

<<企业成长管理学>>

图书基本信息

书名：<<企业成长管理学>>

13位ISBN编号：9787302304609

10位ISBN编号：7302304602

出版时间：2012-11

出版时间：清华大学出版社

作者：雷家骥 编

页数：329

字数：480000

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>

<<企业成长管理学>>

内容概要

《企业成长管理学：理念、思路与方法》系统阐述了企业成长的本质及其影响因素；分析讨论了中国现实背景下企业可能的成长切入点，以及基于企业内部条件和外部条件的成长途径，将企业成长的模式归纳为一定条件下企业成长的可能途径的组合；最后，讨论了企业成长的过程管理问题，介绍了相关分析方法与工具。

《企业成长管理学：理念、思路与方法》是专为mba和关心企业成长的业界读者所写的，适用于mba企业成长和企业战略等课程的教学。

<<企业成长管理学>>

书籍目录

第1章企业成长的内涵

- 1.1 企业与企业成长
- 1.2 企业内在素质的持续提升
- 1.3 企业外部价值网络的优化
- 1.4 企业成长的特点
- 1.5 国内外关于企业成长的解释

思考与训练

第2章企业成长的生命周期

- 2.1 企业是一种生命体
- 2.2 新创企业的第一个成长周期
- 2.3 艾迪斯的企业生命周期论
- 2.4 格林纳的企业生命周期论
- 2.5 孙东辉的企业生命周期六阶段论

思考与训练

第3章影响企业成长的内部因素

- 3.1 概述
- 3.2 理念及领袖：决定企业的创新精神与经营战略
- 3.3 愿景及目标：对员工的引领与激励
- 3.4 企业在特定产业链中的定位：决定企业的成长空间
- 3.5 企业的业务聚焦程度：决定企业的核心能力
- 3.6 商业模式：决定企业运营的成败与效率
- 3.7 信息链与资金链：决定企业能否正常经营
- 3.8 整体行动力：决定企业能否有效行动
- 3.9 一个补充：影响企业成长的外部因素

思考与训练

第4章发现企业可能的成长点

- 4.1 概论
- 4.2 甩包袱的成长
- 4.3 基于改进的成长
- 4.4 基于创新的成长
- 4.5 基于扩展的成长
- 4.6 基于新机会的成长
- 4.7 小结

思考与训练

第5章企业成长的内涵途径

- 5.1 概论
- 5.2 紧跟两类大客户
- 5.3 业务归核化
- 5.4 技术创新的持续化与集群化
- 5.5 商业模式创新
- 5.6 服务创新
- 5.7 理性追逐差别化
- 5.8 敢于和善于打破惯例
- 5.9 面向批量化产销的技术整合

思考与训练

<<企业成长管理学>>

第6章企业成长的外扩途径

- 6.1 何谓外扩型成长途径
- 6.2 向技术亲近度高的领域扩展
- 6.3 公司内部创业
- 6.4 充分借助联盟的力量来发展自己
- 6.5 理性的兼并收购
- 6.6 企业国际化：融入国际产业链
- 6.7 在全球范围开发新的利基市场

思考与训练

第7章企业成长的规划与调控

- 7.1 规划、模式与调控
- 7.2 企业成长的模式选择
- 7.3 企业成长不同阶段的创新模式选择
- 7.4 企业成长规划的流程与方法
- 7.5 企业成长进程的调控

思考与训练

参考文献

后记

<<企业成长管理学>>

章节摘录

版权页：插图：台积电（台湾积体电路制造股份有限公司）早期的经营理念之一是“要做就做世界级的企业”。

于是，该企业凭着先进的设备与技术，选择与世界一流企业开展合作，诸如苹果（Apple）、康柏（Compaq）、戴尔（Dell）、IBM等计算机制造企业，思科（Cisco）、诺基亚（Nokia）等通信设备制造企业，以及索尼（Sony）等电子消费企业，都是台积电的客户或合作者。

“近朱者赤、近墨者黑”，作为这些企业的配套商，台积电迅速成长起来了，甚至成为这其中一些企业的竞争者。

企业的理念在相当程度上是企业领袖的理念。

企业领袖是从精神上主导企业经营与发展的企业领导人，是企业经营思想的构建者，企业的领路人，企业创新的主要推动者，企业文化的培育者，甚至是企业之“神”！

在中国的文化环境下，没有“神”的企业是难以成长起来的。

例如，张瑞敏、任正非、柳传志、倪润峰等分别是所在企业的精神领袖。

如果没有他们，就不可能有这些企业的成长。

张瑞敏缔造了海尔，任正非缔造了华为，柳传志缔造了联想，倪润峰缔造了长虹。

假若没有这些企业领袖，无疑也就不会有这些企业的今天。

当今这在中国已是不争的事实。

当然，企业领袖也可能将企业引领到失败的境地。

在中国这类例子着实不少。

企业领袖之所以是企业的领路人。

就在于企业的经营理念更多的是企业领袖的经营理念。

每一次企业领导者换人，企业经营理念便会发生一次变化，这就是一个佐证。

换言之，企业领袖的经营理念决定企业的经营理念，企业的经营理念决定企业的行为方式和经营风格，进而决定着企业对于成长途径及其战略的选择。

（2）理念对于企业创新精神和战略的影响 企业的经营理念本质上是企业经营者的理念，它从根本上影响着企业的创新精神。

显然，在企业经营者的核心理念中如果缺少创新的要素。

那么这家企业就不会有更多的创新的成果。

创新理论的提出者熊彼特曾经说过，“创新”就是把生产要素和生产条件的新组合引入到生产体系之中，其目的是为了获取潜在的超额利润；只有企业家才有能力把生产要素和生产条件的新组合引入到生产体系之中而实现“创新”；企业家至少应具备三个条件：一是有独到的眼光看到市场潜在的超额利润；二是有能力、有胆略、敢于冒经营风险而获得可能的超额利润；三是有能力动员和组织社会资源，进行实现生产要素的新组合，并最终获得超额利润。

相应地，在企业经营者的理念之中，至少应有“创新、战略眼光、理性冒险、超额利润”等要素。

企业的经营理念本质上是企业经营者的理念，它从根本上影响着企业的经营战略。

战略是筹划和指导企业全局的谋略。

战略具有全局性、方向性、预见性、谋略性四个特点；战略包含战略目的、战略方针、战略任务、战略措施四个要素。

企业的经营战略是与一定时期企业的商业模式、生产方式、行业技术基础等相联系的。

企业的经营战略至少包括进攻战略、防御战略、穿插战略三种类型。

显然，在企业的经营理念之中，至少应有“运筹帷幄、谋定而动”等要素，只有具备了这些基本要素，企业才可能有战略，否则就不会有战略。

同时，企业的经营理念不同，在进攻、防御、穿插类战略之间的选择倾向也将不同。

那些经营理念中包含“创新”要素的企业，其之经营战略中多会有“进攻、穿插”等要素；而经营理念中过度强调“稳健”的企业，其经营战略中多会有“防御”等要素。

基于此，如欲使企业有强劲的创新努力和更多的创新成果，在企业的核心经营理念中即必须有“创新

<<企业成长管理学>>

”的要素。

<<企业成长管理学>>

编辑推荐

《21世纪清华MBA精品教材:企业成长管理学:理念、思路与方法》是专为MBA和关心企业成长的业界读者所写的，适用于MBA企业成长和企业战略等课程的教学。

<<企业成长管理学>>

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>