

# 企业文化



[企业文化\\_下载链接1](#)

著者:肖峰

出版者:中国纺织

出版时间:2010-12

装帧:

isbn:9787506467032

《中小企业创业与经营:企业文化》是从我国中小企业的现状出发，与国内外先进的企业建设理论相结合，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。

企业文化不仅是一种管理方法，也是一种象征企业灵魂的价值导向。一个想让自己的企业成熟的创业者，一定要认真考虑和设计适合自己的企业文化。

作者介绍:

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

• • • • • [\(收起\)](#)

[企业文化\\_下载链接1](#)

标签

- 创业
- 企业文化
- 中小企业
- 生活

评论

看完了这本书，俗话说“开卷有益”，这本从表面上来看只是很实用的一本书也让我受益匪浅。企业文化扎根于社会文化中，但是并非任其摆布。美国的实用主义，理性主义，线性思维，个人英雄主义的文化就会造就一系列创新的诞生。而日本文化中的武士道精神，集体协作，精诚效忠的文化使得人的潜力巨大发挥，使得二战后的日企迅速发展，直逼美国。文化对企业也有反作用，这时更要依托本土文化，吸取境外文化精髓，扬长避短，以人为本，企业才会长盛。

-----  
[企业文化\\_下载链接1](#)

## 书评

这本书主要讲了关于企业文化构建的问题，而一个良好的企业文化的构建是一个现代化企业所必须的一个要素。构建企业文化必须是基与社会传统文化和时代文化，结合自己企业本身的特点所构建出来的。而构建只是一个开始，在运营当中如何的进行完全的贯彻是一个问题，而现在中国企...

-----  
[企业文化\\_下载链接1](#)