

《金融企业文化概论》

图书基本信息

书名：《金融企业文化概论》

13位ISBN编号：9787805315003

10位ISBN编号：7805315000

出版时间：1998-06

出版社：文汇出版社

页数：300

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.tushu000.com

书籍目录

目录

第一章 探索金融企业文化新领地

第一节 从企业文化到金融企业文化

一、从“文化”到“企业文化”

二、企业文化的影响力

1.企业文化无所不在

2.日本的“奇迹”

三、金融企业文化的萌芽

1.中国金融业的发展脉络

2.货币的文化演进

3.早期的金融文化

第二节 构建金融企业文化

一、金融企业的特殊性

1.金融企业的特征

2.金融企业文化生成的基础

二、金融企业文化呼之欲出

1.金融企业文化建设的迫切性

2.构建独具个性的金融企业文化

3.实践指南和努力方向

第三节 金融时代大背景

一、悄然而至的金融时代

二、金融时代的文化特征

1.崇尚战略眼光

2.倡导营销观念

3.强调准确定位

4.注重形象塑造

5.依赖感性知觉

6.运用简化符号

第四节 未来金融企业文化的展望

一、走向国际金融中心的上海

1.国际金融中心

2.上海金融业的发展蓝图

二、未来金融企业文化的发展趋势

1.金融中心的文化特征

2.不断创新的金融企业文化

第二章 金融企业文化与CI

第一节 CI的有效运用

一、认识CI

1.CI的概念

2.CI与企业文化的内在联系

3.CI的功能和作用

二、CI对金融企业文化的功效

1.CI与金融企业发展战略

2.CI与金融企业市场营销

3.CI与金融企业形象定位

4.CI与感性符号

5.CI与金融企业文化

第二节 CI与金融企业形象

一、金融企业的形象系统

- 1.金融企业的主导形象
- 2.金融企业的优先形象要素

二、金融企业的外在形象

- 1.CI形象中的视觉识别
- 2.金融企业的应用性形象
- 3.金融企业的建筑形象
- 4.金融企业的布局形象

三、金融企业的内部形象

- 1.金融机构的内在形象
- 2.金融企业的员工形象

第三节 CI与金融产品形象

一、金融产品

二、金融产品的开发

- 1.开发的目标及战略
- 2.开发的过程

三、金融产品的定价与推销

- 1.定价
- 2.推销

第三章 金融企业的行为文化

第一节 体现竞争力的金融创新

一、金融创新的兴起

二、金融创新是企业竞争的砝码

- 1.金融工具和服务的创新
- 2.交易技术的创新
- 3.市场形态的创新
- 4.组织结构创新
- 5.管理的创新

第二节 灵活出击的金融营销

一、营销观念的植入

二、金融营销是企业立足市场的手段

- 1.金融市场的细分
- 2.金融营销组合策略
- 3.银行销售文化实例

第三节 追求高层次的金融服务

一、金融服务面面观

二、金融服务是提高竞争力的根本

- 1.金融服务的“禁区”
- 2.树立服务“品牌”
- 3.走向纵深的金融服务

第四节 体现企业素质的金融广告

一、广告和金融企业“攀亲”

- 1.金融广告的运用
- 2.金融企业的形象广告
- 3.金融企业的产品广告

二、金融广告的策略和传播途径

- 1.金融广告的策略
- 2.金融广告的传播

3.金融广告技巧分析

第五节 建立新型纽带的金融公关

一、公共关系的定义和分类

二、发展金融企业的公共关系

1.金融公关的作用

2.金融企业公共关系的运用

3.金融企业的公关活动

第四章 金融企业的制度文化

第一节 金融业的法制时代

一、金融运作的制度保障

1.宏观调控制度

2.银行信用制度

3.国际惯例

二、金融企业的制度建设

1.金融企业制度与企业文化

2.金融企业制度由“硬”变“软”的过程

3.金融企业制度的有效运作

第二节 疏通金融企业文化的制度中介

一、制度是管理哲学的具体化

二、制度中介功能的体现者

1.组织

2.管理者

第三节 金融制度的创新

一、活化Z理论

1.Z理论

2.金融制度中的Z理论精神

二、活化z理论的金融创新机制

1.综合服务机制

2.市场营销机制

3.人才运用机制

第五章 金融企业的人才开发

第一节 人才开发与企业文化

一、人才是企业的活资源

1.金融企业应当崇尚“人才观”

2.营造有利人才成长的企业文化氛围

二、建设国际金融中心需要人才

1.时代呼唤金融人才

2.金融企业人才现状

第二节 开发金融企业的人才资源

一、激励是人才开发的有效手段

二人才开发的过程

1.培训

2.选拔

3.使用和交流

三、“小专家培养”实例分析

第三节 造就高素质的员工队伍

一、金融企业的员工素质

1.基本素质

2.职业素质

二、金融企业员工的素质培养

1.培养目的

2.培养方向

第四节 创造和谐的人际关系

一、金融企业的人际关系特征

1.人际关系的内涵及其功能

2.金融企业的人际关系

3.营造良好的人际关系

二、科学的人事管理可以改善人际关系

1.建立有效的人才机制

2.改革人事管理的途径

第六章 金融企业的观念文化

第一节 金融企业的价值观

一、金融企业价值观的类型

二、价值观是金融企业的核心目标

1.确立适应企业发展的价值观

2.成功的企业离不开正确的价值观

3.不断革新的价值观更具活力

第二节 金融企业精神

一、凝聚价值观的核心理念

二、金融企业精神的塑造

1.融入社会意识

2.体现竞争意识

3.重视创新意识

4.恪守信用意识

第三节 金融企业精神的载体

一、企业家是金融企业精神的人格体现

1.金融企业家素质

2.构筑金融企业家的成长环境

3.金融企业精神的人格体现

二、员工是金融企业精神的群体体现

1.员工的精神风貌

2.员工的职业道德

第四节 金融企业精神文明建设

一、形式多样的思想政治教育

二、丰富多彩的员工业余生活

主要参考书目

《金融企业文化概论》

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：www.tushu000.com