

<<和谐文化与企业管理>>

图书基本信息

书名：<<和谐文化与企业管理>>

13位ISBN编号：9787010082288

10位ISBN编号：7010082286

出版时间：2009-12

出版时间：人民

作者：尹德和

页数：198

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>

前言

李建华教授主编的《伦理学研究书系·经济伦理》丛书6册即将出版，我有幸在丛书出版之际较早拜读书稿，在饱览丛书独特研究进路和创新理念之时，我由衷地敬佩建华教授的学术境界和学术谋略。

自从他治伦理学以来，建华教授在伦理学领域涉猎广泛，成就卓著，尤其是他对法律伦理、政治伦理、德性伦理等的研究多有建树，在学界形成了广泛的学术影响。

现在，在他的主持下，富有创意和特色的经济伦理学丛书也即将出版，真可谓大家学术手笔。

建华教授是学界奇才，他的学术战略及其成就在一定意义上是我国当代伦理学学科发展样态的缩影。

我认识建华教授时间并不长，但对他为人的坦荡与诚恳、为学的睿智与深邃、为事的韧劲与干练，我深有感触，我们也在“神交”中结下了深厚的友谊。

这次承蒙建华教授看重，约我为他主编的经济伦理学丛书作序，我深感我学术分量不够，但他的一句“为经济伦理学丛书作序理当是你老兄”的话语激励我要为经济伦理学学科事业的发展说几句话。

<<和谐文化与企业管理>>

内容概要

和，是宇宙万物大化流行的自然原则，也是人类社会生存和发展的智慧。

它一直涌动于人类文明发展历程的脉络之中。

从先秦儒家的天地万物贵“中和”的思想，到当今时代“和谐社会构建”理念，从毕达哥拉斯学派的“和谐起于差异的对立”观念，到日本“和魂+洋才”的现代企业经营管理模式，无不渗透着以“和”为核心的社会秩序和经济秩序的积极追求。

在现代企业经营管理过程中，构建以“和”为核心企业伦理。

将对企业的经营管理产生更加深远的影响。

《和谐文化与企业管理》从现代企业内部关系伦理、企业顾客伦理、企业伙伴伦理、企业竞争伦理、企业社会责任伦理等方面阐述了现代企业“和生”，“和处”，“和立”，“和达”与“和爱”的哲学原理。

并力图探索现代企业与其利益相关者“和舟共济”、共生共荣的和谐发展的伦理基础。

以“和”为核心的管理伦理是现代企业管理的最高伦理境界。

对现代企业管理构建和谐的内外生存和发展环境具有现实的指导意义。

<<和谐文化与企业管理>>

作者简介

尹德和，1966年出生于湖南省新宁县。
工商管理硕士、伦理学博士。
现任和一国际企业集团公司董事长；中南大学应用伦理学研究中心特邀研究员；加拿大湖南商会副会长；长沙市工商联副主席。
曾先后获中国酒店业最具贡献人物奖、优秀中国特色社会主义事业建设者、湖南省优秀非公有制企业家、湖南省优秀青年企业家等多个奖项。
作者长期从事企业管理，并不断探索伦理学在企业管理中的应用。
曾先后在有关学术期刊上发表应用伦理学论文多篇。

<<和谐文化与企业管理>>

书籍目录

第一章 导论题解与有关研究综述一、现代企业的生存之道二、现代企业伦理的内核和灵魂三、“和”作为企业理念、信念和理想的文化解读四、有关研究的文献综述五、本书的主旨与思路第二章 现代企业内部关系伦理一、现代企业内部关系的构成及其法理特质二、现代企业内部关系伦理的规范性内涵三、现代企业内部关系伦理的生成之道四、和谐理念在企业内部伦理关系构建中的体现第三章 现代企业顾客关系伦理一、现代企业顾客关系的内涵、特点及其表现形式二、现代企业顾客关系的文化底蕴及顾客伦理的规范性构成三、如何构建合乎顾客伦理要求的和谐顾客关系第四章 现代企业伙伴关系伦理一、现代企业伙伴关系及其特性二、现代企业伙伴关系伦理的达成之方三、现代企业伙伴伦理的价值构成及其和谐追求第五章 现代企业竞争关系伦理一、现代企业面临的竞争关系及其特质二、竞争的伦理诉求与竞争的伦理逻辑三、合乎竞争伦理的现代企业的竞争方式第六章 现代企业社会责任伦理一、现代企业与社会的法理关系二、现代企业的社会责任及伦理界定三、现代企业社会责任伦理的基本内涵四、现代企业社会责任伦理的精髓第七章 现代企业管理伦理之魂——构建和谐一、现代企业战略的伦理意蕴二、现代企业制度建构的伦理之维三、现代企业文化建设的伦理主题四、现代企业人的伦理精神追求参考文献后记

章节摘录

员工和股东及其与企业之间的关系是企业内部的基本利益关系，它涉及企业内部的治理和管理两个维度。

就前者而言，在一个产权清晰的法制社会里，由股东大会、董事会、监事会和总经理组成的企业治理机构，是现代企业成立的逻辑前提和存在基础。

在企业整个运作过程中，投资者的私人资本完成三种形态的转换，即私人资本变成社会资本、自然资本变成法人资本、物质资本变成智能资本，从而汇聚成整个社会资本。

由此形成企业治理机构的三种代理关系：“所有权代理关系，董事会对财产所有者股东的代理关系；经营权代理关系，首席执行官经理对财产经营权的代理关系；监理权代理关系，监事会对股东监理权力的代理关系。

显然，在所有这些代理关系中，都涉及相互关系处理中的利益配置问题，因此也都有个伦理关系。

”就后者而论，总经理负责制下的内部各种管理关系涉及职、权、利的分享和独占关系、授权程度和监督与激励机制的状态、经济运作的一体化和各职能部门权益的实际分割以及管理与被管理的诸多关系，因而，在实际具体处理多种利益关系时必定产生各种伦理关系。

于是，由企业内部关系和外部关系所涉猎的各种利益关系和伦理矛盾的处置，客观上要求企业确立起同舟共济的和谐价值观与和洽、合作的处理问题方式。

在合作的基础上，培植起“外求发展”的良好外部环境，在共同利益的基础上，酝酿起“内求和谐”的内部氛围。

源于企业处理内外部各种利益关系和伦理矛盾所形成的合作意识，是基于一种利益价值关系的权衡，其合作方式的选择体现为一种生存视野的确立。

然而，对于现代企业来说，其合作意识和合作方式的选择存在着不同程度的局限。

合作意识的局限导源于两大障碍：一是人性障碍。

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>