

<<海尔的企业战略>>

图书基本信息

书名：<<海尔的企业战略>>

13位ISBN编号：9787801476401

10位ISBN编号：7801476409

出版时间：2002-02

出版时间：企业管理出版

作者：孙健

页数：322

字数：200000

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>

<<海尔的企业战略>>

内容概要

海尔以其惊人的发展速度成为目前我国家电企业的排头兵，并向着世界500强的目标迈进。

与此同时，世界也以关注的目光注视着这个企业的成长。

国内外的专家、学者及企业界人士对海尔的成功经验充满兴趣，将之称为“揭开实现中国人梦想的经营者的秘密”。

本书较为详细地分析研究了海尔的发展战略，向读者展示了海尔是如何通过名牌战略、多元化战略以及国际化战略成长为中国家电第一品牌、奔向世界名牌的。

据我们分析，海尔有望在2004年以前进入世界500强。

<<海尔的企业战略>>

作者简介

孙健，男，1959年11月23日生，教授，博士。

现任教育部直属重点综合大学青岛海洋大学经济学院院长，主要研究方向有：企业管理、资本运营、金融市场，多次主持和参加国家、省、部委、市及企业的科研项目，项目的研究成果有的在国家一级刊物上发表，有的荣获省、市社科奖。

1990年以来出版中英文专著4部，在《中国工业经济》、《财贸经济》、《世界经济》、《管理世界》、《香港财经月刊》及北大、人大、复旦、南开、中央财大、上海财大、西南财大等高校主办的期刊、海外期刊、国内经济管理核心期刊、国际会议上发表有影响的论文130余篇。

<<海尔的企业战略>>

书籍目录

前言第一章 企业发展与企业战略 1.1 名牌战略阶段 1.2 多元化战略阶段 1.3 国际化战略阶段 附:索尼公司的发展战略第二章 名牌战略 2.1 醒目的商标 2.2 330亿 2.3 海尔——中国造 2.4 一把大锤 2.5 坚持打自己的品牌 2.6 品牌忠诚 2.7 品牌延伸 2.8 品牌提升第三章 名牌战略的启示 3.1 自我否定赢得肯定 3.2 如何提升国内企业品牌的竞争力 3.3 国产家电业必须走名牌战略之路第四章 多元化战略 4.1 鸡蛋与篮子 4.2 专业化还是多元化 4.3 东方亮了再亮西方 4.4 整合力就是竞争力 4.5 扩张的战略 4.6 风险的防洪 4.7 多元化的历程 4.8 多元化的特点 4.9 资本运营第五章 多元化战略的启示第六章 国际化战略第七章 国际化战略的启示参考文献海尔大事记后记

<<海尔的企业战略>>

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>