

<<中国企业自主创新与品牌建设报告>>

图书基本信息

书名：<<中国企业自主创新与品牌建设报告>>

13位ISBN编号：9787509500330

10位ISBN编号：7509500338

出版时间：2007-9

出版时间：中国财政经济

作者：编写组

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>

<<中国企业自主创新与品牌建设报告>>

内容概要

《中国企业自主创新与品牌建设报告》主要包括企业自主创新的基本理论研究、中国企业自主创新的实践选择、中国企业品牌建设的理论与实践、企业自主创新和品牌建设的案例研究等内容。

书籍目录

总论 中国企业自主创新与品牌建设：基本理论、实践选择与案例研究第一篇 企业自主创新的基本理论研究第一章 中国企业自主创新的若干问题探讨第二章 产学研合作的基本理论、国际经验与启示第三章 国家自主创新体系中的子系统及其互动优化第四章 制度创新是中国企业实现自主创新的根本第五章 企业集成创新系统的深层耦合机理及其复杂性涌现第六章 战略演进视角下的企业自主创新发展一个典型案例的研究第七章 供应链推动式协作创新中的规模效应第八章 基于中间组织理论的产业集群创新研究第九章 知识型员工与组织间心理契约关系对企业自主创新能力的影晌第十章 组织自主创新：理论观点与研究视角述评第十一章 组织社会资本对员工离职意愿的影响：中国文化情景下的研究第十二章 高科技企业的组织创新第二篇 中国企业自主创新的实践选择第十三章 我国大中型企业技术创新能力评价与战略选择第十四章 国有大中型企业自主创新问题分析第十五章 中国企业自主创新内外环境因素分析第十六章 河北省区域创新的促创与抗创因素分析第十七章 企业自主技术创新的国际经验及中国的选择第十八章 我国技术引进中的再创新问题第十九章 技术创新的转换成本障碍及治理措施第二十章 利用转移定价策略支持企业自主创新第二十一章 推进企业自主创新和品牌建设的对策研究第二十二章 企业非突破性自主创新模式研究第二十三章 通信运营企业的自主创新与品牌建设的整合战略研究第二十四章 我国医药上市公司自主创新路径的研究第二十五章 外资研发中心对我国企业创新体系的示范效应第三篇 中国企业品牌建设的理论与实践第二十六章 品牌竞争力的来源及其形成过程第二十七章 企业品牌与企业信用、声誉的关系第二十八章 品牌经营与自主创新的互动发展第二十九章 规模、创新与企业品牌竞争力第三十章 中国服装业自主创新和品牌建设第三十一章 高技术企业在初创期的品牌战略选择第三十二章 经济全球化背景下的联合品牌策略研究第三十三章 中华“老字号”品牌价值重塑研究基于品牌生命周期理论视角第三十四章 雇主品牌的价值及其建设途径第三十五章 中小企业区域品牌策略第三十六章 企业品牌建设与责任保险第三十七章 国外自有品牌快速发展给我国零售企业的启迪第四篇 企业自主创新和品牌建设的案例研究第三十八章 “001集团”技术创新模式的主要特征第三十九章 企业网络创新中的知识共享机制丰田汽车的案例第四十章 中小企业自主创新运营模式研究：基于创新型企业的调研第四十一章 企业、政府与自主创新来自“中星微”自主创新案例的启示第四十二章 企业创新环境的建设以3M公司为参照第四十三章 民营科技企业自主创新分析以深圳为例第四十四章 民营企业集群恶性竞争及集群升级研究恩平麦克风及电声集群案例第四十五章 硅谷的创新机制分析第四十六章 江西汽车产业自主创新与品牌建设第四十七章 上海民营科技企业自主创新能力分析附录：光辉的足迹中国企业管理研究会大事记

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>