

<<企业文化>>

图书基本信息

书名：<<企业文化>>

13位ISBN编号：9787811234015

10位ISBN编号：7811234017

出版时间：2008-9

出版单位：清华大学出版社有限公司

作者：黎群

页数：243

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>>

前言

企业文化是指现阶段企业员工所普遍认同并自觉遵循的一系列理念和行为方式的总和，通常表现为企业的使命、愿景、价值观、行为准则、道德规范和沿袭的传统与习惯等。

企业文化客观地存在于每一个企业之中，理论和实践证明，优秀的企业文化将极大地促进企业的长远发展，反之则将削弱企业的组织功能。

企业文化管理是指通过文化建设，形成一套适应企业发展战略的文化体系，并使广大员工认同企业所倡导的文化体系，形成共识，从而有效发挥文化的导向、激励、凝聚、约束等功能，以最大限度实现多层次自主管理的一种现代管理方式。

<<企业文化>>

内容概要

本书共10章，第一章“企业文化概述”主要阐述企业文化的概念、结构、特征、功能等内容；第二章“企业理念文化”主要阐述企业理念文化体系及企业使命、愿景、价值观等核心理念；第三章“企业文化调研”介绍了企业文化调研的目的、主要内容和基本方法，重点论述了企业文化测评；第四章“企业新文化的导入”主要论述了企业文化形成的内在动因、机制及企业文化建设的主要环节；第五章“企业社会责任”阐述了企业社会责任的概念、内容，介绍了企业伦理。

营销伦理和社会责任标准SA8000；第六章“品牌文化”论述了品牌文化的概念、结构及品牌价值观等；第七章“企业并购重组中的文化整合”主要阐述了企业在并购重组过程中文化整合的策略及跨文化整合的模式；第八章“企业文化变革”介绍了企业文化变革的一般模式，重点论述了企业文化变革的方向；第九章“学习型组织”介绍了学习型组织的含义与特点，重点阐述了行动学习的过程与方法；第十章“企业文化建设评价”介绍了企业文化建设评价的意义、目的与内容，作为举例，重点论述了铁路安全文化建设评价体系的构建。

本书可作为高等院校研究生与MBA的企业文化课程专用教材，也可供经济管理专业的本科生作为教材使用，同时还适合企事业单位中高层管理人员、管理学者、政府公务员和其他对企业文化感兴趣的人员阅读参考。

<<企业文化>>

作者简介

黎群，企业管理硕士，经济学博士。

现任北京交通大学经济管理学院企业文化管理研究所所长，副教授，硕士研究生导师。

兼任中国企业文化研究会特邀研究员。

迄今出版著作8部，发表企业文化与战略管理领域的论文60余篇，主持省部级科研课题和面向企业的应用课题10余项。

<<企业文化>>

书籍目录

第一章 企业文化概述 第一节 企业文化理论的产生与形成 第二节 企业文化的概念与基本结构 第三节 企业文化的基本特征 第四节 企业的功能 第五节 企业中的亚文化 第六节 企业文化建设的重要性 复习思考题 案例讨论：迪斯尼的魔力第二章 企业理念文化 第一节 企业理念文化体系 第二节 企业使命 第三节 企业共同愿景 第四节 企业价值观 第五节 企业精神 复习思考题 案例讨论：联想的核心理念第三章 企业文化调研 第一节 企业文化调研的目的和主要内容 第二节 企业文化调研的基本方法 第三节 企业文化测评 复习思考题 案例讨论：对某培训中心的企业文化测评第四章 企业新文化的导入 第一节 企业文化形成的内在动因 第二节 企业文化形成的机制 第三节 员工对新文化形成积极态度的过程 第四节 企业文化建设的主要环节 第五节 企业价值观的形成 复习思考题 案例讨论：松下电器公司的价值观教育第五章 企业社会责任 第一节 企业社会责任的兴起 第二节 企业伦理 第三节 企业营销伦理 第四节 社会责任标准SA8000 复习思考题 案例讨论：总裁的检讨第六章 品牌文化 第一节 品牌文化概述 第二节 品牌文化的结构 第三节 品牌价值观 第四节 品牌文化与消费者行为的相互作用 复习思考题 案例讨论：麦当劳的品牌管理第七章 企业并购重组中的文化整合 第一节 重组企业的文化重构 第二节 企业在并购重组过程中文化整合的策略 第三节 跨文化整合 第四节 跨文化整合的模式 复习思考题 案例讨论：华立的跨文化管理第八章 企业文化变革 第一节 企业文化变革的一般模式 第二节 企业文化变革方向 第三节 企业文化变革的推进 复习思考题 案例讨论：IBM公司的文化变革第九章 学习型组织 第一节 学习型组织的含义 第二节 学习型组织的特点 第三节 行动学习的兴起 第四节 行动学习的过程 第五节 行动学习的方法 复习思考题 案例讨论：华润置地（北京）股份有限公司的行动学习第十章 企业文化建设评价 第一节 企业文化建设评价的意义与目的 第二节 企业文化建设评价的内容 第三节 企业文化建设评价举例 复习思考题参考文献

<<企业文化>>

章节摘录

清华大学教授张德认为，企业文化是指企业全体员工在长期的创业和发展过程中培育形成，并共同遵守的最高目标、价值标准、基本信念及行为规范。

上海德村文化研究所所长曹世潮先生认为，文化是特定人群当下普遍自觉的观念和方式系统。

4. 正确理解企业文化 那么究竟应如何理解企业文化呢？

我们认为，企业文化是社会文化的一个子系统。

企业通过自身生产经营的产品及服务，不仅反映出企业的生产经营特色、组织特色和管理特色等，更反映出企业在生产经营活动中的战略目标、群体意识、价值观念和行为规范，它既是了解社会文明程度的一个窗口，又是社会当代文化的生长点。

因此，在国内外学者观点的基础上我们可以对企业文化作如下定义。

企业文化是指现阶段企业员工所普遍认同并自觉遵循的一系列理念和行为方式的总和，通常表现为企业的使命、愿景、价值观、行为准则、道德规范和沿袭的传统与习惯等。

理解企业文化需要注意以下几个方面：第一，文化具有时段性。

文化总是相对于一定时间段而言，我们所指的企业文化通常是现阶段的文化，而不是指企业过去的历史文化，也不是指将来企业可能形成的新文化。

第二，文化具有共识性。

只有达成共识的要素才能称为文化，企业新提出的东西，如果没有达成共识，目前就不能称为文化，只能说是将来有可能成为文化的文化种子。

企业文化代表企业共同的价值判断和价值取向，即多数员工的共识。

当然，共识通常是相对而言的。

在现实生活中，通常很难想像一个企业的所有员工都只有一种思想、一个判断。

由于人的素质参差不齐，人的追求呈现多元化，人的观念更是复杂多样，因此，企业文化通常只能是相对的共识，即多数人的共识。

第三，文化具有范围性。

文化总是相对于一定范围而言，我们所指的企业文化通常是企业员工所普遍认同的部分。

如果只是企业领导层认同，那么它只能称为领导文化；如果只是企业中某个部门中的员工普遍认同，那么它只能称为该部门的文化。

依据认同的范围不同，企业中的文化通常可以分为领导文化、中层管理者文化、基层管理者文化，或部门文化、分公司文化、子公司文化、企业文化等。

第四，文化具有内在性。

企业所倡导的理念和行为方式一旦得到普遍的认同，成为企业的文化，就必将得到广大员工的自觉遵循。

5. 企业文化管理 企业文化管理是指通过文化建设，形成一套适应企业发展战略的文化体系，并使广大员工认同企业所倡导的文化体系，形成共识，从而有效发挥文化的导向、激励、凝聚、约束等功能，以最大限度实现多层面自主管理的一种现代管理方式。

企业文化管理主张尽可能通过文化来对企业的生产经营活动进行管理，从过去强调命令和服从的传统企业管理，上升到注重企业文化的驱动性、影响性和激励性的现代企业管理。

企业文化管理是一种行之有效的人本管理模式，它把人放在企业文化的背景中，在尊重人的自主意识的前提下，强调只有企业员工认同组织所倡导的价值理念时，才能更多依靠员工的自我指导、自我控制，并通过员工的自律行为来发挥人力资本的最大作用，从而降低企业内部不必要的管理成本。

<<企业文化>>

编辑推荐

《企业文化》可作为高等院校研究生与MBA的企业文化课程专用教材，也可供经济管理专业的本科生作为教材使用，同时还适合企事业单位中高层管理人员、管理学者、政府公务员和其他对企业文化感兴趣的人员阅读参考。

<<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>