

<<企业战略思维>>

图书基本信息

书名：<<企业战略思维>>

13位ISBN编号：9787801693532

10位ISBN编号：7801693531

出版时间：2003-01

出版时间：中国时代经济出版社

作者：施炜

页数：267

字数：180000

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>

<<企业战略思维>>

内容概要

本书是写给从事企业经营管理实际工作的企业领导人、管理者看的。

主要目的不在于知识转引和介绍，而是为读者提供通用性的分析工具以及有价值的观点，以开启智慧、引发思考、指导实践。

基于这样产立意，本书以简洁、浓缩、实用为主要特点。

尽管在局部有一定的“学术性”色彩。

但总体上是遵循操作原则。

以问题为导向的。

本书的分析逻辑是对企业家实际思维逻辑的还原，两者是同构的，这也意味着，读者可以将其直接应于实践，本书的管理学理论渊主要有三个：产业结构理论，市场营销理论和企业资源理论。

本书的实感来自于中国国内企业经营管理的丰富实践。

<<企业战略思维>>

书籍目录

前言第一章 企业战略的一般解释第一节 企业战略的涵义 1. 企业战略的涵义 2. 企业战略的扩展性定义 3. 企业战略的特征 4. 企业战略的意义第二节 企业战略理论的演变和发展 1. 主题的演变 2. 企业战略研究的方法 3. 企业战略理论的发展方向第二章 选择成长空间 第一节 “空间”分析(一):需求分析 1. “空间”的定义 2. “空间”分析的一般模型及需求分析概论 3. 需求量分析 专论:市场容量对于中国家电企业的意义 4. 需求边界分析 5. 需求细分度分析 专论:管理咨询业的专业化 6. 顾客特征分析 7 行业吸引力——需求角度分析小结.....第二节 “空间”分析(二)行业——供给分析第三章 优化价值关系第四章 构建能力平台后记

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>