

《企业文化落地与突破》

图书基本信息

书名：《企业文化落地与突破》

13位ISBN编号：9787504748625

出版时间：2014-6-1

作者：许萌

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《企业文化落地与突破》

内容概要

许萌编著的《企业文化落地与突破》是第一本针对企业文化落地与突破的实操手册，其目的是使关注企业文化的企业管理者和需要在实施企业文化培训的人力资源或企业文化工作者在分析案例的同时，轻松掌握与领会企业文化落地与突破的理论内容与方法技巧；由于其贴近现代企业内部的实际所需，因此也可以作为企业开展内训的基本教材之一。

如果把企业文化比作企业的灵魂，那么许萌编著的《企业文化落地与突破》这本书，就是净化灵魂的洗礼；而在企业内持之以恒地贯彻落实企业文化，并在企业内部将企业文化工作体系化、流程化、制度化，则是企业文化建设的最高境界——企业信仰，或者说企业宗教。

一般而言，要在企业内部形成一种企业信仰或企业宗教是一项比较困难的工程，因此，本书不同于其他类型的企业培训书，它更倾向于思维方式、精神追求上的训导，是一种价值观的追求，更是启迪思想、重塑心灵的过程。

《企业文化落地与突破》

作者简介

2014年中国十大品牌女性候选人，中堂国际咨询总裁、首席培训师，首位推行“落地式”咨询、培训服务的培训师，中国(香港)她智慧研究院奠基人、轮值院长，女性领导魅力、家庭管理智慧研究第一人，全球品牌网、渠道网、《销售与市场》专栏作家，清华大学、北京大学、上海交通大学MBA/EMBA、全球品牌网、渠道网、淘课网、中国培训热线、培训在线、广东培训网、华东内训网等多家培训机构特聘讲师。

许萌老师深谙国学，擅长谈判，主张“有用才是硬道理”的“落地式”咨询、培训理念，长期专注研究企业文化落地、女性领导魅力、家庭管理智慧，擅长从女性的细腻角度解读企业文化落地、女性商务智慧，对于家庭与事业的平衡之道有独特的见解。尤擅长企业文化落地、女性领导力、情绪管理、阳光心态、家庭管理智慧等。以其睿智、开朗、幽默的风格，深受广大学员喜爱。

书籍目录

- 第一章 荒漠——日益沙漠化的中国企业文化
 - 品牌之死——明星企业很快变成流星企业
 - 文化虚脱——企业文化理念与行为严重背离
 - 政令不通——中高层与基层沟通存在障碍
 - 分权分心——权分心散，企业成一盘散沙
 - 钱多人“傻”——企业待遇好却留不住优秀人才
 - 富不过三——企业如何进行文化传承与创新
 - 案例 三鹿的覆灭是三鹿企业文化的破产
- 第二章 动力——企业持续发展的原动力
 - 企业道德——企业文化伴生商业伦理重塑
 - 发展导向——企业文化是企业管理的灵魂
 - 行动准则——同心同德、整体化一的行动标准
 - 以人为本——企业文化具有巨大的人文力量
 - 原始动力——企业文化推动企业持续发展、基业常青
 - 竞争突围——企业文化与企业竞争力
 - 案例 华为的“狼”文化
- 第三章 根源——企业文化的源与流
 - 文化形象——企业文化的概念
 - 和谐统一——企业文化的特征
 - 整体模式——企业的文化结构
 - 百家争鸣——企业文化的类型
 - 内因外因——企业文化的影响因素
 - 案例 丰田公司的企业文化如何落地
- 第四章 定位——企业的跑道与方向
 - 加工提炼——企业文化定位的内容
 - 定位依据——企业文化定位的基本着眼点
 - 适合最好——文化定位要契合企业个性
 - 信心信念——企业理念的本质与内涵
 - 价值取向——企业价值观的本质与内涵
 - 哲学定位——企业使命的本质与内涵
 - 立场信仰——企业愿景的本质与内涵
 - 境界追求——企业精神的本质与内涵
 - 案例 IBM：电脑帝国的企业文化
- 第五章 系统——决定企业文化力量强弱
 - 系统工程——企业文化建设的基本内容
 - 精神塑造——企业文化的塑造
 - 企业形象——企业文化识别系统导入
 - 自我超越——学习型组织的塑造
 - 由外而内——企业文化宣传和推广
 - 序列项目——企业文化塑造的内容及评价标准
 - 目标分段——企业文化建设的阶段划分
 - 案例 美国通用电气持续发展的秘密
- 第六章 管理——企业文化梳理、凝练、深植、提升
 - 提纲挈领——企业文化措施化的流程与方法
 - 尽职尽责——企业文化职责化的方法与工具
 - 整体化一——企业文化培训化的方法与工具
 - 自我驱动——企业文化激励化的方法与工具

优胜劣汰——企业文化考核化的流程与方法
案例 IBM：“让大象跳舞”的案例启示
第七章 传播——企业文化进行全方位的推广和扩散
简而生力——企业文化口号化的作用
以事动人——企业文化故事化的方法与工具
畅听无限——企业文化沟通化方法与工具
广而告之——企业文化广告化的方法与工具
量变质变——企业文化重复化的流程与方法
案例 毛泽东十一招确保“打土豪、分田地”的最终胜利
第八章 测量——实施企业文化动态调整
动态渐进——企业文化测量的概念
实时监控——企业文化测量的作用
测量模型——企业文化测量的工具
整体框架——企业文化测量的实施步骤
案例 东方能源公司企业文化测量
第九章 诊断——对企业文化状况进行调查研究和
和谐畅通——企业文化诊断思路与框架
制度规划——企业文化系统性诊断方法与工具
追根求源——企业文化真实性诊断方法与工具
兼听则明——企业文化一致性诊断方法与工具
融合统一——企业文化适应性诊断方法与工具
平衡管理——企业文化平衡性诊断方法与工具
案例 白沙集团企业文化“鹤”文化诊断案例
第十章 瓶颈——企业文化落地为什么难
难内化——注重形式，忽视精神塑造
难实践——企业文化脱离企业管理
难长远——急功近利，忽视系统建设
案例 泰安供电公司企业文化落地研究
第十一章 落地——企业文化如何做到落地
战略保障——企业文化建设的领导体制
组织保障——企业文化建设的组织支持
资源保障——企业文化职能部门的人员保证
规划保障——企业文化建设的计划
流程保障——企业文化建设的组织运作
执行保障——企业文化建设的考核
激励保障——企业文化建设的奖惩
案例 海底捞深入人心的服务文化落地实例
第十二章 突破——企业文化核心理念体系突破
去伪存真——企业文化简单化的流程与方法
反向求证——企业文化反面化的流程与方法
旗帜鲜明——企业文化主题化的流程与方法
全体动员——企业文化个体化的流程与方法
大道无为——企业文化生活化的流程与方法
案例 万科企业文化主题化突破

《企业文化落地与突破》

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:www.tushu111.com