

<<企业文化>>

图书基本信息

书名：<<企业文化>>

13位ISBN编号：9787506467032

10位ISBN编号：7506467038

出版时间：2010-12

出版时间：中国纺织

作者：肖峰

页数：282

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>>

内容概要

建设良好的企业文化，究竟从何着手？

又如何去做？

本书便是从我国中小企业的现状出发，与国内外先进的企业文化建设理论相结合，简要地介绍了中小企业如何有计划、有步骤、有针对性地建设好自己的企业文化，对于中小企业的企业文化建设具有相当的参考价值。

<<企业文化>>

书籍目录

第1章 企业文化并不遥远 中小企业的3种常见“陋俗” 唯亲式企业文化 大佬式企业文化 军阀式企业文化 什么是企业文化 企业文化的三个层次 企业文化的构成 企业文化的评价 企业文化的类型 企业的功能 优秀企业文化的特征 时代精神与传统文化并存 中西文化交汇 共性个性统一 继承与创新并举 企业文化的研究历程与发展趋势 企业文化的研究历程 新时代企业文化发展的趋势 案例分析：苹果企业文化十大成因

第2章 企业文化重塑 从“草创期”到“成熟期”的文化重塑 草创阶段的企业文化 成熟阶段的企业文化 企业文化3大误区 本本主义 形式主义 盲目崇拜 优秀企业文化的特质 企业文化要具有本土特色 企业文化要具有企业特色 企业文化要有创新的特色 企业文化重构 企业文化的内容 企业文化重构的方向 企业文化建设所需的支持 企业家支持 完善的实施机制支持 其他支持 案例分析：企业文化为小药厂的腾飞插上双翅 用现代企业文化理念打造国际一流企业 着力把企业文化理念渗透于经营管理过程之中 坚持企业文化必须“以人为本”的反思 案例分析：远逝的狼图腾——华为的企业文化重塑

第3章 企业文化进化论 企业的发展与文化变革 企业文化变革的必要性 企业文化变革的阻力 企业文化变革的流程 建立危机意识 成立领导团队 提出愿景 沟通愿景 授权员工参与 创造短期战果 巩固战果，再接再厉 让新的文化深植企业文化 企业文化变革的策略与管理 企业文化变革的策略 变革管理 案例分析：旭日文化铸大业

第4章 企业文化与老板文化 其身正，不令而行 律己法则 信用法则 表率法则 己所不欲，勿施于人 利导法则 顺性法则 登高而招，顺风而呼 魅力法则 磁力法则 周旋法则 恩威并施，宽严相济 细节法则 宽松法则 批评法则 强手法则 周公吐哺，天下归心 人情法则 交流法则 沟通法则

第5章 品牌文化的魅力 品牌的文化内涵 为什么要塑造品牌文化 塑造名牌文化的积极意义 品牌文化的功能 如何塑名牌文化 中小企业塑造名牌的策略 中小企业塑造名牌的流程 品牌文化与现代传播 广告 广告以外的形象

第6章 企业文化与视觉传达 视觉识别与理念识别 企业形象设计的起源与发展 企业形象与企业文化的关系 企业形象的组成 企业形象的传播 衡量企业形象的标准 企业实施形象设计的战略意义 企业形象设计实务 塑造企业形象的基础 塑造企业形象的途径 企业形象设计的误区 重CI，轻管理 重视视觉识别，轻理念识别 重策划，轻实施 广告宣传的误区 案例分析：日本思川砂利公司的CI 扩大业务范围和变更公司名称 CI计划的实际推进过程 决定公司新名称 标准字的设计 CI作业的回顾

第7章 企业文化与鼓励创新 对创新的认识 创新的前提 创新的内容 创新的阶段 创新的分类 渐进创新 重大创新 企业创新实务 企业为什么需要创新 企业如何创新 企业创新的方向 案例分析：最伟大的创新企业

第8章 日美企业文化透视 日式企业文化 日本的民族精神 日本的宗教信仰 日本企业文化的特点 日本传统企业文化的困惑 美式企业文化 美国社会文化的特征 美国企业文化的特征 日美企业文化的融合 日美企业文化融合的趋势 对我国企业文化建设的启示 案例分析：日本大金工业株式会社的经营之道

<<企业文化>>

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>