第一图书网, tushu007.com

<<我的第一本智慧哲理书>>

图书基本信息

书名：<<我的第一本智慧哲理书>>

13位ISBN编号：9787115300096

10位ISBN编号：7115300097

出版时间：2013-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：李芳

页数：189

字数：52000

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

第一图书网, tushu007.com

<<我的第一本智慧哲理书>>

内容概要

《我的第一本智慧哲理书——从88个企业案例中学管理》精选英特尔、松下、宝洁等名企的88个案例，从团队、创新、营销、危机、初创、常青六个角度出发，探讨了企业管理的得失。
作者在书中采用哲理画、故事、观点、技巧相结合的方式，全方位分析了现代企业长期发展所需要的竞争力。
《我的第一本智慧哲理书——从88个企业案例中学管理》每一小节都保持了篇幅短小但内容精悍的特色，方便读者在忙碌的空隙阅读。
《我的第一本智慧哲理书——从88个企业案例中学管理》适合企业管理者阅读，也可供培训师开发管理培训教材时参考使用。

第一图书网, tushu007.com

<<我的第一本智慧哲理书>>

书籍目录

目　录
第一章　团队篇
第一节　英特尔的创新文化
第二节　松下以忠选人
第三节　宝洁的培训文化
第四节　IBM的长板凳计划
第五节　惠普的目标管理
第六节　FedEx的高效协作
第七节　通用电气的出击
第八节　玫琳凯的人性化激励
第九节　宝洁IDS的绩效考核
第十节　FedEx的三大沟通制度
第十一节　索尼的衰落
第十二节　张瑞敏借钱
第二章　创新篇
第一节　制度创新带来活力
第二节　“快乐伤口”创可贴
第三节　诺基亚的华丽变身
第四节　百度的“硅谷式”管理
第五节　美体小铺的道德营销
第六节　海尔“洗地瓜洗衣机”的发明
第七节　华为的流程创新
第八节　百事可乐的“Social试验”
第九节　宜家的购物新体验
第十节　雀巢模块组合的营销
第十一节　凡客诚品的“病毒式”营销
第十二节　将买卖变为价值需求
第十三节　给员工营造家的氛围
第十四节　苹果——创新允许失败
第三章　营销篇
第一节　加多宝“王老吉”：预防上火的饮料
第二节　Lee牌牛仔,抓住目标市场
第三节　宝洁的品牌管理
第四节　给李维斯融入文化
第五节　脑白金广告打江山
第六节　李宁网上找渠道
第七节　惠普的定价策略
第八节　索尼新产品的口碑营销
第九节　可口可乐火炬传递网络营销
第十节　新浪微博快跑：随时随地分享
第十一节　肯德基的中国化历程
第十二节　宝洁促销“象牙皂”
第十三节　马狮的关系营销
第十四节　戴尔公司的定制化营销
第十五节　大荣百货的服务营销

第一图书网, tushu007.com

第十六节　宝洁公司的概念营销
第四章　危机篇
第一节　新航的危机预防
第二节　奔驰和农场主
第三节　得不偿失的中毒风波
第四节　靠制度度过人才荒
第五节　麦当劳决策失误惹危机
第六节　惠普裁员讲方法
第七节　杜邦的凤凰涅槃
第八节　输给速度的雅培
第九节　G公司封口惹纠纷
第十节　麦当劳正“名”之战
第十一节　俏江南主动担责任
第十二节　肯德基统一发声赢契机
第十三节　麦当劳微博度危机
第十四节　强生的危机善后
第十五节　英国航空重塑企业形象
第五章　初创篇
第一节　Shopping.com网站的融资
第二节　创新工场的创立
第三节　屈臣氏的三大理念
第四节　百度的创立
第五节　华为的薪资制度
第六节　个人计算机时代将是趋势
第七节　苹果的胜出
第八节　行动迅速的默多克
第九节　山姆?沃尔顿的抉择
第十节　微软坦荡赢商机
第十一节　芭比娃娃诞生记
第十二节　星巴克的成功
第十三节　三星的坚持
第六章　常青篇
第一节　“砸”出来的海尔
第二节　克罗格公司,顾客至上成大业
第三节　谷歌创新之道
第四节　好时的理想
第五节　丰田公司将企业文化进行到底
第六节　华为,只以成败论英雄
第七节　微软的远大目标
第八节　惠普的七大核心价值
第九节　格力核心竞争力赢市场
第十节　宝洁开放性创新
第十一节　可口可乐的扩张
第十二节　在冒险中诞生的摩根帝国
第十三节　米勒啤酒的崛起
第十四节　松下电器的宽容
第十五节　偏执狂松下幸之助

第一图书网, tushu007.com

第十六节　斯托拉公司的发展史
第十七节　永不满足的宝洁
第十八节　李嘉诚重视接班人的培养

第一图书网, tushu007.com

<<我的第一本智慧哲理书>>

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