第一图书网, tushu007.com

<<中国名牌成长战略>>

图书基本信息

书名：<<中国名牌成长战略>>

13位ISBN编号：9787505864122

10位ISBN编号：7505864122

出版时间：2007-7

出版时间：经济科学出版社

作者：黄少英

页数：411

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

2005年11月6日，经中共中央宣传部批准，由《经济日报》主办，经评审委员会审定，青岛市被授予“中国品牌之都”。
这是以培育打造名牌、发展品牌经济闻名全国的青岛获得的又一巨大荣誉。
有不少学者曾对青岛名牌集聚现象进行了探讨，但多是从企业这一微观主体进行研究，而对整个青岛名牌集聚现象的宏观环境分析还有不足之处。
本书从如下5个方面对此进行了粗浅的探讨：一、世界制造业由发达国家向发展中国家转移是青岛发展千载难逢的机遇。
二、青岛市政府率先实施“名牌战略”是青岛成为“中国品牌之都”的重要环节。
三、地理优势是青岛成为“中国品牌之都”的得天独厚的条件。
四、齐文化和海洋文化的完美结合是青岛成为“中国品牌之都”的文化基础。
五、基础好，起点高。
殖民者以近代技术和理念塑造青岛，商品经济观念相对较强。

作者简介

黄少英，博士，1970年生于湖南省洞口县。
2002-2006}在青岛大学经济学院任教，并被评为“ 青岛大学优秀教师 ”。
2006年5月调入山东经济学院工商管理学院人力资源管理系，现为副教授，硕士生导师。
主要从事中国历代人力资源开发与管理，中国现代名牌企业等方面的研究与教学工作。
出版专著1部；在《学术月刊》、《民俗研究》、《山东社会科学》、《甘肃社会科学》、《贵州民族研究》、《情报科学》、《东方论坛》等严肃学术刊物上发表学术论文20余篇；独立完成和参与国家社科基金项目、山东省社科基金重点项目、以及市厅级项目等课题9项(其中作为负责人的项目有6项)。

书籍目录

第一部分 青岛名牌企业综合研究 铸造青岛“ 中国品牌之都 ”的宏观原因分析 铸造青岛“ 中国品牌之都 ”的微观原因分析——青岛名牌企业打造名牌的成功经验 青岛名牌企业创业文化初探 青岛企业“ 名牌战略 ”思想索源第二部分 青岛名牌企业发展历程及战略研究 海信集团　发展历程及战略研究 青岛啤酒股份有限公司　发展历程及战略研究 双星集团　发展历程及战略研究 澳柯玛集团　发展历程及战略研究 喜盈门集团　发展历程及战略研究 青岛英派斯集团　发展历程及战略研究 青岛昌隆文具有限公司　发展历程及战略研究 青岛亨达集团　发展历程及战略研究 颐中烟草集团　发展历程及战略研究 青岛即发集团　发展历程及战略研究 六和集团　发展历程及战略研究 海尔集团 发展历程及战略研究参考文献后记

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