

<<第五代管理>>

图书基本信息

书名：<<第五代管理>>

13位ISBN编号：9787311029296

10位ISBN编号：7311029295

出版时间：2007-2

出版时间：兰州大学出版社

作者：杨魁

页数：373

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>

## <<第五代管理>>

### 内容概要

一方面，从管理的角度分析如何对企业形象进行分析、设计、执行与控制，说明企业形象本身是企业的一种战略资源，是企业战略管理的一个组成部分；另一方面，企业形象又有自己独特的内容，这就需要对企业形象的构成角度，对企业形象如何完成从设计到导入到传播的过程进行分析。

它是管理学、设计学、传播学等各学科知识的综合。

本书试图实现管理学与传播学等学科知识的综合和交叉，从而使管理界认识到企业形象管理的重要性，并能够对企业形象从战略高度进行管理的同时，也了解企业形象设计与传播的过程，以便对企业形象进行全程管理；而对设计、广告、传播学领域的人士来讲，在能够对企业形象进行设计和策划有效传播的同时，也能掌握企业形象在企业管理特别是在战略管理中的地位，了解企业管理的基本方法和流程，从而能对企业形象进行全方位跟踪和管理。

本书涉及现代企业形象管理理论与实践的各个方面，力求具有科学性、创新性和可操作性，既包括对管理理念和管理思想的介绍，也是一种具体的企业形象战略管理的操作范本。

## &lt;&lt;第五代管理&gt;&gt;

## 书籍目录

自序第一篇 企业形象基础理论第一章 企业形象溯源与重构第一节 企业形象的演进第二节 企业管理思想的演变与发展第三节 企业形象识别系统的产生与发展第四节 中国企业形象识别系统导入的历史与现状第五节 立足于企业战略管理的企业形象理论的重构第二章 企业形象概述第一节 企业形象及特征第二节 企业形象的形成机制第三节 企业形象的构成要素第四节 企业形象的分类第五节 企业形象的作用第三章 企业形象战略管理第一节 企业形象战略第二节 企业形象管理的动因第三节 企业形象战略管理第四节 企业形象战略管理体系第二篇 企业形象调研与分析第四章 企业环境分析第一节 企业外部环境分析第二节 企业现状诊断与分析第三节 企业环境的综合分析第五章 企业形象调研与分析第一节 企业形象调研的内容第二节 企业形象调研的程序与方法第三节 企业形象调研的对象与实施第四节 企业形象综合分析第六章 企业形象战略定位第一节 企业战略的回顾第二节 企业形象战略的制定、评价与选择第三节 企业形象战略的构成第四节 企业形象战略定位第三篇 企业形象策划与设计第七章 企业精神—理念系统策划第一节 企业精神—理念系统的内容第二节 企业精神—理念系统设计的原则与方法第三节 现代企业精神—理念的基本取向第八章 企业行为系统策划(上)第一节 企业行为系统与企业形象第二节 企业内部行为系统第三节 企业内部行为系统的管理与设计第九章 企业行为系统策划(下)第一节 企业市场行为策划与设计第二节 企业品牌战略策划与管理第三节 企业广告策划第四节 企业公共关系策划第五节 顾客满意工程策划第十章 企业识别系统设计第一节 企业识别系统的功能及设计原则第二节 企业识别系统的基本内容第三节 企业识别系统的开发与应用第四篇 企业形象战略导入与传播第十一章 企业形象战略导入第一节 企业形象战略的导入契机第二节 企业形象战略导入的基础工作第三节 企业形象战略导入工程实施方案第十二章 企业形象的整合营销传播第一节 整合营销传播第二节 企业形象的整合营销传播第三节 企业形象的内部整合传播第四节 企业形象的对外整合传播第五篇 企业形象战略的实施与控制第十三章 企业形象战略实施管理第一节 企业形象战略的组织管理第二节 企业形象战略实施过程控制第三节 企业形象的日常维护与管理第十四章 企业形象战略效果评价第一节 企业形象战略评价指标与程序第二节 企业形象战略内外部效果测试与评估第三节 企业形象战略经济效益评估参考文献后记

## &lt;&lt;第五代管理&gt;&gt;

## 章节摘录

第一篇 企业形象基础理论 第一章 企业形象溯源与重构 第一节 企业管理的演进  
可以说,企业经营管理一开始就蕴涵着企业形象管理的内容,只是在不同的时期由于管理的重心不同,使得管理的内容也有不同的表现。

与企业管理内容的演进相适应,企业形象管理也经历了一个演化发展的过程。

纵观古今中外企业管理的整个历史,我们可以发现,企业管理的内涵和形式总是在不断地变化、发展。

1769年,世界上第一家现代意义上的企业在英国诞生,这意味着人类迈开了走向工业社会的步伐。

然而直到今天企业管理应该包括哪些内容,还在不断被人们所争论。

也正是在这种不断的争论与补充中,企业管理重心不断发生转移,从而使企业管理的内容越来越系统和完善。

一、企业管理任务的转变 企业管理就是由企业经营者对企业的经营活动过程进行的计划、组织、指挥、协调和控制,以提高企业经济效益,实现盈利为目的的活动。

企业的活动主要包括两大部分,一部分是属于企业内部的管理,即以生产为中心的基本生产过程、辅助生产过程、生产前的技术准备活动和生产后的服务活动,对这些过程的管理统称为生产管理;另一部分是属于企业外部的管理,即与社会经济的流通、分配、消费等相联系的活动,包括物资供应、市场预测与市场调查、产品销售及用户服务等,对这些过程的管理统称为经营管理,它是生产管理的延伸。

.....

## <<第五代管理>>

### 编辑推荐

本书涉及现代企业形象管理理论与实践的各个方面，力求具有科学性、创新性和可操作性，既包括对管理理念和管理思想的介绍，也是一种具体的企业形象战略管理的操作范本。书中所涉及的内容是现代企业管理、市场营销、咨询策划及广告人才整体知识结构中一个不可或缺的有机组成部分。

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>