

<<收获一个企业>>

图书基本信息

书名：<<收获一个企业>>

13位ISBN编号：9787111172024

10位ISBN编号：7111172027

出版时间：2005-8

出版时间：机械工业出版社

作者：吴昊

页数：283

字数：346000

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>

<<收获一个企业>>

内容概要

本套丛书的编写定位于准备创业的广大学生、社会青年、社会各层次群众及正在经营中小企业的创业者，按照一个创业者经历创业过程的先后顺序进行编写，先从如何创办一个企业入手，然后经营管理一个企业、最终收获一个企业。

丛书首先给读者提供一个清晰、系统、生动的企业模式与关键步骤，并帮助创业者了解如何获得一些创业资源的相关信息。

其次，丛书还采用理论与实践相结合的方式，从管理的科学性入手，结合小企业的管理实践，探讨提高和改善小企业管理的科学之路。

《收获一个企业》是本套丛书的高级本，主要讲述创业成功之后，如何使创业者获得相应收益，即企业获得更大的发展或出售企业，主要包括如何使一个小企业成长，企业家精神对创业企业的重要性，小企业壮大的发展契机与战略，企业扩张战略及实施，以及如何评估企业价值以准备企业上市售出等内容。

试图给创业者如何收获自己的创业成果提供一些理论性的建议或启发。

<<收获一个企业>>

作者简介

吴昊，1964后3月出生，先后毕业于北京航空航天大学机械学院、经济管理学院，管理学博士。现任北京航空航天大学经济管理学院副教授，主要研究方向：企业战略、营销管理、中小企业管理、国企改革等。

先后在国内经济类核心刊物上发表论文20余篇。

熊飞，男，1973

书籍目录

前言第1章 企业成长理论与管理重点 1.1 企业成长的理论 1.2 影响企业成长的关键问题 1.3 高速成长企业的特征第2章 企业家精神与企业的快速成长 2.1 创业企业中的企业家因素 2.2 企业家与企业家精神 2.3 培育创业家的企业家精神 2.4 有利于创业企业快速成长的企业家 2.5 复杂环境中的企业家与企业成长(超竞争环境与新7S)第3章 企业发展契机与发展战略 3.1 企业成长定位及其误区 3.2 基于可持续成长定位的企业战略框架 3.3 成长企业的战略要点 3.4 企业发展契机的把握与创造第4章 企业成长初期的管理 4.1 企业的治理与管理 4.2 企业核心竞争力的培育 4.3 企业正规化建设 4.4 企业成长初期的运作管理第5章 企业扩张的战略与实施 5.1 扩张的准备工作:自我评价 5.2 合资 5.3 特许经营 5.4 收购与兼并 5.5 恶意收购 5.6 杠杆收购第6章 中小企业成长融资 6.1 中小企业成长的资金需求 6.2 中小企业融资困境 6.3 开拓中小企业融资渠道 6.4 吸引风险投资 6.5 融资计划第7章 企业价值评估 7.1 估值方法基础 7.2 收益法 7.3 资本资产定价模型 7.4 价值的溢价与折价模型 7.5 非上市企业的价值创造 7.6 高科技创业企业的价值评估第8章 公司上市第9章 企业终止与收获战略参考文献

<<收获一个企业>>

媒体关注与评论

书评本书主要讲述创业成功之后，如何使创业者获得相应收益，即企业获得更大的发展或出售企业。内容包括收获一个企业的主要途径与渠道，如中小企业板、再融资、寻求创业投资或天使投资、售出企业等。

本书为小企业和创业者照亮创业之路！

《创业者丛书》是作者凝结了多年从事创业教育与培训、小企业经营管理咨询、创业成功与失败经验教训的倾心力作，它的主要特色在于：按照创业者创办企业的过程进行编写；符合国人的思考习惯与中国的实际国情；注重理论与实践的结合。

生动的案例、简约的版式、清新的风格使本书成为创业者的首选参考。

<<收获一个企业>>

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>