

<<中国哲学智慧与现代企业管理>>

图书基本信息

书名：<<中国哲学智慧与现代企业管理>>

13位ISBN编号：9787300075174

10位ISBN编号：7300075177

出版时间：2006-8

出版时间：中国人民大学

作者：葛荣晋

页数：435

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>

<<中国哲学智慧与 modern 企业管理>>

内容概要

本书是一部系统阐述中国管理哲学思想体系的学术论著。从体用结合的高度，将中国管理哲学的本质规定为以人为本的“修己治人之学”，把中国管理哲学概括为“无为而治”与“有为而治”两种基本模式，由于对“无为”内涵的不同理解，又可分为道家、儒家、法家和黄老学派；由于对“有为”内涵的不同解读，又可分为儒家、法家和兵家等派。本书不但对儒商内涵、人格塑造及其精神境界作出了全新的诠释，而且也详细地阐述了各家的管理思想及其特质，且有独到的创新之处，既具有重要的理论价值，也富有强烈的现实意义。

<<中国哲学智慧与 modern 企业管理>>

书籍目录

第一章 绪论 一、时代呼唤建构中国式的管理模式 二、综合创新是建构中国式管理模式的必由之路 三、中国传统文化蕴涵丰富的管理文化资源 四、中国管理哲学的特征及其基本模式 第二章 道家的“无为而治”与现代科学管理 一、在大事上“有所为”，在小事上“有所不为” 二、在求贤上“有所为”，在用人上“有所不为” 三、在行为上要“顺其自然”，不要“逆其自然” 四、在市场上既要“竞争”，又要“不竞争” 第三章 道家的“有无相生”与企业的经营艺术 一、否定思维与企业创新 二、有形资产与无形资产 三、“虚实相资”与填补、创造市场 四、“行使管理权于无形之中” 五、“给人生留下空白” 第四章 道家哲学智慧与企业家的潇洒人生 一、“身重于物”与“淡泊名利” 二、“少私寡欲”与“知足常乐” 三、“齐生死”与“以死为乐” 四、“上德若谷”与“宽宏大度” 第五章 “自胜者强”与企业家的“无为”品格 一、“四不”之德 二、“我有三宝” 三、“上善若水” 四、“大巧若拙” 五、“不言之教” 六、“九征”之说 七、“无为而治”是管理的最高境界 第六章 儒家的“三达德”思想与儒商的人格塑造 一、儒商概念的提出和界定 二、儒家的“三达德”思想是塑造现代儒商的重要文化资源 三、时代精神是建构现代儒商的根本动力 第七章 孔子的“三忘”思想与企业家的精神境界 一、“发愤忘食”的勤奋精神 二、“乐以忘忧”的快乐精神 三、“不知老之将至”的不老精神 第八章 “义以为上”与企业家人生价值取向 一、“见得思义”(“见利思义”) 二、“博施于民而能济众” 第九章 儒家的“为政以德”与企业柔性管理(上) 一、“为政以德”与“形象管理” 二、“三贵之道”与礼仪文明 三、“正己正人”与“自我管理” 第十章 儒家的“为政以德”与企业柔性管理(下) 一、“德主刑辅”与“仁爱管理” 二、“以和为贵”与“协调管理” 三、“不在其位，不谋其政”与“定位管理” 第十一章 儒家的“无为而治”与企业“黑箱”管理 一、儒家“无为而治”思想的内涵和特点 二、“德修于己”与“人自感化” 三、“逸于得贤”与“黑箱”艺术 四、“行其所无事”与“自动化管理” 第十二章 儒家的诚信之道与企业信用管理 一、树立信用意识，防止信用流失 二、精心培育企业员工的信用资源 三、实施企业信用工程 第十三章 儒家的性情论与企业的情感管理(上) 一、儒家论情感 二、学会自我控制情绪 三、以情营造和谐的人际关系 第十四章 儒家的性情论与企业的情感管理(下) 一、以情构建系统的激励机制 二、学会以情用人 三、事业的成功与“亲情”的失落 第十五章 儒家的人生智慧与企业家的成才之道 一、天赋与成才 二、“小不忍则乱大谋” 三、淡泊明志，宁静致远 第十六章 法家的治国之道与企业的刚性管理(上) 一、“以法治民”与企业的制度化管理 二、王熙凤以法协理宁国府 第十七章 法家的治国之道与企业的刚性管理(下) 一、课能之术 二、禁奸之术 三、自神之术 四、法家刚性管理的人性论根据 第十八章 法家哲学智慧与企业经营之道 一、开拓市场与名人效应 二、“舍小取大”与“利益双赢” 三、“竞和”理念与出奇制胜 四、“审名”思想与名牌商标 第十九章 兵家的论将之德与企业家人格的塑造 一、“利国保民”与企业家的价值取向 二、“为将五德”与企业家的理想人格 三、“将有五危”与企业家的老将风度 第二十章 兵家的“宽严相济”与企业家的管理艺术 一、“将能而君不御”与企业家的“分身术” 二、“文武兼施”与企业家的管理艺术 三、“陷之死地然后生”与企业的“危机管理” 第二十一章 《孙子兵法》与企业经营谋略(上) 一、“避实击虚”与寻求卖点 二、“兵贵神速”与“抢前半步”策略 三、“奇正之术”与企业的制胜之道 第二十二章 《孙子兵法》与企业经营谋略(下) 一、“迂直之计”与企业的迂回战术 二、“攻心夺气”与企业的心理战术 三、“因粮于敌”与企业的借助策略 参考文献后记

章节摘录

书摘而“蒙牛”领军人物牛根生根据他的“小胜凭智，大胜靠德”的经营哲学，在“伊利”任职期间，就曾将自己的108万元的年薪分享给大家，所以当他挑旗创企业时，才会赢得那么多人的信赖与支持。2005年1月，作为“蒙牛”最大的自然股东，他又将自己近10%的股份全部捐出，正式设立“老牛专项基金”，主要用于褒奖对“蒙牛”作出突出贡献的个人和机构。

所以“蒙牛”在短短的五年间，就跻身于中国乳业三强之一，每年保持“三位数”的增长率。牛根生的成功，主要源于他的人格魅力和“形象管理”。

“中华鳖精”曾借助于马家军名噪一时，但据《焦点访谈》揭露，该厂只有一只鳖，“中华鳖精”只不过是红糖加水制成的，于是“中华鳖精”轰然倒下。

“巨能钙”通过强大的广告攻势大造了品牌的知名度，鼓吹“巨能钙”是由“8位博士、48位科学家、100项科学实验、10年呕心沥血”研制出来的，但当媒体披露了这只不过是一种欺诈行为、“巨能钙”含有致癌的工业双氧水之后，其品牌形象便彻底瓦解。

不管是“中华鳖精”，还是“巨能钙”，败就败在信用危机上。

“秦池”酒业1996年夺标之后，销售量增长了500%，利税增长了600%。

此时，“秦池”本应在产品质量和结构调整、技术改造、品牌维护上下工夫，但是，当“秦池”1997年再次夺取标王后，一味迷信广告，仅靠外在包装的华丽而缺乏“内涵式”的发展，导致“秦池”最终失败。

而山东烟台“张裕”葡萄酒业集团在成功面前从不张扬自己，走“内涵式”发展之路，始终坚持“质量是根、创新是魂、市场是镜”的12字方针。

这就是百年“张裕”成功的秘诀。

河北省石家庄市环宇电视机厂在20世纪80年代初，曾叱咤风云于中国电器行业，登上了电视机大宝座。

在成功面前，它放弃了技术创新，偏离了发展核心技术的轨迹，6年只投资了3000万元用于技术开发，于是丧失了市场竞争力，导致失败。

21世纪，汽车行业新秀——奇瑞QQ所以成功，在于它把理念创新运用于市场营销，在定位(年轻人)、颜色(组合色彩)、设计(个性化)和营销(新概念)上皆有所创新。

创新管理是21世纪企业生存发展的主旋律。

企业的成功与失败，全在于能否“创新管理”。

以上企业成败的典型，从不同角度说明，在市场经济的大潮中，企业的成功与否，关键在于如何提高企业的管理水平。

实践证明，一个具有较高管理水平的企业家可以救活即将倒闭的企业，一个不善于管理的企业家也可以搞垮一个很好的企业。

随着经济全球化和中国加入世界贸易组织，中国企业能否在国际市场上增强核心竞争力，以战胜竞争对手，关键也在于能否尽快地建构与完善中国式的管理思想体系。

日本管理学家廉田胜先生指出：“企业成功与否，经营管理占80%的作用，尤其是管理思想、思维方式又是重中之重。

”日本所以能从第二次世界大战的废墟中崛起，在短短的20多年时间里成为世界经济强国，就在于它有独具特色的管理哲学。

朱镕基总理早在1996年7月25日祝贺国家自然科学基金会管理科学部成立时就指出：管理科学与管理教育也是兴国之道。

他认为：当前国有企业的困难，一个重要原因是企业管理不善。

现在有些效益好的企业，不是靠科学的管理制度和严格的劳动纪律，而是靠政府、靠银行、靠关系、靠广告效应、靠短期行为。

单靠这些，企业不可能真正办好。

他大声疾呼：今天到了要大力提高改善中国的管理和发展中国的管理科学的时候了。

这是时代向我们发出的最强音。

建构中国式的科学管理思想体系，是我们义不容辞的历史使命。

P2-3

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>