

<<战略计划实务>>

图书基本信息

书名：<<战略计划实务>>

13位ISBN编号：9787500568902

10位ISBN编号：7500568908

出版时间：2004-1

出版时间：中国财政经济出版社

作者：古德斯坦

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>

<<战略规划实务>>

内容概要

本书通过循序渐进的方式介绍了开展实用型战略性计划制订程序的方式，许多观点都通过幽默的图画，注解和卡通来显示，内容既深刻，又有趣。

它强调的是业务和职能计划的整合，表现评估，机构文化，差距分析和价值观念的澄清，从“救火”和危机管理转移到对未来的积极思考和“三步思维”，在所有关键领域都超越了其他同类战略规划制订手册。

它赋予领导者在掌握其机构未来，实现机构的活力和发展方面的能力，而且通过让经理人员和其他员工出色实施良好的战略，使其在激烈的商务竞争中稳操胜券。

<<战略计划实务>>

作者简介

伦纳德·古德斯坦博士，华盛顿市心理学顾问、作家，法伊弗公司高级副总裁。

蒂莫西·诺兰博士，发明产出公司总裁，应用型战略计划制订学院院长。

J.威廉·法伊弗博士，法伊弗公司总裁，是多部有关战略计划和人力资源开发方面的著作的作者/编辑。

<<战略计划实务>>

书籍目录

前言 第1章 战略计划实务导论 若干定义 市场营销方面的短视 为什么要制订战略性计划？
战略性计划之误区 制订战略性计划的一种新型模式 小结第2章 未来展望过程 展望未来 展望未来的理
由 展望未来的过程 机构转型 制订计划的4种放法 小结第3章 文化与应用型战略计划制订 英国航空公
司的变革 机构文化的定义 文化错位——布朗宁-费里斯案例 文化与价值观念 机构文化的模式 文化对计
划制订的影响 机构文化与机构效用 小结第4章 顾问的潜在角色 第5章 计划准备 第6章 环境监测和应用
考虑 第7章 价值观念审视 第8章 编制使命宣言 第9章 战略性商务模式的确定 第10章 表现评估 第11章 差
距分析 第12章 行动计划整合——横向与纵向 第13章 备用计划制订 第14章 贯彻执行 第15章 结论与程序
的循环往复

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>