

<<走向全球>>

图书基本信息

书名：<<走向全球>>

13位ISBN编号：9787509614846

10位ISBN编号：7509614848

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：约翰·A.卡斯林

页数：243

译者：杨沐

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>

内容概要

《汉译管理学世界名著》丛书的主题、研究对象和读者涉及范围较广，旨在对有关人和组织的管理的研究做一详细的阐述。

其以企业和管理专业的在校和已毕业的大学生为读者对象，作者均是来自包括组织心理学、组织社会学和产业经济学在内的各构成学科的一流学者。

本丛书的特点之一是，这些学科的专家以一种非常易于理解的方式使其著作适宜于企业和管理专业的普通学生阅读。

<<走向全球>>

书籍目录

第一章 迈向全球化：怎样开发成功的全球业务第二章 全球实用主义第三章 全球文化第四章 全球营销第五章 全球会计管理第六章 全球顾客服务第七章 全球附加价值战略第八章 全球电子商务第九章 全球购买第十章 全球运作第十一章 全球财务第十二章 你的公司的命运--实现全球化附录：网络资源指导

<<走向全球>>

章节摘录

为了真正实现全球关注，组织必须熟练地开发能把整个组织平面化管理地在全球范围内整合起来的过程和系统，不只是较好地提高传统的垂直管理的技能和能力。

特别是营销必须比较善于进行资源分配和对收益进行评估。

简单地说，他们必须同时是资产管理经理、顾客经理和资源管理经理，而不只是管配售的经理。

特别是，作为全球组织，公司需要雇用和过去不同的人员来执行全球营销战略。

这个人在公司能平等对待不同的文化，能理解和管理全球文化的开发，善于迅速地领导和学习，能有效地教育别人。

营销人员向全球营销的转移需要时间，这往往会被看成不务正业，但是，几个月后公司就会脱胎换骨，不再是本来的样子。

今天，我们看到各行各业的全球化都在提高，从产品的制造商到原材料的供应商。

另外可以看到，国际营销人员的经验正在逐步积累，在许多公司里一些先行者已经得到了比较高级的管理职位。

营销行业已经在发生变化，市场上要求营销人员具有越来越多的技能。

现在已经形成了一定水平的对全球营销人员的市场，他们具有在全世界经营的能力，而不是只在一个或两个地方的能力。

与此同时产生了真正的新的责任。

不幸的是没有足够的人来满足这种需要。

市场上对国际能力的需要如火箭般上升，但只有很少的供给。

需要在一个以上韵国家建立它们品牌的公司的数字在美国像滚雪球一样上升。

.....

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>