

《伦理文化与企业持续发展》

图书基本信息

书名：《伦理文化与企业持续发展》

13位ISBN编号：9787509606568

10位ISBN编号：750960656X

出版时间：2009-8

出版社：经济管理出版社

作者：黄昊宇

页数：322

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

《伦理文化与企业持续发展》

内容概要

《伦理文化与企业持续发展》的研究是基于新制度经济学和企业文化建设的视野来探讨中国伦理文化对企业持续发展的影响问题。企业持续发展问题成为21世纪企业管理研究的新课题，既是在企业成长理论研究基础之上的研究深化和拓展，又融入了知识经济新时期人类对于生态环境保护的新要求以及关于企业社会责任的管理学研究的新成果。从成长的要求来看，企业持续发展是对企业永续成长的一种追求，同时在知识经济新时期，又融入了“可以”实现持续发展的新要求——企业在追求利润最大化和利润稳步增长的同时，必须努力处理好环境污染问题以及自觉地承担起社会责任。企业持续发展问题，一直是企业管理研究的重点课题。Ariede Geus在一项研究中发现，现今世界上的主要企业（大型的目前发展良好的企业）100年之后大概只有40家还能见到它们的身影。假如只包括那些不仅自己存活下来，而且还能为社会、环境创造良好的效益的公司的话，那么这个名单还会更小。Ariede Geus的研究和世界权威的统计都证明了企业的持续发展正面临着严峻的考验。

《伦理文化与企业持续发展》

作者简介

黄昊宇：男，1982年6月出生。江苏泗洪人。2008年7月，于中南财经政法大学博士研究生毕业。获管理学博士学位；现在全国社会保障基金理事会工作。主要研究方向：管理理论、企业文化、人力资源管理。在《经济学动态》、《经济管理》等权威刊物上先后发表学术论文十余篇；翻译的学术著作有《领导力的18项挑战》等，共计60余万字。本学术专著《伦理文化与企业持续发展》，是在博士学位论文《伦理文化与企业持续发展研究》的基础上进一步深入研究发展的成果。

题义：

竞争悖论：今天，在越来越多的产业中，竞争白热化，而需求却增长缓慢甚至停滞萎缩，企业取得获利性增长的空间越来越小。这似乎可以称之为“竞争悖论”——当竞争走到市场经济的一个临界点，就会与其原有的功用——竞争创造财富（并且长期以来被认为是财富惟一的源泉）发生背离，坚持竞争战略和竞争手段越来越造成赢利率的减少。

《伦理文化与企业持续发展》

书籍目录

引言 第一章 导论 第一节 本文研究的意义 一、历史的选择与现实的需要 二、中国企业持续发展的需要 三、开辟企业持续发展能力新渠道的需要 四、应对SA8000等国际标准的需要 五、建立有中国特色管理科学的需要 第二节 论文的基本研究方法 一、关于研究的一般纲领 二、关于研究方法的集合 第三节 研究框架结构与相关概念界定 一、服从于逻辑要求的论文结构安排 二、创新之处 三、相关概念界定第二章 文献回顾及相关研究评述 第一节 对于企业持续发展的新诠释 一、企业持续发展与企业可持续发展 二、企业持续发展是一种对于永续成长的追求 三、企业可持续发展是实现持续发展的必由之路 第二节 关于企业持续发展的相关研究 一、传统经济学理论的相关论述 二、企业成长理论的提出与发展 三、企业持续发展问题研究的新视角第三章 伦理文化与中国经济社会发展 第一节 伦理文化与制度安排 一、“国学”热的历史反思 二、制度安排与伦理文化 三、规则演变与伦理文化 第二节 经济伦理学与伦理管理 一、经济伦理学的兴起与伦理管理的意义 二、战略转型与中国企业伦理管理的兴起 三、弘扬国粹与有中国特色管理理论创新 第三节 中国企业持续发展的路径选择 一、关于企业持续发展的比较研究 二、儒学治国与文化兴企 三、经验教训与路径选择第四章 伦理文化与企业持续发展能力 第一节 伦理文化是企业持续发展的保障 一、以人为本是企业的持续发展之道 二、“和气生财”的历史演绎 三、伦理文化与企业持续发展路径的新考量 第二节 伦理文化与企业核心竞争力 一、竞争性市场经济与企业的核心竞争力 二、伦理文化对企业核心竞争力的影响作用 三、伦理文化与企业核心竞争力的培育与提升 第三节 企业持续发展能力新议 一、企业持续发展能力的传统观点 二、对企业持续发展能力的新诠释 三、企业持续发展能力的培育与提升第五章 伦理文化与企业文化建设 第一节 企业文化是企业发展的生命线 一、企业文化是企业管理的导向性内容 二、企业文化是企业效率和管理效益的保证 第二节 伦理文化是企业文化力的源泉 一、伦理文化对于企业文化建设的影响作用 二、伦理文化是企业文化力的动力源第六章 伦理文化与企业组织行为的关系研究第七章 伦理文化与企业发展战略第八章 伦理文化与人力资源管理开发第九章 企业伦理文化与企业持续发展案例研究 第十章 结论与建议参考文献后记

《伦理文化与企业持续发展》

章节摘录

第一章 导论 对伦理文化与企业持续发展研究的目的，是要探索在具有浓厚伦理文化色彩氛围的现代中国，在市场经济的深入发展和构建和谐社会的过程中，传统伦理文化对经济社会发展，有着举足轻重作用的企业的健康发展问题的重要意义。企业持续发展问题既属于企业成长理论研究的范畴，又是一种对于企业成长研究的拓展，因为企业持续发展研究的不仅仅是企业的成长过程，而且是一种对于永续成长的追求。同时，企业持续发展与企业可持续发展既相互联系，又相互区别。企业持续发展讲的是企业永续成长的意义、影响企业持续发展的各种因素以及如何去实现永续成长；而企业的可持续发展则侧重于生态环境保护的意义，着眼于企业健康成长的环境条件。本文的研究，主要是立足于企业永续成长的追求，在企业成长理论研究的基础上，从传统伦理文化对企业管理过程主要环节影响的探讨，探讨如何发挥伦理文化的积极作用去有效地促进企业的持续发展。

第一节 本文研究的意义 本文研究是在中国社会主义市场经济深入发展和中国人民开始构建和谐社会伟大历史工程的历史背景下进行的，是从伦理文化对于经济社会的影响特别是对于企业持续发展影响的视角展开的，因此具有重要的理论以及实践上的创新意义。

《伦理文化与企业持续发展》

媒体关注与评论

伦理文化的有效运用，有助于规范企业行为和提高组织绩效；伦理文化的有效运用，有助于构造适应市场经济新时期需要的企业发展战略；伦理文化的有效运用，有助于提升人力资源管理效率；伦理文化的有效运用，有助于加强企业文化建设；伦理文化的有效运用，有助于构建一种能够促进企业持续发展的能力机制。中国的治国之道强于西方，而西方对于自然的知识强于中国。——德国哲学家莱布尼茨（1699）

天下没有比好理论更实用的东西。——柯特·勒温

市场经济将采取许多不同的形式，这取决于每个国家所处的不同的历史环境和所具有的独特的制度。不存在一种适合所有国家的市场经济。中国正在发展的一种市场经济形式，也许最好称为社会主义市场经济，所以。它能够在经济及其道德基础方面分享西方的某些成就，诸如康德主义。中国将发展一种最适合其历史环境和社会制度的市场经济形式。……有某些道德律令是，必须尊重的，否则市场经济就会失灵。

——诺曼·E·鲍伊

经济学从根本上说不是关于商品的科学，而是引领人类生活的科学。这种生活包括制造商品和使用商品，但其与商品的生产、交换和消费并不相同。对商品世界的兴趣是派生出来的，根本的考虑还是我们所过的或是不能过的生活。——阿马蒂亚·森

《伦理文化与企业持续发展》

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