

<<企业大学战略>>

图书基本信息

书名：<<企业大学战略>>

13位ISBN编号：9787115209566

10位ISBN编号：7115209561

出版时间：2009-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：侯锴，闫晓珍 著

页数：349

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>

<<企业大学战略>>

前言

人力资源开发战略是企业整个经营战略及人力资源战略的重要组成部分，它是指企业站在长期生存和可持续发展的高度，根据外部环境变化的挑战和内部组织变革的要求，对企业未来人力资源开发活动进行前瞻性和总体性的谋划和安排。

企业经营战略规定了在未来相当长的时期内企业经营的特定行业和领域，增长向量或成长方向，市场竞争策略和组织内部要素的协同机制，而人力资源开发及其战略选择则是决定整个企业经营战略顺利实现和最终成功的主导和关键。

在当今“不确定性”是唯一确定性因素的宏观环境中，人力资源开发战略担负着企业应对来自市场竞争各种压力和挑战的重要使命。

企业通过战略性人力资源开发，不断提高员工在多元化的组织氛围和异域文化规范下的心理素质和社会交往技能，不断提高员工的“客户中心”意识和满足客户个性化需求的服务水平及市场应变能力，不断提高员工计算机辅助生产技能和网络沟通及数字化生存的能力，不断提高员工一般读写运算技能和与他人共处的社会心理素养，以便很好地应对来自全球化、社会化、知识经济新时代，以及一系列发展和转型问题的各种挑战，从而在战略上赢得主动、在战术上赢得市场和竞争。

长期以来，由于受转型经济和应试教育制度大环境的约束，中国各类企业在职工培训和开发方面的投资长期严重不足，对于人力资源开发活动，也没提升到战略高度来审视、规划和推动。

近年来，面对全球范围内的“人才争夺战”，中国企业最需要更新学习的战略方针和管理理念究竟是什么？

是目光向外将主要精力放在网罗优秀人才、重金礼聘高手方面呢，还是凝聚内力创造一种可以开发每位员工的潜在人力资本价值，激发所有员工集体创造和团队精神的工作环境和氛围？

是设计一系列零和博弈的局让员工“你死我活”地进行所谓的“竞争”呢，还是设法建立一种以“各得其所”、“团结向上”为价值文化导向的组织管理系统，以便把潜藏在全体员工当中的人力资本价值能量全部地、整体地、有序地释放出来，为提升公司竞争力、实现企业绩效和价值目标服务？

这是一个具有挑战性的理念更新和战略选择问题。

对于中国企业来说，无论实际本土化的路途多么艰难，从长期发展趋势来看，可以肯定的是：以越来越强的“快速学习”能力，引进和吸收现代组织学习与人力资源开发的先进理念，并将它根植于中国本土文化的肥沃土壤，创造性地探索适合自己情况的人力资源开发模式，这是中国企业组织要“活”下去并逐步发展壮大的必然选择和根本出路。

<<企业大学战略>>

内容概要

企业大学是当今全球企业组织学习与发展领域的最高层次与最佳实践模型，体现了完美的战略化人力资源管理理念。

《企业大学战略》通过对全球企业大学及中国企业大学的实证研究，发展和创新了企业战略系统的“企业大学战略”概念及其八大执行体系（战略体系、组织体系、师资体系、课程体系、教材体系、学习方式、硬件规划及评估体系）方法论，为中国企业大学进行战略性人力资源管理、知识管理、学习型组织建设等组织学习与发展规划提供了系统的理论支持和方法论指引。

《企业大学战略》可作为企业高层管理者、决策者研究和探索企业战略管理在人力资源开发维度的参考读物，也可作为企业大学/商学院校长、首席学习官、首席知识官、人力资源总监、培训总监/培训经理在企业大学实践过程中的重要工具书。

<<企业大学战略>>

作者简介

侯锷，北京师范大学管理学博士、马来西亚科技大学（IUCTT）工商管理博士。

现任克劳顿（北京）咨询有限公司董事长兼CEO、中国企业大学研究中心秘书长。

侯锷先生拥有美国国际训练协会认证国际职业培训师PTT资格、JITA日本产业训练协会·MTP管理才能发展中心认证MTP专案讲师等专业资质。

侯锷先生专注于组织学习与发展领域的实践和研究10多年，尤其对企业大学有着扎实和系统的实践与理论研究。

从2000年创始研究基于战略性人力资源管理的“企业培训学分制”理论与实践体系，并较早提出“以情境为中心”的企业大学课程设计与教材开发理念，到2008年首次系统提出“企业大学战略”理论研究，已成为中国组织学习与发展领域“企业大学战略”理论体系的重要奠基人之一。

.....

书籍目录

第1章 企业大学概述1.1 企业大学概述1.1.1 企业大学概念的提出1.1.2 企业大学发展简史1.1.3 企业大学是企业培训发展的趋势1.2 国内外企业大学发展概况与成功经验分析1.2.1 国外企业大学发展概况与成功经验分析1.2.2 中国企业大学建设现状与分析专栏1.1 精选企业大学最佳实践案例1专栏1.2 精选企业大学最佳实践案例21.3 企业大学与相关组织及概念的关系1.3.1 企业大学与人力资源部或原培训部1.3.2 企业大学与企业培训体系1.3.3 企业大学与学习型组织1.3.4 企业大学与知识管理1.3.5 企业大学与培训中心、高校、商学院第2章 企业大学战略2.1 企业大学战略2.1.1 战略的概念2.1.2 企业大学战略专栏2.1 精选企业大学最佳实践案例32.2 企业大学的战略定位2.2.1 企业大学的战略定位2.2.2 企业大学战略定位的转变2.2.3 企业大学的功能定位2.2.4 企业大学的需求定位2.2.5 企业大学的培养对象定位2.2.6 企业大学的关键因素定位2.2.7 企业大学创办的步骤定位专栏2.2 精选企业大学实践失败案例4专栏2.3 精选企业大学最佳实践案例5第3章 企业大学模型3.1 企业大学的理论结构模型3.1.1 持续变化模型3.1.2 整合管理发展系统结构模型3.1.3 企业大学轮模型3.1.4 有机战略模型3.1.5 “双环”中国企业大学管理层发展模型3.1.6 轴承模型3.2 企业大学的创建模型3.2.1 自主创建型3.2.2 校企合作型3.2.3 IT导入型3.2.4 混合型3.3 西方企业大学运作模式演变趋势3.3.1 载体维度：从实体化向虚拟化过渡3.3.2 对象维度3.3.3 合作维度第4章 企业大学的运营组织体系4.1 企业大学的组织架构4.1.1 企业大学的部门和岗位设置4.1.2 企业大学各部门和岗位的职责、权力界定4.1.3 企业大学各部门和岗位角色相互关系的界定4.2 职能式企业大学4.3 项目式企业大学4.4 矩阵式企业大学精选企业大学最佳实践案例6第5章 企业大学的师资体系5.1 内部讲师的角色定位5.2 如何甄选合适的内部讲师5.2.1 精英定位5.2.2 结合意愿5.2.3 辅以必要条件5.3 内部讲师的培养与任用5.4 内部讲师的激励5.4.1 物质层面的激励5.4.2 精神层面的激励5.5 内部讲师的定级与动态优化5.5.1 企业到底需要多少内部讲师5.5.2 内部讲师的维持和晋级第6章 企业大学的课程体系6.1 课程体系的内涵6.2 课程体系的架构模式6.2.1 课程体系设计的理论模型6.2.2 内向型企业大学与外向型企业大学的课程体系架构模式比较6.2.3 以培训对象为划分基础的课程体系架构模式6.3 课程体系构建五步法6.3.1 职位族划分6.3.2 能力建模6.3.3 能力-课程对应6.3.4 课程设计6.3.5 课程体系建立6.4 学习地图6.4.1 从战略地图到学习地图6.4.2 为什么需要学习地图6.4.3 如何绘制学习地图6.5 课程体系的可视化管理6.5.1 内部课程资源可视化6.5.2 内部课程目录可视化6.5.3 课程体系调整可视化第7章 企业大学的课程设计与教材开发7.1 课程设计与教材开发的分类7.1.1 课程设计与教材开发的分类7.1.2 常规性开发(或称“系统开发”)7.1.3 静态开发7.1.4 动态开发7.2 课程开发的选择7.2.1 战略原则：基于战略的课程开发7.2.2 优先原则：“先内化，再进化”7.2.3 系统原则：“10万个为什么？”7.3 课程开发的模式选择与课程开发小组的组建7.3.1 自主式开发7.3.2 合作式开发7.3.3 外包式开发7.4 课程开发的主体设计：课程设计7.4.1 课程设计的基点7.4.2 课程设计的价值选择与技术处理7.4.3 企业大学的培训课程设计7.4.4 企业大学课程设计的程序7.5 课程开发方法论7.5.1 课程开发的整体流程7.5.2 课程开发的具体方法7.6 课程开发的验收标准7.6.1 课程的提交成果是否完整7.6.2 课程是否具有一定的创新性和前瞻性7.6.3 课程设计的业务结合度如何7.7 “以情境为中心”的课程设计与教材开发7.7.1 第一阶段：“以知识为中心”下的“教教材”7.7.2 第二阶段：“以学员为中心”下的“用教材来教”7.7.3 必然阶段：“以情境为中心”下的“用情境来教”第8章 企业大学的学习方式8.1 组织学习理论8.2 企业大学的主要学习方式8.2.1 人与资源交互为主的学习方式8.2.2 人与人交互为主的学习方式8.2.3 以E-learning为主的学习方式8.2.4 其他学习方式介绍8.3 企业大学学习方式的选择与组合第9章 企业大学的硬件体系规划9.1 企业大学硬件建设的决定因素与实施标准9.1.1 企业大学硬件建设的决定因素9.1.2 企业大学硬件设施的标准9.2 企业大学硬件建设的模式选择与规模选择9.2.1 企业大学硬件建设的模式选择9.2.2 企业大学硬件建设的规模选择9.3 企业大学硬件建设的选址与预算建模9.3.1 企业大学硬件建设的选址9.3.2 企业大学硬件建设的预算建模9.3.3 企业大学硬件设施的运营管理第10章 企业大学的评估体系10.1 中国企业培训评估的现状与问题10.2 企业大学的投资与回报10.3 Kirkpatrick四层级模型10.4 投资回报率10.5 CIRO培训评估模型10.6 平衡计分卡10.7 企业大学评估方式的选择10.7.1 区分常规培训评估和项目类培训评估10.7.2 常规培训的评估方式选择10.7.3 项目类培训的深度评估选择10.8 培训效果评估八步法10.8.1 培训需求分析10.8.2 确定培训效果评估目的10.8.3 建立培训效果评估数据库10.8.4 确定评估层级10.8.5 选择评估方法10.8.6 收集、分析、评估原始资料10.8.7 确定培训效果评估报告10.8.8 跟踪反

馈第11章 企业大学联盟第12章 企业大学在中国面临的主要问题与新思考12.1 企业大学在中国面临的主要问题12.2 关于创建中国企业大学的几点建议12.3 金融危机下企业大学发展新思考专栏12.1 精选企业大学最佳实践案例7参考文献附录附录1 企业大学访谈调查问卷附录2 中国企业大学一览表后记十年

章节摘录

第1章 企业大学概述 1.1 企业大学概述 1.1.1 企业大学概念的提出 “企业大学”这一概念最早在20世纪50年代被沃尔特·迪斯尼公司采用，到20世纪80年代中期逐渐流行。但是，最早的企业大学出现于1927年，即美国通用汽车（General Motors）公司成立的GM学院。“企业大学”被学术界作为研究对象只有十多年的历史，企业大学的定义，从学术研究角度来说，至今尚未达成完全的共识。

20世纪90年代，信息技术日新月异，竞争日趋激烈，企业开始面临前所未有的压力：一是信息技术及经济全球化带来的复杂竞争环境的压力，二是企业内部“人才过时”的问题。为了在市场上取得竞争优势，企业需要具备有多方面的才能、能够自主且有独立工作能力的员工。企业大学的观念正是在这种环境下备受重视，它是企业为了应对不断变化的商务环境而加强竞争优势的重要战略之一。

“企业大学是一把教育与发展企业员工、客户和供应商的战略伞，以达成企业目标及商务战略。”（Jeanne C.Meister, 1998）理查德·迪积（Richard Dealtry）在2000年定义企业大学为：“一个组织发展下的专业管理流程系统，在演变的商务环境中，不断为企业注入一种尊重知识、以才领导的企业文化。”

迪积的定义反映了商业环境的动态变化，更重要的是，企业大学不是一个项目，而是一个专业化的管理流程，它需要不断投入，培养一种学习型文化的氛围，把企业塑造成真正的“学习型组织”。

<<企业大学战略>>

媒体关注与评论

《企业大学战略》——中国企业大学研究第一书，中国企业大学战略领域研究的开山蓝本。无论是政府机关、企事业单位，还是其他组织机构，若要创建学习型组织，驱动组织战略性人力资源管理及开发，《企业大学战略》均是很值得研究与借鉴的方法论工具。

——国务院发展研究中心 范正青博士 做企业如同做人求“术”固然重要，然更重要者在于求“道”。

企业大学战略，正是企业基业长青之“大道”也是中国企业在21世纪寻求全球一体化战略突围中的根基战略和关键战略。

——中国战略与管理研究会文化发展委员会主任委员 刘序盾 企业大学是企业培养人才与提升核心竞争力的一把利剑《企业大学战略》正是作者倾囊传授其多年实战与研究的剑术心法。

本书定能让您敢于亮剑善于亮剑。

——中华人力资源促进发展协会（台湾）执行长 夏青云博士 《企业大学战略》注定将成为中国企业大学发展史上一块重要的里程碑，无论是严谨的结构系统，还是前瞻的探究创新，此书均高屋建瓴地提出了许多崭新的组织学习和建设的思想和观点。

书中大量翔实的数据图表，对于企业大学的践行者和研究者来说具有极高的参考价值！

——北京正略钧策企业管理咨询有限公司合伙人 李雪松

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>