

<<超越卓越>>

图书基本信息

书名：<<超越卓越>>

13位ISBN编号：9787807282594

10位ISBN编号：7807282592

出版时间：2006-3

出版时间：广东经济出版社

作者：吴洪刚

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>

<<超越卓越>>

内容概要

如果一个中层管理者的思维方式只停留在职能部门的层面，那么无论他是从多么著名的企业中出来的，也不可能具备一个小企业决策者的思维能力。

“站得更高，所以看得更远”，这是中央电视台的一句广告词，借来送给在艰苦的工作中觅不到管理真谛的职业经理们是很合适的。

本书主要针对目前国内经营管理人员欠缺科学管理思想、思维与方法工具，同时，系统地把握经营管理能力不足的现状而精选出来的。

旨在提升经营管理人员决策水平与管理能力。

本书通过企业管理的核心思想、战略、组织、流程、营销五个方面的讨论与相关思想的介绍，让学员能够在较短的时间内掌握基本的管理思想。

本书既适合于那些想快速发家致富的企业所有者和职业经理们，也适合于有事业心和责任感的企业所有者和职业经理人。

作者简介

吴洪刚，四川开江人，工商管理硕士，咨询业资深顾问，中国营销总监认证中心、香港生产力培训学院特约专家。

1992年大学毕业后曾在重庆工作多年，2000年到深圳并从事管理咨询工作。

先后为华帝股份、深圳方正、夏新电子、比亚迪汽车、龙电电气、朗能电气、伊莱克斯(中国)、长虹数码、联想科技、东鹏陶瓷、湖南电信、新天国际酒业等多家国内著名企业提供营销和战略咨询服务。

先后出版《职业销售经理培训》《战略性营销计划》等著作。

在国内多家媒体上发表《管理是本土化还是全球化》、《传统价值观笼罩下的庸才文化》、《集体主义掩盖下的派系斗争》等文章数十篇。

书籍目录

第一章 管理的核心思想 第一节 管理的本质 【阅读教材】管理的本质与中国管理的启蒙 【阅读教材】管理是本土化还是全球化 第二节 管理的目标 【案例】沃尔玛何以成为世界第一 【案例】华为公司的宗旨 【案例】詹姆斯·林肯的管理哲学 【阅读材料】企业价值观的重构——企业与员工从对立走向和谐的必由之路第二章 企业战略的规划与实施 第一节 战略管理过程 【案例】联正科技有限公司营销战略规划纲要 【案例】方正集团进军饮料业的启示 第二节 战略分析工具 【案例】我国葡萄酒业所处产业周期阶段和特点 【案例】我中冰箱市场的特点及伊莱克斯的地位 第三节 战略选择工具 【案例】东朗电工有限公司SWOT分析 【案例】NBB电器有限公司BCG分析 第四节 基本竞争战略 【阅读材料】成功竞争战略选择的13条戒律 【案例】TCL集团发展战略 【案例】百事可乐的市场竞争策略——向强者挑战 第三章 企业组织框架的构建 第一节 组织设计基础 【案例】CXB银行业务部门组织结构的变革 【案例】惠普的无序管理模式 【案例】EX（中国）矩阵式营销组织结构 【案例】GE的组织“臃肿”化和扁平化变革 第二节 事业部组织结构 【案例】美的集团事业部制改革 【案例】通用汽车事业部组织变革 【案例】华帝股份事业部组织变革 第三节 组织绩效改进框架 【案例】华天集团授权与监控机制诊断分析第四章 企业价值链的流程规划 第五章 企业营销的管理策略 附录

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>