

<<对称管理>>

图书基本信息

书名：<<对称管理>>

13位ISBN编号：9787802211377

10位ISBN编号：7802211379

出版时间：2007-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：陈世清

页数：265

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>

## <<对称管理>>

### 内容概要

对称经济学的核心，是以经济主体为主导同经济客体的对称，也正是由于这个对称，使经济学的主体性和科学性得以统一。

对称管理是科学管理的真谛，有没有做到对称管理，是企业成败的根本原因之一。

既不是战略决定成败，也不是细节决定成败，而是对称决定成败。

对称经济是有序经济、双赢经济，合理的结构才出效益。

对称经济学是与和谐社会相对称的经济学，是与科学发展观、创新战略相吻合的管理学；对称管理的观点与方法有原创性、前沿性与时代的必然性，是以经济主体为主导同经济客体的对称；由于这个对称，使经济学的主体性和科学性得以统一。

## &lt;&lt;对称管理&gt;&gt;

## 书籍目录

对称问题是素质问题——主体的对称结构1 对称问题是智慧问题2 对称问题是志向问题3 对称问题是性格问题4 对称问题是做人的问题贯穿商场的根本脉络——义利统一的对称结构1 诚信的位子2 面子隐含效益3 信誉的名与实4 信誉与事业同行企业的一半是文化——文化管理与管理文化的对称1 文化是一种美2 商场的一半是文化3 文化的立体结构4 以不变应万变5 硬性与软性对称6 战略与细节对称英雄与时势互动——战略决策中的对称方法1 谁坐第一把交椅2 布局决定成败3 战略与策略对接4 环环相扣5 鸡犬之声相闻质量与满意同行——名牌中的对称结构1 质量与质量的对称2 服务不只在终端3 名牌效应与竞争力4 名牌的含金量5 品牌的品牌人力资源配置的软硬件——人尽其才中的对称原理1 用脑和用人2 用人从机制开始3 市场造就人才创新与竞争的对话——技术与市场的对称1 创新力就是竞争力……聚变与裂变——资产的“加法”与“乘法”团队高于制度——以人为中心的对称管理与市场同行——经营其实很简单谁是上帝——营销中买与卖的对称

#### 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>