

<<成功始于战略>>

图书基本信息

书名：<<成功始于战略>>

13位ISBN编号：9787802072114

10位ISBN编号：7802072115

出版时间：2005-3

出版时间：经济管理

作者：李启明

页数：220

字数：252000

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>

<<成功始于战略>>

内容概要

本书把战略作为企业成功的起点，作为企业家竞争制胜的宝典，一方面是给企业家提个“醒”，进一步强化战略意识；另一方面试图建立一个自助餐式的“战略库”，供企业家需要时随时取用。为此，本书分别介绍了企业家的战略思维方式，企业家的定位战略，竞争战略，制变战略，联盟战略，品牌战略，资本运营战略，服务战略，人才战略，技术创新战略，国际经营战略，等等。可以说每一项战略都是企业迈向成功的一个阶梯，甚至其中某一项战略决定企业的兴衰和命运。

随着经济全球化和社会信息化的进程加快，随着我国社会主义市场经济体制的建立和完善，企业战略管理将越来越受到企业家的重视，各种各样的战略论坛也如雨后春笋般地茁壮成长。实践证明，企业家真正的成功将属于永远的战略人。

作者简介

李启明，北京市经济管理干部学院(北京经理学院)教授。

从1993年起，系享受国务院特殊津贴的有突出贡献的专家。

20年来，一直从事企业管理研究、教学和培训工作。

主要著作有《现代工商企业管理》(中国商业出版社)、《现代企业管理》(高教出版社)、《人力资源管理》(武汉大学出版社)、《匠心独运——中外知名企业家的经营理念》(中国经济出版社)、《国企强音》(中国经济出版社)、《我与经济论文》(中国经济出版社)。

先后在《人民日报》、《光明日报》、《求是》杂志等数十家报刊发表过300多篇文章，其中有50多项获全国和省、市优秀成果奖。

<<成功始于战略>>

书籍目录

第一章 企业家的战略思维 一 战略是什么, 战略为什么 二 企业战略思维解析 三 企业家的战略思维 案例一: 格兰仕战略 案例二: 松下新战略第二章 企业家的定位战略 一 定位是什么, 定位战略为什么 二 企业家的定位战略 案例三: 华帝集团是如何成功定位的第三章 企业家的竞争战略 一 竞争是什么, 竞争战略为什么 二 企业竞争战略解析 三 企业家的竞争战略 案例四: 麦当劳的十大竞争战略第四章 企业家的制变战略 一 制变是什么, 制变战略为什么 二 企业变革解析 三 企业家的制变战略 案例五: 通用电气公司的变革之举第五章 企业家的资本经营战略 一 资本是什么, 资本经营为什么 二 企业家的资本经营战略 案例六: 华源集团的资产经营战略 案例七: 成都商场的资本运营第六章 企业家的品牌战略 一 品牌是什么, 品牌战略为什么 二 品牌特征解析 三 企业家的品牌战略 案例八: 宝洁: 品牌之路 案例九: 摩托罗拉的品牌战略第七章 企业家的产品战略 一 产品是什么, 产品战略为什么 二 企业家的产品战略 案例十: 美国微软公司 案例十一: 斯乃克的产品延伸第八章 企业家的服务战略 一 服务是什么, 服务战略为什么 二 企业家的服务战略 案例十二: “IBM就是服务” 案例十三: 奔驰汽车的服务文化第九章 企业家的技术创新战略第十章 企业家的联盟战略第十一章 企业家的国际化经营战略第十二章 企业家的人才战略

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>