

<<企业文化新教程>>

图书基本信息

书名：<<企业文化新教程>>

13位ISBN编号：9787811189773

10位ISBN编号：7811189771

出版时间：2012-3

出版时间：上海大学出版社

作者：吴声怡，谢向英 主编

页数：337

字数：308000

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>

## <<企业文化新教程>>

### 内容概要

本书包括了企业文化的塑造；企业文化的传播；企业文化与品牌；基于企业的文化营销的关键；企业文化评价体系的构建思路；企业文化理论创新——S管理理论原理；S管理理论的应用条件等内容。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

## <<企业文化新教程>>

### 作者简介

教授，博士生导师。  
福建农林大学企业文化研究所所长。  
中国民俗学会农业民俗专业委员会副主任；福建省茶文化研究会副会长；福建省农业经济学会副会长；福建省特色研究会副会长。  
省级精品课程《企业文化学》首席教授；省级特色专业“工商管理”学术带头人。  
福建农林大学工商管理硕士点学科带头人、涉农企业管理博士点学科带头人。  
主要研究方向：企业文化、文化产业管理、涉农企业管理。  
福建农林大学经济与管理学院副教授，硕士生导师，福建省创意农业研究会秘书长。  
师从吴声怡，专注企业中的文化研究，发表相关论文30多篇，参与出版教材6部，主持国家级、省部级课题多项。  
现正致力于企业的文化管理与文化经营研究。

## <<企业文化新教程>>

### 书籍目录

#### 第一篇 企业文化导论

##### 第一章 企业文化知识准备

###### 第一节 关于文化与企业文化

###### 一、文化的概念演化

###### 二、企业文化概述

###### 第二节 企业文化的分类

###### 一、按发育状态划分

###### 二、按内容特性划分

###### 三、按组织状态划分

###### 四、按系统控制的强弱角度划分

###### 五、按谋求经营绩效的途径划分

###### 第三节 企业文化的结构剖析

###### 一、企业文化结构

###### 二、企业文化的五因素

###### 第四节 企业的功能

###### 一、导向功能

###### 二、凝聚功能

###### 三、激励功能

###### 四、稳定功能

###### 五、教化功能

###### 六、辐射功能

#### 第二章 企业的核心概念

##### 第一节 企业价值观

###### 一、企业价值观的内涵

###### 二、企业价值观的发展进程

###### 三、企业价值观的内容

###### 四、企业价值观的作用

###### 五、企业价值观的塑造

##### 第二节 企业精神

###### 一、企业精神的内涵

###### 二、企业精神的内容

###### 三、企业精神的整合与教化

##### 第三节 企业伦理

###### 一、企业伦理的内涵

###### 二、企业伦理的特征

###### 三、企业伦理的内容

###### 四、企业伦理的建立

#### 第三章 企业文化与人

##### 第一节 企业员工与企业文化建设

###### 一、企业员工在企业文化建设中的作用

###### 二、对企业员工在企业文化建设中所起作用的认识误区

###### 三、发挥企业员工作用, 加快建设企业文化

##### 第二节 企业英雄与企业文化建设

###### 一、企业英雄的定义与特点

###### 二、企业英雄的分类

## <<企业文化新教程>>

### 三、企业英雄的生成与塑造

#### 第三节 企业家与企业文化建设

##### 一、企业家的定义

##### 二、企业家的角色定位

##### 三、企业家在建设企业文化中的作用

##### 四、企业家精神的内涵

##### 五、培育高素质企业家队伍

#### 第四章 企业文化研究溯源

##### 第一节 企业文化兴起的理论背景

##### 一、管理学对人性认识的发展

##### 二、管理理论丛林时代的到来与管理的软化趋势

##### 三、企业文化兴起的思想成因

##### 第二节 企业文化研究的发展

##### 一、企业文化的兴起是管理科学的大综合

##### 二、西方企业文化研究的发展与趋势

##### 三、我国企业文化研究的发展

##### 第三节 企业文化经典学说

##### 一、威廉·大内的Z理论

##### 二、埃德加·沙因的企业文化定性研究

##### 三、学习型组织理论

##### 四、企业文化的定量研究：双S文化分类模型

##### 五、企业文化方格论

##### 六、松下幸之助的实践经营哲学

#### 第二篇 企业文化实务操作

#### 第五章 企业文化的塑造

##### 第一节 企业文化塑造

##### 一、企业文化塑造的目的

##### 二、企业文化塑造的内容

##### 三、企业文化塑造的途径与方法

##### 四、企业文化塑造的高端模式——学习型组织锻造

##### 第二节 企业文化导入

##### 一、企业文化导入的前提

##### 二、企业文化导入的时机选择

##### 三、企业文化导入的步骤

##### 第三节 企业文化管理

##### 一、文化管理的内涵及其内在作用机理

##### 二、文化管理的适用对象

##### 三、以文化力推动企业经济力

#### 第六章 企业文化的传播

##### 第一节 企业文化传播

##### 一、企业文化传播的意义

##### 二、企业文化传播的方式

##### 三、企业文化传播的类型

##### 四、企业文化的内传播与外传播

##### 第二节 企业文化与CI战略

##### 一、CI战略概念

##### 二、企业文化与CI战略的关系

## <<企业文化新教程>>

三、实施CI的战略意义

四、CI战略的实施步骤

第三节 企业文化与品牌

一、品牌概述

二、企业文化与品牌的关系

三、基于企业文化的品牌战略

第四节 企业文化与营销

一、企业文化营销

二、企业文化与文化营销的关系

三、基于企业的文化营销的关键

四、企业文化与广告

第七章 企业文化评价

第一节 企业文化评价概述

一、企业文化评价的意义与过程

二、企业文化的评价方法

三、企业文化评价的应用

第二节 企业文化评价体系构建

一、企业文化评价的理论基础

二、评价体系构建的宗旨与原则

三、企业文化评价体系的构建思路

第三节 企业文化评价实践

一、福建企业文化评价的实践

二、《评价体系》的实践评价

第八章 “自在人”人性假设及企业文化创新

第一节 “自在人”人性假设

一、“自在人”假设的背景

二、“自在人”假设的提出

三、世界文化格局下的“自在人”

第二节 企业文化理论创新——S管理理论原理

一、S管理观的核心思想

二、S管理观的三大理论基石

三、S管理观的三大理论原理

四、S管理模式的理论原理

第三节 S管理理论的应用研究

一、S管理理论的应用条件

二、S管理模式的构建

三、S管理模式的应用分析：基于网龙(中国)公司实践的总结

四、S管理理论的应用前景与应用关键

参考书目

附件一 《福建企业文化评价体系》编制说明

附件二 《福建企业文化评价体系(2011试行版)》

## <<企业文化新教程>>

### 章节摘录

第三节企业伦理 20世纪50年代末60年代初美国出现了一系列企业经营中的丑闻，包括受贿、规定垄断价格、欺诈交易、环境污染等。

公众对此反应强烈，要求政府进行调查。

1962年美国政府公布报告--《对企业伦理及相应行动的声明》，揭开了对现代企业经营道德问题的关注。

到今天，对企业伦理的关注已经成为企业经营理念构筑的基本支柱之一，并形成企业文化核心理念研究的主要方面。

一、企业伦理的内涵 所谓企业伦理（又称为企业道德），指企业全体（或多数）职工认同并在实际处理各种关系中体现出来的善恶标准、道德原则和行为规范。

企业伦理观念是美国20世纪70年代提出的，随后日本也开始对企业伦理问题进行研究。

而我国对企业伦理的认识与研究尚处于起步阶段，对企业伦理的内涵尚缺乏了解。

在当今时代，如果企业只追求利润而不考虑企业伦理，则企业的经营活动将会越来越为社会所不容，必定会被时代所淘汰。

二、企业伦理的特征（一）继承性与超前性 企业伦理与社会伦理在本质上是一脉相承的，社会伦理提倡和弘扬的精神也是企业伦理要大力提倡的，这些是社会发展过程中珍贵的财富。

但是企业在具体的发展过程中会遭遇具体的问题，对伦理的内容要求会异于社会伦理，这时候不能固守原则，认定企业伦理异于社会伦理就是应该摒弃的，这是特殊性与普遍性的关系，企业伦理的发展超前于社会伦理，是社会伦理中的积极因子，是应该被尊重和逐步接纳的。

.....

<<企业文化新教程>>

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>