环境伦理、企业社会责任、企业循环经济等。

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>