

<<企业文化概论>>

图书基本信息

书名：<<企业文化概论>>

13位ISBN编号：9787811228533

10位ISBN编号：781122853X

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：朱成全 编

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>

## &lt;&lt;企业文化概论&gt;&gt;

## 前言

科学家爱因斯坦曾经发给艺术家卓别林这样一封生日贺电：“您的艺术作品誉满全球，您真不愧为一位伟大的艺术大师。

”卓别林是这样回复爱因斯坦的：“您的相对论仅为世界上少数人懂得，您真是一位伟大的科学家。”前者“雅俗共赏”很伟大，后者“曲高和寡”也伟大，似乎有些矛盾，其实不然，这恰恰体现出“艺术性”与“科学性”的一致性。

对上述对话的一般理解是：科学往往为少数人所发现，“曲高和寡”；而艺术必须要让大多数人所接受，“雅俗共赏”。

这当然是正确的，但这只是从一个角度看问题。

如果再从另一角度分析，才能做到圆满理解，即科学虽然由少数人所发现，但却可以被多数人所掌握；而艺术虽然可为大多数人所接受，但却只能由少数人所创造。

“科学性”与“艺术性”在哲理上是完全一致的。

对科学和艺术还要做进一步的分析。

科学分科学发现和成果应用两个层面，艺术也分艺术创作和艺术欣赏两个层面。

科学发现和艺术创作都比较难，而科学应用和艺术欣赏相对都比较容易。

人们常说，“管理既是科学，又是艺术”，这里所说的“科学”多指“科学成果的应用”，而这里所说的“艺术”却多指“艺术的创造”。

对于从事企业管理工作的人员来说，越高层的管理（如董事长和CEO的工作），艺术成分越多；越基层的管理（如部门经理或车间主任，甚至是现场调度或质量控制的工作），科学成分则越多。

突出的例子是，美国演员出身的里根可以是一个胜任的国家总统，却难以当好一个企业工程师。

企业和国家都是这样，越往高层，“外行领导内行”越普遍，而越往基层，专业技能越重要。

当然，与此相应的一般的规律是：越是高层，“艺术创造”越重要；越是基层，“科学应用”越普遍。

对于工商管理教育而言，其课程体系中既有含科学成分较多的课程，也有含艺术成分较多的课程。

前者主要有：“生产管理”，“物流与供应链管理”，“管理信息系统”，“会计学”等。

后者主要有：“组织行为学”，“人力资源管理”，“企业文化与伦理”，“企业战略”，“公司组织设计”或“公司治理结构”。

“企业、政府与社会”等。

当然，也有的课程近乎是科学成分和艺术成分并重的，如“公司理财”，“数据、模型与预测”，“管理经济学”等。

我自己和很多从事工商管理教育的教授都有这样的体会，就是在教学过程中，科学成分越多，越适合课堂教学，也就越利于成规模培养；而艺术成分越多，则越适合个人感悟，也越适合于案例教学，从而只能侧重于个别指导或小组讨论。

## <<企业文化概论>>

### 内容概要

对科学和艺术还要做进一步的分析。

科学分科学发现和成果应用两个层面，艺术也分艺术创作和艺术欣赏两个层面。

科学发现和艺术创作都比较难，而科学应用和艺术欣赏相对都比较容易。

人们常说，“管理既是科学，又是艺术”，这里所说的“科学”多指“科学成果的应用”，而这里所说的“艺术”却多指“艺术的创造”。

对于从事企业管理工作的人员来说，越高层的管理（如董事长和CEO的工作），艺术成分越多；越基层的管理（如部门经理或车间主任，甚至是现场调度或质量控制的工作），科学成分则越多。

突出的例子是，美国演员出身的里根可以是一个胜任的国家总统，却难以当好一个企业工程师。

企业和国家都是这样，越往高层，“外行领导内行”越普遍，而越往基层，专业技能越重要。

当然，与此相应的一般的规律是：越是高层，“艺术创造”越重要；越是基层，“科学应用”越普遍

。

## <<企业文化概论>>

### 书籍目录

第1章 导论学习目标1.1 企业文化的概念1.2 企业文化的要素1.3 企业文化的特性1.4 企业文化的作用1.5 企业文化的产生、内容的创新与发展1.6 企业文化境界说复习思考题第2章 企业精神文化学习目标2.1 企业哲学2.2 企业精神2.3 企业价值文化2.4 企业伦理文化2.5 企业审美意识2.6 企业思维2.7 企业作风、风貌复习思考题第3章 企业制度文化学习目标3.1 企业制度文化概述3.2 企业领导体制3.3 企业组织文化3.4 企业管理文化复习思考题第4章 企业物质文化学习目标4.1 企业生态文化4.2 企业环境与企业容貌4.3 企业工具文化4.4 企业管理物质文化体系4.5 企业产品文化4.6 企业广告文化复习思考题第5章 企业形象设计学习目标5.1 企业形象概述5.2 企业理念识别(MI)5.3 企业行为识别(BI)5.4 企业视觉识别(VI)复习思考题第6章 家族企业文化学习目标6.1 家族企业概述6.2 家族企业的产权分析6.3 华人家族企业复习思考题第7章 企业文化的国际比较学习目标7.1 东西方企业文化概要7.2 企业文化中的宗教现象7.3 跨文化管理概述复习思考题第8章 企业文化建设学习目标8.1 企业文化建设的主体8.2 企业文化建设的基本原则8.3 企业文化建设的一般程序8.4 企业文化的评价复习思考题主要参考文献

## &lt;&lt;企业文化概论&gt;&gt;

## 章节摘录

(7) “音像、楷模、仪式、价值四层次说”。

它认为，企业文化是指企业员工所特有的集体精神面貌，大体上包括音像（如企业内部的活动、企业标志、制服等）、楷模（如企业创始人和关键技术发明人等）、仪式（如纪念会、庆功会、表彰会等）和价值四个层次。

在给企业文化下定义时，有的国内学者从物质载体去考察，有的从精神内容去考察，有的从物质载体与精神内容相统一的角度去考察，有的从功能性作用去考察。

但企业文化是企业中物质文化和精神文化的总和，这是一个基本公认的定义。

总之，企业文化有广义与狭义之分。

广义的企业文化是指企业在经营过程中所创造的具有自身特色的物质财富和精神财富的总和，即企业物质文化、行为文化、制度文化、精神文化的总和。

狭义的企业文化是指以企业价值观为核心的企业意识形态。

在企业文化中，企业价值观、企业使命和企业精神是三个经常互用和误用的概念。

一般说来，美国人喜欢用“使命”，欧洲人喜欢用“价值观”，而中国企业经常用“企业精神”一词。

在我国，大陆的企业经常使用“企业精神”一词来表达企业的目标价值观，在台湾地区，则经常使用“管理哲学”一词。

在台湾，“管理哲学”相当于美国人所谓的“企业文化”和日本人所说的“经营理念”或“经营哲学”。

企业精神文化在整个企业文化体系中处于核心地位，是制度文化、行为文化、物质文化之源，是指企业在生产经营过程中，受一定的社会环境氛围、时代精神以及企业发展战略等影响所形成的一种“精神文化”。

它包括企业价值观以及与之相关的企业使命、企业经营哲学、企业精神、企业宗旨、企业作风、管理风格等。

它是与企业形象中企业理念识别系统相对应的。

企业制度文化是指企业中的各项“正式制度”，是企业精神文化的具体化。

企业的精神文化必须转化为具有操作性的正式制度与规范，才能被广大员工接受。

如果企业的制度与规范违背企业的精神文化，那么企业就会陷入“知行不一”的病态文化之中。

企业的行为规范大体上可以分为两大部分：对内行为规范与对外行为规范。

对内行为规范，使企业的价值观理念得到员工的认同，以创造一个和谐的有凝聚力的内部经营环境。

对外行为规范，通过一系列对外的行为，使企业的形象得到社会公众的认同，以创造一个理想的外部经营环境。

企业行为规范不同于企业规章制度的地方在于：前者是对员工的“应然要求”，只是希望员工“应当如此”，目的在于唤醒员工的主体自觉性；后者是对员工的“必然要求”，强制员工“必须如此”。

可见，企业制度文化已深深影响了企业的行为文化。

企业行为文化是以人的行为为形态的企业文化的形式，包括两个方面内容：一是为规范员工行为而制定的“行为规范”，二是员工的具体行为所折射出的“文化”。

它包括企业家行为、企业模范人物行为、企业普通员工行为等。

一般说来，企业员工行为规范的内容大体上包含以下内容：仪容仪表、岗位纪律、工作程序、待人接物、环卫安全、素质修养等。

<<企业文化概论>>

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>