

<<企业文化与企业伦理>>

图书基本信息

书名：<<企业文化与企业伦理>>

13位ISBN编号：9787309065466

10位ISBN编号：7309065468

出版时间：2009-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：陈少峰

页数：253

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>

<<企业文化与企业伦理>>

前言

企业文化建设与完善企业伦理是企业经营管理中的一项基本要求。

迄今为止，在中国大多数企业的经营管理实践中，企业家和经理人一般都缺乏企业文化和企业伦理的专门训练，因此在处理企业文化问题和进行道德决策时往往会忽视与之相关的管理重点，从而有时显得比较被动。

以人力资源开发为例，如果一个企业缺乏企业文化建设或者构建合理的企业文化体系的自觉性，那么企业的管理者在招聘员工的时候就不可能建立一个软性的评价标准，也就不容易找到与自己企业文化相适应的“志同道合”的人才。

同时，如果不熟悉企业文化在管理中的应用，就难以解决目前中国企业普遍存在的“二次创业”问题；因为在二次创业的过程中，企业文化和元老问题、利益再分配问题经常紧紧交织在一起。

如果不能妥善处理各个层次的企业文化问题，企业就很容易因为各种观念冲突和部门主义文化的泛滥而导致人心涣散或者缺乏斗志，企业也就难以跨越各种障碍并进入新的发展阶段。

尽管到目前为止，企业文化与商业伦理等研究领域的各种著述已经很多，也有不少相关教材出版，不过，在多年研究企业文化、企业伦理和讲授企业管理哲学的相关课程之后，我对企业文化和企业伦理的认识，有了许多不同于现有各类企业文化与企业伦理著述的心得，其中感受最深切的有两个方面：一是对企业文化的研究不能脱离对企业发展阶段的深刻把握；二是研究企业文化离不开多学科的知识背景，包括企业伦理的研究基础。

例如，企业的不同发展阶段需要不同的企业文化，由此企业文化才能引领企业实现可持续发展。

但是，有人误解了企业文化的针对性，提出用法家的纪律文化管理底层员工，用儒家的激励文化管理中层员工，用道家的无为而治文化管理高层员工。

显然，这种主张表面看起来很有针对性，实质上则把企业文化弄得支离破碎。

<<企业文化与企业伦理>>

内容概要

建设企业文化与完善企业伦理是企业经营管理中的一项基本要求，但迄今为止，在中国大多数企业的经营管理实践中，企业家和经理人一般都缺乏企业文化和企业伦理的专门训练，因此在处理企业文化问题和进行道德决策时往往会忽视与之相关的管理重点，从而有时显得比较被动。

为此，本书作者在长年给北京大学本科生、研究生和各类工商管理高级研修班的人员讲授“企业文化与企业伦理”课程的基础上，以企业文化、企业美学和企业伦理学的跨学科内容为核心，结合大量的实践案例，对企业文化建设以及企业伦理的基本问题进行了深入、系统的论述，并注重方法的引导和跨学科研究。

本书是带有专著性质的教材，是作者长年研究与教学的成果，适合选修企业文化和企业伦理的学生、HBA的学生，有关领域的研究人员和企业中层以上的管理干部使用。

<<企业文化与企业伦理>>

作者简介

陈少峰，哲学博士，北京大学哲学系教授、博士生导师，北京大学文化产业研究院副院长，国家文化产业创新与发展研究基地副主任。

主要研究伦理学、管理哲学、企业文化和文化产业。

著有《中国伦理学史》上下册、《宋明理学与道家哲学》、《伦理学的意蕴》、《企业家的管理哲学》、《学而优则商》和《文化产业战略与商业模式》等。

<<企业文化与企业伦理>>

书籍目录

序导论第1讲 市场文化与企业文化 1.1 市场的特性 1.2 市场制度的完善 1.3 无形的手 1.4 有形的手 1.5 竞争市场与企业成长 1.6 行业文化与行业美德 1.7 中国市场化走向及其影响
第2讲 社会文化与企业文化 2.1 社会文化及其影响 2.2 历史文化与企业文化 2.3 历史上的商业文化及其借鉴 2.4 思维方式及其对企业文化的影响 2.5 生活方式的变化及其影响 2.6 法律与公共政策的完善及其影响 2.7 避免不好的文化影响第3讲 管理模式与企业文化 3.1 制度建设与管理模式 3.2 有效的管理模式 3.3 必要的管理理念 3.4 治理结构与战略决策 3.5 权威式管理与民主式管理 3.6 管理模式与商业模式的结合 3.7 对国外管理模式的借鉴第4讲 建设企业文化的基本要求 4.1 正确的理念 4.2 结构化把握 4.3 企业文化的外部适应性 4.4 防止自我陶醉 4.5 理论指导与具体执行的结合 4.6 提升企业家文化 4.7 处理好内部效率与公平的关系 4.8 避免常见的错误第5讲 企业的核心价值 5.1 价值与核心价值 5.2 核心价值与伦理行为 5.3 企业核心价值与社会核心价值 5.4 如何确立核心价值 5.5 核心价值的制度化第6讲 价值观、企业伦理与道德决策 6.1 作为企业价值观组成部分的企业伦理 6.2 公司的道德主体 6.3 企业的义利之辩 6.4 道德风险 6.5 竞争伦理 6.6 管理的道德问题 6.7 企业并购与破产处理的伦理思考 6.8 企业治理的道德 6.9 公司中的道德决策 6.10 两难性质的伦理问题第7讲 职业道德与员工职业化管理第8讲 用人的原则与人本管理第9讲 团队的技术、文化与伦理第10讲 营销文化与伦理第11讲 企业形象第12讲 企业美学第13讲 品牌第14讲 企业的社会责任第15讲 家族企业的文化与伦理第16讲 企业文化建设的程序第17讲 企业发展的阶段性及其企业文化参考书目

<<企业文化与企业伦理>>

章节摘录

比照以上关于文化概念的理解,我们也可以从层次性的角度来理解企业文化概念。

第一个层次,企业文化是文化中的一个系统类别,它是系统化的文化,又是具有内在联系的许多文化具体方面的整体。

从客观的知识的角度来说,企业文化是企业经营管理中的理念、制度、形象设计、公共关系、员工行为等复杂的文化系统。

从如何建设企业文化的角度来认识,则是促进企业发展和完善企业经营管理的价值引导和制度建设等内容。

第二个层次,企业文化涉及影响企业经营管理的外部环境如国情、历史文化、市场文化、消费者行为以及企业相互竞争的制度体系等文化系统。

这一层次的文化主要包括两个方面:一方面要分析经济政策、宏观经济形势、国际化环境、民俗和民情以及经济发展阶段性特点等经济、政治、文化等复杂因素;另一方面则要处理与直接的市场环境、竞争对手及消费者行为有关的文化。

这种企业对应生存环境的文化活动和交流方式也可以称为“关系文化”。

这一文化特别重视解决企业对市场的认识、社会责任和竞争方法等问题,同时也涉及企业的使命和对利益的处理方式,包括企业安身立命的态度和处理利益相关者的态度。

第三个层次,是作为企业主要代表的企业家及其文化,包括企业家精神、企业家对于外部的意识和对于内部的影响等系统文化。

除此之外,企业家的文化还涉及是否建设企业文化以及如何建设企业文化等课题。

第四个层次,涉及企业所处行业的行业特性、行业美德及其与顾客的关系等问题。

它也涉及企业的管理模式和商业模式及其文化表现形式。

第五个层次,涉及企业对于企业文化的自我认知与态度,包括客观分析企业文化现状,面对企业文化问题时究竟接受自然形成的企业文化还是改变企业文化。

第六个层次,涉及企业文化的核心部分,它包括以下几个相关的部分。

首先是企业的核心价值和用人的原则。

其次是核心价值和用人原则的制度化。

<<企业文化与企业伦理>>

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>