第一图书网, tushu007.com

<<企业文化--现代企业之魂>>

图书基本信息

书名：<<企业文化--现代企业之魂>>

13位ISBN编号：9787801241153

10位ISBN编号：7801241150

出版时间：1995-12

出版时间：中国水利水电出版社

作者：胡正荣

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

内容概要

内容提要
本书大量利用了国内外优秀企业成功的案例和经验，并借鉴当前国内外企业文化最新研究成果，探讨在国际经济、社会和文化日益全球化、信息化及我国从计划经济向市场经济转型的条件下，企业如何重塑自身的企业文化，与市场、社会有效而和睦地互动，以适应当今和未来发展的需要。

本书内容全面系统，理论联系实际，并有操作模式。
全书共分五章，即企业文化概述、企业文化的功能、企业文化的结构要素、企业文化的创立和企业人。
内容涉及当今企业文化理论与实践领域的各个方面。
其中第三章、第四章和第五章的许多观点和作法比较新颖并切实可行。

本书立足现实，对我国企业在社会主义市场经济条件下，建设自身的企业文化、创名牌企业有指导意义。

本书可供大中小型企业各级领导及经济、文化领域的研究与专业人员学习，亦可供对企业文化感兴趣的广大读者参阅。

作者简介

作者简介
胡正荣 1966年5月出生，1986年毕业
于北京广播学院新闻系。
现任北
京广播学院新闻系副主任，讲师。
中
国广播电视学会会员，中国公共关
系协会培训中心客座教授，北京市
高等学校优秀青年骨干教师。
著作
有《实用广告策略》，《美国广告的魅
力》，《新闻理论教程》，《广告学：理
论与应用》（合著），《中国实用广告
知识手册》（合著）等，共110多万
字。

书籍目录

目录
总序
第一章 企业文化概述
第一节 企业文化的兴起与发展
一、企业文化兴起的背景
二、企业文化的发展
第二节 企业文化的理论基础
一、文化理论
二、企业管理理论
第三节 企业文化的概念
一、什么是企业文化
二、企业文化的特征和特点
三、中国企业文化的特点
第四节 企业文化战略的重要性
一、国外企业文化战略的状况
二、中国企业文化现状及存在的误区
三、企业文化战略的意义
第五节 构建社会主义市场经济条件下的企业文化
一、解放思想转变观念
二、建设中国特色的企业文化
三、树立人本观念
四、树立市场观念
五、树立用户至上观念
六、树立人类整体观念
七、树立社会责任感
第二章 企业文化的功能
第一节 企业文化的内部功能
一、推动企业生产
二、形成企业意识
三、优化企业机制
第二节 企业文化的外部功能
一、推动企业管理
二、推动社会主义精神文明
三、推动社会主义物质文明
第三章 企业文化的结构要素
第一节 企业物质文化
一、企业环境
二、企业器物
三、企业标识
第二节 企业行为文化
一、企业目标
二、企业制度
三、企业民主
四、企业文化活动
五、企业人际关系

第三节 企业精神文化
一、企业哲学
二、企业价值观
三、企业精神
四、企业道德
第四章 企业文化的创立
第一节 企业文化创立的原则
一、一般原则
二、具体原则
第二节 企业文化创立的程序
一、调查分析阶段
二、总体规划阶段
三、论证实验阶段
四、传播执行阶段
五、评估调整阶段
六、巩固发展阶段
第三节 企业文化创立的途径
一、内在途径
二、外在途径
第四节 创立企业文化的传播媒介
一、有关传播的几个问题
二、创立企业文化常用的传播媒介
第五章 企业人
第一节 企业文化的终极目标——企业人
一、思维的误区
二、企业人与企业文化
第二节 企业家
一、企业家在企业文化中的地位
二、美国、日本企业家的基本素质
三、中国当代企业家的基本特征和素质
四、企业家与企业文化
第三节 企业人的标志
一、现代人意识
二、企业意识
三、主体意识
四、个体与群体互动意识
第四节 企业人的培育
一、国外企业人培育经验
二、企业人的培育
三、企业人培育效果评价
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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