

<<系统工程理论与运用>>

图书基本信息

书名：<<系统工程理论与运用>>

13位ISBN编号：9787811264081

10位ISBN编号：7811264080

出版时间：2011-10-01

出版时间：贵州大学出版社

作者：王红蕾，陈建中 编

页数：334

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>

<<系统工程理论与运用>>

内容概要

从现代科学技术发展趋势来看，一方面是已有学科不断分化，越分越细，新学科、新领域不断产生，呈现出高度分化的特点；另一方面，不同学科、不同领域之间相互交叉、结合与融合，向综合化、整体化的方向发展，呈现出高度综合的趋势。

这两者是相辅相成、相互促进的。

系统科学就是这后一发展趋势中最有基础性的学问，而系统工程的建立则是由于现代大规模工农业生产和复杂科学技术体系的需要。

航天系统工程的成功实践，证明了系统工程的理论与方法的科学性和有效性，它不仅适用于自然工程，同样也适用于社会工程。

从一个国家的国民经济规划到一个工厂的管理，从长期的科技战略的制订到短期的科研课题的实施，都无不可以用上系统工程与系统科学方法。

在国内，许多地区运用系统工程与系统科学方法构造出本地区经济、科技、社会协调发展模式并设计了相应的战略对策，也收到了明显的政治和经济社会效益。

在当前经济社会发展的进程中，如何落实科学发展观，系统工程和系统科学方法是很能助我们一臂之力的。

<<系统工程理论与运用>>

书籍目录

协调博弈机制设计与策略演化分析一种基于随机占优关系的ELECTRE III的多属性群决策方法制度变迁在中国经济增长中作为重要内生变量的分析上证指数、经济增长与货币供应量之间关系的研究贵州煤炭工业可持续发展的系统分析土地可持续利用规划的系统动力学模型研究基于二元价值论的人口、资源、环境与经济发展之间关系的理论思考冲突分析理论在城市房屋规划中的应用电子商务个性化推荐系统中协同过滤技术研究BNN动力学下鹰-鸽博弈均衡解的存在性及稳定性供应链整合的博弈研究基于区域可持续发展视角的生态文明城市评价指标体系塑造房地产品牌的诚信与经营伦理面向大型单件装备制造的项目型生产计划模式研究基于ELECTRE III方法的通用型GDSS设计与实现建立企业危机管理意识应用篇园区化：贵州工业化路径的必然选择黔中经济区农产品加工业产业关联研究基于Bootstrap仿真技术的基金选股能力贵州煤炭上市公司经营绩效评价及竞争力分析.....

章节摘录

2.房地产品牌的概念、特征、构成、现状与问题 品牌是经营者为了标识其产品，以区别于竞争对手，并具有一定知名度、信任度和美誉度的产品商标，是企业与消费者产生联系的纽带。一般来说，品牌有三个主要特征：忠诚度、占有率和差异性（个性化）。根据房地产产品和市场的特点，房地产品牌将有以下特征：一是既需要全国性也需要地方性的品牌；二是既有高又有中低档楼盘的品牌；三是有主营房地产、有主营中介经纪和主营物管的品牌企业，以及大型房地产集团品牌。

房地产品牌的主要构成有：优秀的综合品质、优秀的服务、良好的企业形象设计与强化，以及优化企业管理。

由此可见，房地产品牌是诸多要素的综合集成与凝结，是涉及企业内部因素、外部因素的复杂系统工程。

目前房地产品牌存在的问题：由于国内房地产品牌的根基太浅，品牌成熟尚需假以时日。其主要原因有三，一是品牌的形成在很大程度上有赖于消费者的成熟，而消费者的品牌意识尚未形成；二是国内开发企业普遍缺乏清晰连贯的品牌策略和完善的识别系统，未建立起有效的品牌管理架构及体制；三是房开具有明显的地域性特征，这是品牌经营最难克服的阻力；四是缺乏对市场的深入研究，对传统文化、思想等与发展现状的研究，缺乏理论性和可操作性。

3.塑造房地产品牌的一般观点及评价 塑造房地产品牌的一般有三种观点： 观点一，品牌主要靠企业内力、产品质量、企业文化去塑造。

观点二，运用系统工程方法塑造房地产品牌，从科学的市场调研和准确的市场定位、卓越的质量体系，到完善的无可挑剔的售后服务及品牌的维护、创新、延伸、发展，使整个企业获得长久性品牌。

观点三，项目生命周期的品牌塑造，从科学合理的规划设计、卓越超群的综合品质的形成到强化整体服务意识。

.....

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>