

## <<公司的灵魂>>

### 图书基本信息

书名：<<公司的灵魂>>

13位ISBN编号：9787300121451

10位ISBN编号：7300121454

出版时间：2010-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：布希基，金伯利 著，孙颖 译

页数：177

译者：孙颖

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>

## <<公司的灵魂>>

### 内容概要

公司的身份特征定义了企业管理中最基本的“我是谁”的问题，即组织的使命或宗旨。

我们处在一个身份特征的新时代，在这个时代，你的员工、客户、投资商以及其他利益相关者关心的是你到底是谁。

公司的身份特征比以往任何时候都更能影响它所能取得的成就。

《公司的灵魂》将帮你明确地理解你公司的身份特征，之后掌控它、利用它，实现长期的成功。

取材于世界知名公司的真实案例，作者向我们展示了为什么身份特征是一笔无比宝贵的资产——并且，如果不加以恰当的管理，它可能变成极为不利的因素。

## <<公司的灵魂>>

### 作者简介

哈米德·布希基，法国ESSEC商学院战略与管理学教授。  
他的研究领域包括企业家精神、组织身份特征和管理创新。  
他还是ESSEC创业投资基金的创始人和学术董事，参与了許多公共和私人组织的管理发展项目，他拥有巴黎第九大学的管理学博士学位。

## &lt;&lt;公司的灵魂&gt;&gt;

## 书籍目录

引言 身份特征时代的领导力挑战 全球化 并购 剥离 破坏性创新 撤销管制 战略联盟、组织网络及无边界组织 组织的社会性 公司声誉与责任感 在工作场所中改变社会形象的时代已经来临 自我意识与消费者授权 品牌渗透 第1章 身份特征维度 身份特征维度 公司身份特征界定 身份特征中矛盾关系的协调 第2章 身份特征维度的正面效应 身份特征清晰一致且有价值的内部好处 身份特征清晰一致且有价值的外部好处 第3章 身份特征维度的负面效应 自恋 形象冲突 漂移 分裂 第4章 身份特征维度管理的失败者 卡莉·菲奥莉娜 让·马里耶·梅西尔 托马斯·米德尔霍夫 菲利普·帕塞尔 第5章 融合还是不融合:并购中的身份特征整合 当调味品变质的时候:以戴姆勒克莱斯勒为例 应该遵循什么途径呢 殖民型整合 同盟型整合 联邦型整合 共生型整合 正确看待四种模型 第6章 绳子应该被砍断吗?公司剥离的身份特征管理 剥离中的身份特征维度 藕断丝连型 彻底分离型 自相矛盾型 为什么要剥离 剥离之中的身份特征维度管理 第7章 战略联盟和合资企业中的身份特征问题 身份特征问题怎么会将战略联盟推向危险境地 战略联盟中身份特征问题的解决框架 身份特征管理的内涵 第8章 公司和品牌层面的身份特征维度管理 将品牌形象与公司身份特征绑定会损害公司的经济利益 品牌形象应该在多大程度上依赖公司身份特征?反之又如何呢 评估品牌形象与公司身份特征之间的关系 由单一品牌向品牌组合转变时的身份特征管理 并购后的公司身份特征和品牌形象管理 第9章 身份特征维度管理大师 史蒂夫·乔布斯 彼得·桑德斯 路易斯·郭士纳 卡洛斯·戈恩 第10章 诊断你自己公司的身份特征 谁需要身份特征审计 发现身份特征的一般途径 几个身份特征审计的例子 身份特征审计指南 第11章 引领身份特征时代 强化身份特征维度 在个人和公司层面处理身份特征和认同感 当必须要改变身份特征维度时 身份特征维度的渐进式变革 身份特征维度的革命式变革 身份特征维度渐进式变革和革命式变革的优缺点 身份特征变革的推动力 成功身份特征变革的共同因素 结语

## &lt;&lt;公司的灵魂&gt;&gt;

## 章节摘录

均衡五：分裂与聚合 劳伦斯和罗尔施（Lawrence and Lotsch）在他们非常有影响力的《组织与环境》（Organization and Environment）一书中提出，有效的管理要求公司结构在分化与整合之间保持一种平衡。

下面将对身份特征的分裂与聚合的问题进行阐述，这些阐述与劳伦斯和罗尔施的观点是相近的，但是在处理方法上有些不同。

身份特征的分裂指的是伴随公司组织变大、变复杂，身份特征体现在组织的不同层次上的过程。

公司身份特征可以体现在工作群体、部门、经营单位、地理实体、子公司等层面上。

聚合是指子单位由于感觉是属于一个共同体而紧密地结合在一起。

公司结构的分化与整合是由管理层促成的；而公司身份特征的分裂与聚合则是一种社会化的心理进程，管理者可以对它产生影响，但是却不能改变它。

当聚合和分裂两种力量相互碰撞的时候，公司需要在两种力量间加以平衡，并适当地进行改变。

麦肯锡、宜家家居和苹果电脑等公司的身份特征远远超过了当地其他公司的身份特征。

不管它们位于世界的哪个地方，这些公司的员工都与自己的母公司紧密地联系在一起。

而对其他那些通过购买而建立或成长起来的公司而言，它们身份特征的分裂多于聚合。

这些公司的员工倾向于与子公司而不是母公司相联系。

我们注意到，法国的许多跨国企业往往都在它们遍布世界的附属企业里实行年度员工信息反馈制度。

这些持续不断反馈回来的信息表明欧洲的员工仍然与法国的母公司保持着密切联系，而北美的员工则倾向于与当地的子公司保持密切联系。

## <<公司的灵魂>>

### 媒体关注与评论

“ 在一个不停流动、加速改变的世界中，个人对公司身份的意识变得空前重要，甚至甚于对个人身份的意识。

在《公司的灵魂》一书中，布希基和金伯利带领我们踏上了通往公司身份特征世界的旅程，探索公司了解自己在内部运作和外部世界层面上‘是什么’的重要性。

这本开拓性作品在管理层对公司身份特征的寻求中将被证明是弥足珍贵的。

” ——Jeremy Rifkin，华盛顿经济趋势基金会主席 “ 身份特征是组织中最基本也是最不被理解的决定因素之一。

布希基和金伯利这本书为组织身份特征决定因素的研究提供了一个新鲜的视角，同时也为公司如何根据时代变化转换自身身份特征提供了一个研究基础上的洞见。

本书对研究组织变革的学者和亲身领导变革的经理人尤为重要。

” ——Michael Tushman，哈佛商学院教授

<<公司的灵魂>>

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>