

<<文化决定成败>>

图书基本信息

书名：<<文化决定成败>>

13位ISBN编号：9787501754762

10位ISBN编号：7501754764

出版时间：2008-1

出版时间：中国经济出版社

作者：齐冬平

页数：292

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>

## &lt;&lt;文化决定成败&gt;&gt;

## 内容概要

把文化提升到企业竞争力不仅是企业文化理念的创新，也是对全球化背景下企业成败得失的准确概括。

这本《文化决定成败—中外企业文化镜鉴案例教程》系统科学地对此进行了研究与归纳，较精确地提出了“文化决定成败”这一理念。

全书从战略与战术两个层面借鉴与操作，准确地提炼了企业成败的理念意义，甚至更便捷地提供了企业生存发展的定位参照。

这是一部用学科构建体系和逻辑顺序结构写成的企业文化案例著作。

此书的结构顺序是按照企业文化学的学理与术理构建的，这给企业文化学、企业管理学等学科的研究者和著作者提供了十分便捷和较为全面的案例参考，充分体现了本书的实用性。

写这样的一本书，作者不仅要有较高的写作技巧，更要有学术研究和学科构建的水平。

此书框架是按企业文化最小元素作为起点，在各个环节和系统中严格遵循兼具历史和逻辑的科学观进行研究。

在对相关企业案例进行叙述时，也以历史的逻辑的顺序进行；要突出一个相关主题的企业文化内容时，不是将现有的资料简单地堆砌，而是兼顾其他环节的相关性、联系性、兼容性，使其结构具有内在的逻辑性。

这是一部用正反两方面案例对照式进行结构编排的MBA教程。

在各章节中每一个案例都包含一正一反两方面的对比内容。

这正如同一事物的两个方面，相对比、相矛盾、相依存在同一体系之中。

可以看出资料的寻觅与理论界定，是花费了相当大的时间和精力。

据说，两个作者利用业余时间劳作了一年。

不仅要在卷帙浩繁的书海中穷经皓首，还要以理论的勇气和胆略去界定，更要用实践的检验力量去推断和衡量。

这种精神，令人感动。

综观全书，从企业文化学的角度看，此书不仅结构形式新颖别致，内容也丰富饱满。

纵贯古今的容量，横亘中西的纬度，是作者贯通全书的意旨，翻看目录，就一目了然。

在《日昇昌在旧制度中不升昌》案例中，介绍了我国历史上曾经辉煌一时的由山西商人雷履泰建立的第一家票号日昇昌不再辉煌的过程，并分析了原因；在《老字号永丰辣酱落后的营销观念》案例中，介绍了明崇祯年间的永丰辣酱，由于闭关自守、不主动寻求销售出路、不重视技术创新、经营上的失误和没有形成特色品牌优势而导致衰败的事实，也介绍了企业近年来在不断创新中的改进和提高，以及可持续发展情况；在《瑞士钟表的“近视”》案例中，介绍了瑞士的钟表工业从家庭手工业如何走向世界，如何在世界居于领先地位，又如何走向衰败。

凡此种种，无不说明本书的丰富性。

<<文化决定成败>>

作者简介

齐冬平，1964年10月生于黑龙江北安，籍贯吉林扶余，1986年毕业于吉林大学法律系国际法专业。现任中冶集团新闻信息中心主任，兼任国务院国有资产监督管理委员会年鉴专家委员会理事、北京国际法学会常务理事、中国企业文化促进会副秘书长。

## <<文化决定成败>>

### 书籍目录

第一章 战略篇 一、文化战略 二、品牌战略 三、创新战略 四、经营战略 五、科技战略 六、差异化战略 七、持续发展战略 八、国际化战略 九、本土化战略 十、多元化战略 第二章 理念篇 一、愿景 二、目标 三、责任 四、荣誉 五、道德 六、用人 七、哲学 八、伦理 九、使命 十、风格 第三章 形象篇 一、企业形象 二、产品形象 三、企业家形象 四、员工形象 五、品牌形象 第四章 品牌篇 一、个性化 二、知名度 三、美誉度 四、延展力 五、国际化 六、忠诚度 七、联想度 八、消费度 九、创新度 第五章 营销篇 一、差异化模式 二、4P式模式 三、品牌模式 四、服务模式 五、动态模式 六、整合模式 七、关系模式 八、网络模式 九、全员模式 十、情感模式 十一、危机模式 十二、文化模式 第六章 制度篇 一、工作制度 二、责任制度 三、绩效考核制度 四、行为规范制度 五、质量保证制度 六、用人制度 七、个人决策制度 八、集体制度 第七章 模式篇 第八章 价值观篇 第九章 精神篇 第十章 伦理篇 第十一章 生态篇 第十二章 传播篇 第十三章 危机篇 第十四章 实力篇 第十五章 创新篇 参考文献 后记

<<文化决定成败>>

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>