第一图书网, tushu007.com

<<绿海扬帆>>

图书基本信息

书名：<<绿海扬帆>>

13位ISBN编号：9787302157120

10位ISBN编号：730215712X

出版时间：2007-10

出版时间：清华大学出版社

作者：侯胜田

页数：289

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

“绿海战略”针对竞争日益激烈的“红海”，提出了“增强软实力，提升柔韧性”的企业经营战略，以调整企业在日益狭小的市场空间内，硬碰硬地拼抢有限的市场份额的“红海战略”。
本书对绿海战略的理论内涵及其实施途径和方法作了详细介绍。
具体内容包括绿海战略的理论基础及企业发展战略的快速演进；提出企业打造“柔性竞争力”的具体方案——学习创新型组织建设和社会责任与利益最大化的和谐企业文化、绿色营销的十种创新方法，等等。
战略管理案例编写应当突出对企业发展历史和战略情境资料的介绍。
研究一个企业的战略制定与实施离不开对其特定历史、企业家和所处特定内外部环境的介绍，因此，案例应尽量在有限的篇幅中包含尽可能多的企业历史和背景资料，尽可能使用较短篇幅让读者了解案例发生时的情景，能让不熟悉行业的读者也能身临其境，使读者增加对战略全局和战略历史的了解，这对深入理解和分析案例无疑是颇有助益的。
绿海扬帆是绿海战略三部曲的第二部，是绿海战略的案例版。
作者站在战略角度对摩托罗拉、诺基亚、三星、大众、杜邦、海尔、联想、同仁堂等国内外10多家长期保持持续发展势头的知名企业的成功故事进行了剖析，力图通过对案例企业获取成功原因的剖析，挖掘其获得持久竞争优势的主要来源，揭示长寿企业基业长青的秘密，揭示其成长基因与“保健”略，为中国企业提供研究样本与成长标杆。
本书萃取国内外可持续发展战略比较成功的企业，精心编写成具有典型借鉴价值的案例，供中国现在和未来的经理人深入分析和研讨，以期获得举一反三、他山之石终能攻玉的最佳效果。
案例涉及企业战略、核心竞争力、社会责任、企业文化、创新、学习型组织等领域。
本书中案例主要由主题、背景、正文和分析研究几部分构成。

作者简介

侯胜田，管理学博士，东-信达绿海战略研究中心研究员，美国城市大学MBA，亚洲商业论坛特邀演讲人，有15年企业营销管理、战略管理咨询和管理培训经验。
1987年清华大学研究生毕业后留校任教，后赴国外留学，回国后服务于多家国内外知名企业，从事战略管理咨询、企业营销管理、市场研究和管理培训工作。
近年来的主要研究方向：企业竞争力，企业战略管理、创新营销、国际市场营销及中小企业管理与融资。
在北京中医药大学管理学院和美国西部国际大学开设有“企业战略管理”、“医药营销管理“、”医药营销调研“、“网络营销”和”小企业管理”等课程。

其他著作包括：《保健品营销管理》（清华大学出版社）、《OTc药品营销管理》、《药品营销调研》、《药店营销管理》、《中药市场营销》（化学工业出版社）、《医药营销案例点评》《中国医药科技出版社）、《怎样解除焦虑与烦恼》（译，科技文献出版社）等。

曾在《医药经济报》管理版开设有“老侯谈管理”专栏。

书籍目录

中国石化：实施清洁生产，履行社会责任诺基亚：科技以人为本同仁堂：同修仁德，济世养生IBM：企业化文推动“篮色巨人”的崛起摩托罗拉：企业文化让企业“飞跃无限”惠普：“硅谷常青树”的常青之道杜邦：长寿企业的长寿秘诀通用电气：责任也是竞争力沃尔玛：顾客是上帝，员工也是上帝联想集团：学习标杆，超越标杆三星：以“变”应“万变”迪斯尼：“娱乐王国”的创新理会百事公司：创新城略，扭转乾坤3M公司：除了创新什么都没有海尔：流程再造助企业不断腾飞戴尔：创新商业模式成就IT巨头大众汽车：飞驰在创新的阳光大道上英特尔：“偏执狂”的创新偏执天坛家具：软件、硬件两手硬

第一图书网, tushu007.com

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