

<<企业品牌与文化>>

图书基本信息

书名：<<企业品牌与文化>>

13位ISBN编号：9787560975009

10位ISBN编号：7560975003

出版时间：2012-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：蓝天

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>

## <<企业品牌与文化>>

### 内容概要

企业品牌文化是企业与生俱来的，研究企业品牌文化的关键在于促使这种内在的价值理念更加直接、明晰地突显出来，用以结合企业的生存与发展环境，判断与企业生存发展战略或目标的符合程度，从而推动企业文化与生存发展目标之间的相互磨合与调整，最终使企业走上可持续发展的道路。企业品牌文化就是一个企业的思维模式，研究它的目的在于准确地表达出这种思维模式，用于判断这种思维模式是否与企业的发展目标相匹配，从而便于思维模式的持续完善与发展，保障企业可持续发展目标的实现。

本教材是“全国高等学校应用型人才培养？”

企业行政管理专业系列规划教材”中的一本，以应用为目的，以实用为原则，以可操作性为标准进行编写。

在编写过程中，编写者以实用、适用为出发点，系统地讲述了企业品牌文化的意义、原则、基本策略，以及具体的操作模式和操作技能，在梳理专业基础知识的同时，注重用案例分析来解析具体的问题，深入浅出，力图将抽象的理论知识用通俗易懂的案例评析进行表述。

教材内容图文并茂，形式活泼，是企业内部企划人员和广告策划人员学习品牌文化知识的好帮手

## <<企业品牌与文化>>

### 书籍目录

#### 第一章 企业文化概述

学习目标

案例引导

第一节 企业文化的内涵与功能

第二节 企业文化系统

第三节 企业品牌与企业文化

技能训练

本章小结

本章练习

#### 第二章 企业品牌文化

学习目标

案例引导

第一节 企业品牌的含义和特征

第二节 企业的品牌定位

第三节 企业的品牌策略

第四节 企业品牌文化

技能训练

本章小结

本章练习

#### 第三章 企业品牌设计

学习目标

案例引导

第一节 企业品牌设计的内涵

第二节 企业品牌名称的设计

第三节 企业品牌标志的设计

技能训练

本章小结

本章练习

#### 第四章 企业形象的策划与塑造

学习目标

案例引导

第一节 企业形象的含义与特征

第二节 企业形象的塑造

第三节 企业形象与企业文化、企业品牌的关系

技能训练

本章小结

本章练习

#### 第五章 企业形象的CIS战略

学习目标

案例引导

第一节 CIS战略概述

第二节 企业理念识别系统(MIS)的设计

第三节 企业行为识别系统(BIS)的设计

第四节 企业视觉识别系统(VIS)设计的原则

第五节 企业听觉识别系统(AIS)的设计

## <<企业品牌与文化>>

技能训练

本章小结

本章练习

### 第六章 企业形象的CS战略

学习目标

案例引导

第一节 CS战略概述

第二节 CS战略的操作实务

第三节 行业CS战略实务

技能训练

本章小结

本章练习

### 第七章 企业文化的传播

学习目标

案例引导

第一节 企业宣传的目的和作用

第二节 企业宣传的内容构成

第三节 企业文化的传播

技能训练

本章小结

本章练习

参考文献

后记

## &lt;&lt;企业品牌与文化&gt;&gt;

## 章节摘录

升的最佳选择，也是体现求职者能力的“就业通行证”。

20世纪80年代初，跨国企业集团进入中国这块神秘的土地。

为了站住脚，他们花了上千万美元，请咨询公司和中国人一起搞了一套适合中国国情的管理模式，即A管理模式。

这是企业内部的行政管理模式（包括预算计划系统、组织系统、企业文化系统、垂直指挥系统、横向联络系统、检查反馈系统、招聘任用系统、培训系统、激励系统等九大系统），源于跨国集团与国际接轨，诞生在中国大地，具有显著的中国特色。

1997年10月25日，中国企业管理协会召开论证会，与会的国家经贸委、体改委的官员和部分专家学者对A管理模式给予了充分肯定。

A管理模式构建了一个企业行政管理平台，简称“经理ABC”：企业必须建立在利益分配系统和权力分配系统两大基础上，这是根本制度——企业的行政管理模式（administration）。

A管理模式阐述的就是企业行政管理模式和经理人应具备的企业行政工作能力，也就是掌权的能力，这是经理的第一专业。

掌权是为了什么？

不是为了个人，而是用手中的权力经营（business）企业，使企业赢利；控制（control）企业，让企业安全。

这就是“经理ABC”。

为什么有的老板尽管很敬业，但企业仍然混乱不堪？

为什么有的企业生意兴隆，合同一单又一单，但见不着利润？

为什么有的老板不断给职工涨工资、发奖金，但还留不住人才？

原因在于企业的根本制度不科学、不公正。

企业的经理只懂业务，不擅行政。

A管理模式认为，企业发展必须伴随制度建设，建立自己的管理模式。

有了科学的模式，就有了优秀的遗传基因（DNA）。

有了一批善于“掌管行政权”的经理，就有了“传教士”。

依托配套的电脑和网络，企业就有了执行能力和控制能力；依托统一的教材——“圣经”，企业就有了繁殖能力，就可能成为一代企业帝国。

A管理模式为我们描绘了一个企业行政管理工作的蓝图，虽然不一定能被大家完全接受，但它是建立有中国特色的企业行政管理模式的富有成效的一次探索，也提出了一个重要而紧迫的课题，期待专家、学者去破解。

在企业管理实践中，由于行政管理工作涉及面广、综合性强，行政管理人员要有较宽的知识面和较高的理论水平、政策水平、专业水平和专业技能。

因此，企业行政管理人才培养与工商管理专业人才培养并驾齐驱，需要有从大专、本科到研究生各层次的人才培养学历教育体系作为支撑。

目前，国内在学历教育方面，已有不少本、专科院校开设了企业行政管理专业或企业行政管理方向，一些高校如清华大学、北京大学还开设了行政管理专业（企业行政管理方向）研究生课程进修班，为企业培养高层经理人。

不过开设的课程，受到工商管理和行政管理专业的影响，没有很好地进行课程模块设计，本、专科教育基本上是工商管理专业课程，研究生教育又主要是行政管理专业课程，没有体现企业行政管理专业的特性和教育需求。

企业行政管理专业需要一定的行政管理和工商管理专业知识作支撑，但不能替代企业行政管理专业核心知识的功能。

因此，需要考虑国外已有的教育经验和中国国情，研究开发出有中国特色的企业行政管理专业教育项目，特别是构建有中国特色的企业行政管理知识体系和学历教育专业课程体系。

## &lt;&lt;企业品牌与文化&gt;&gt;

国内较早关注企业行政管理专业高等教育的黄安心教授积极推动该项建设工作，做了大量的前期准备。

在华中科技大学出版社和有关专家的指导下，我们组织一批有相关学科、专业长期教学与实践经验的专家编写了这套“全国高等学校应用型人才培养?企业行政管理专业系列规划教材”，包括《企业行政管理概论》、《现代企业组织管理》、《企业公关与策划》、《企业文书与档案管理》、《企业法律实务》、《企业品牌与文化》、《企业员工管理》、《企业管理信息化》、《企业经济信息与运用》、《企业后勤管理实务》等十本专业核心课程教材，以满足广大师生对相关教材的迫切需要。

随着我国社会发展和政治经济体制改革的深化，对公务员队伍素质的要求越来越高，行政管理专业本科毕业生在政府部门的就业机会有减少的趋向。

行政管理专业专科毕业生由于公务员入门本科“门槛”的要求，基本上只有选择读专升本继续深造或选择非公务员职业。

很显然，我们的行政管理专业教育只盯住公务员职业或只选择公共行政管理教育方向多少是有点不合时宜的。

如果继续原有的以培养公务员为目标的行政管理专业教育模式，不但脱离实际，而且人为地造成大量行政管理专业学生就业困难。

而另一方面，现代企业需要大量的受过专业教育的企业行政管理人才却得不到满足。

事实上，从一般意义上讲，只有从事专业对口的工作，才更有可能找到职业感觉和实现职业发展目标，实现人生价值。

企业行政管理专业又何尝不是如此呢？

可以说编写这套教材是适应现代企业发展、企业行政管理实践和企业行政管理人才培养需要的创举。

考虑到应用型人才的培养需要，本套教材在编写体例上尽可能考虑职业素质和职业技能的人才培养目标需要和人才规格要求。

在课程知识和内容组织上，强调以知识学习的项目管理为范式，以岗位工作任务为中心，以流程（过程）和方法为逻辑线索，以环境变化为权变因子，以恰当的知识呈现和教学方式方法，实现教学目标。

这套教材的突出特点如下。

第一，基础性。

主要考虑国内目前此类教材稀少，成套性和基础性成为本套教材的重要编写方针，以使其成为企业行政管理系列教材的母版，起到抛砖引玉的作用，为此类教材建设做好基础性工作。

第二，创新性。

本教材的科目设计及知识体系选择，既考虑国外的经验，又考虑中国国情，突出了中国企业行政管理体制、企业行政模式与企业文化特色的要求，引进、继承和发展并重，力求形成有中国特色的企业行政管理知识体系和专业教育特性。

第三，应用性。

教材以解决现代企业行政管理人才培养的重点、难点问题为己任，突出对企业行政管理实践问题的回应，强调专业素养和专业技能的培养，实现知识体系模块化以及项目管理化、任务化。

设计有案例引导、案例分析、技能训练、实践活动等栏目。

第四，现代性。

教材吸收一些长期从事远程教育、成人教育的专家参与，不但更好地结合企业实际开展教学，而且能够运用现代远程教育技术、信息技术、网络技术，开发网络课程，实现在线支持服务，为本地求学者解决工学矛盾，实现终身学习、持续发展的人生目标。

……

<<企业品牌与文化>>

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>