

<<创业管理>>

图书基本信息

书名：<<创业管理>>

13位ISBN编号：9787111192886

10位ISBN编号：7111192885

出版时间：2006-6

出版时间：机械工业出版社

作者：巴林格,

页数：388

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>

内容概要

本书以机会开发和实施为主线，紧扣机会与富有创业精神个体之间结合的本质，按创业过程逐步展开论述，从新企业创意产生、可行性分析、产业分析，到整合开发机会所需的资源（团队、融资等），再到创建企业、管理成长等，准确识别了创业每个环节中可能遇到的关键问题并分析成因，进而根据实践经验提出切实可行的解决措施。

本书并没有执着于深奥理论的探讨，而是通过案例和提出问题启发读者思考，促使读者主动探索未知领域内的现实问题。

本书阐述清晰、分析透彻、内容丰富，不仅提供了许多实用的工具和分析方法，还提出了诸多中肯建议，揭示了许多认识谬误，是一本非常优秀的创业学教材。

作者简介

布鲁斯R.巴林格是佛罗里达中央大学管理学系副教授。
他从密苏里大学获得博士学位，并在衣阿华州立大学取得MBA学位。
他的研究兴趣包括可行性分析、企业成长、公司创业以及组织间关系对商业组织的影响等。

他在Entrepreneurship Theory and Practice、cJournal ofcSmal

<<创业管理>>

书籍目录

第一部分 决定成为创业者 第1章 创业入门 开篇案例 易趣网：经典的创业故事 1.1 创业导言

1.1.1 什么是创业？

1.1.2 为什么要成为创业者？

1.1.3 成功创业者的特征 1.1.4 有关创业者的谬论 错在哪里 唱歌机公司：成功如何孕育了失败

1.1.5 新创企业类型 1.2 创业的重要性 1.2.1 创业企业对经济的影响 他山之石 Nistevo公司：通过创新性技术提升 托运企业的效率 1.2.2 创业企业对社会的影响 1.2.3 创业企业对大企业的影响 合作求胜 群策群力：生物科技企业 与大型医药企业如何将 药物产品引入市场 1.3 创业过程 1.3.1 决定成为创业者（第1章） 1.3.2 开发成功的商业创意（第2章至第5章） 1.3.3 将创意转化为创业企业（第6章至第10章） 1.3.4 管理并使创业企业成长（第11章至第15章） 本章提要 关键术语 复习题 应用题 你若是位风险投资家 案例 案例1-1 Palm Pilot开发：不怕失败，坚忍不拔的经典故事 案例1-2 化工联合网站：通过数字技术创造新市场

第二部分 开发成功的商业创意 第2章 识别机会，产生创意 开篇案例 BuyAndHold.com网站：填补网上投资市场的空缺 2.1 识别并认识机会 错在哪里 网上邮资：创意而非机会 2.1.1 观察趋势 他山之石 获取有关新兴趋势的高水平建议 2.1.2 解决问题 2.1.3 创业者的个性特征 合作求胜 关系网：行业贸易协会的重要性 2.2 产生创意的技术 2.2.1 头脑风暴法 2.2.2 焦点小组 2.2.3 调查 2.2.4 其他方法 2.3 鼓励和保护新创意 2.3.1 构建创意汇聚点 2.3.2 在企业层次鼓励创造 2.3.3 保护创意，防止丢失或遭窃 本章提要 关键术语 复习题 应用题 你若是位风险投资家 案例 案例2-1 ParentWatch公司：为上班父母提供便利 案例2-2 矫正技术公司：使牙齿 矫正器更易忍受 第3章 可行性分析 开篇案例 财捷公司：评估商业创意的价值 错在哪里 卫星电话：如何行得通？

3.1 可行性分析 3.2 产品/服务可行性分析 合作求胜 苹果电脑：与消费者合作 生产可行的软件产品 3.3 行业/市场可行性分析 3.4 组织可行性分析 他山之石 孵化器：新创企业的 合理选择 3.5 财务可行性分析 本章提要 关键术语 复习题 应用题 你若是位风险投资家 案例 案例3-1 了解你的顾客：为什么 即时消息在家里要比在 办公室更受欢迎？

案例3-2 iRobot公司：证明消费类 机器人产品的可行性 第4章 产业和竞争者分析 开篇案例 捷蓝航空：定位造就成功 4.1 产业分析 4.2 产业和企业特征因素的重要性 4.2.1 决定产业盈利性的五种竞争力 他山之石 买方议价实力如何改变 索尼公司早期发展的命运 4.2.2 五力模型的价值 4.2.3 产业类型与机会 错在哪里 紫领结公司：干洗业整合 的失败教训 4.3 竞争者分析 4.3.1 识别竞争者 4.3.2 竞争情报来源 合作求胜 技术产业联合打造家庭 网络标准 4.3.3 完成竞争分析方格 本章提要 关键术语 复习题 应用题 你若是位风险投资家 案例 案例4-1 帕尼罗公司：在高度竞争 产业 占据有利定位 案例4-2 阿林科公司：瞄准GPS 产业中的诱人利基 第5章 开发有效的商业模式 开篇案例 戴尔公司：减少中间商

第三部分 将创意转化为创业企业 第6章 组建新创企业团队 第7章 评估新创企业的财务实力与可行性 第8章 构建合理的伦理与法律依据 第9章 撰写商业计划 第10章 获得融资 第11章 特殊的营销问题 第12章 重要的知识产权 第13章 评估成长将面临的挑战并 做好准备 第14章 企业成长战略 第15章 特许经营注释

编辑推荐

其它版本请见：《创业管理：成功创建新企业（第3版）》

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>