

《高宽深思维模式》

图书基本信息

书名：《高宽深思维模式》

13位ISBN编号：9787517108506

出版时间：2015-1-1

作者：陆天然,叶舟,胡均亮

页数：361

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《高宽深思维模式》

内容概要

提出互联网时代是一个冠军时代，生产冠军的办法只能是冠军要素整合，即整合高宽深，直接造冠军。“高宽深”是互联网时代空间思维的简要概括：高是升级；宽是跨界；深是聚焦。这是快速生产极致产品的全新思维模式。

《高宽深思维模式》

作者简介

陆天然，男，1960年2月出生，江苏省海门市人。中国资深新闻人，新华社摄影记者、中国改革报驻闽记者站站长、首席记者；《互联网时代方法论丛书》主编。现任中国互联网方法论课题研究中心主任、国务院研究室(言实)互联网方法论课题调研组组长。作为毛泽东思想当代化研究会筹委会会员、总联络人，未来五年将陆续编撰出版《毛泽东思想当代化系列丛书》。

胡均亮，高级经济师、高级咨询师。中山大学哲学系毕业，中央党校第二期经济体制改革研究班学员。先后担任经济理论教员、金融主管、政府官员、报社总编、大型企业的董事长。

叶舟，互联网时代新知识体系的执笔者，思维模式研究专家、作家，已出版《静生活》《让心自由》及国学大智慧系列等96部图书，累计发行超过600万册，畅销海内外。

书籍目录

序一：新思维模式=高+宽+深=冠军要素整合

序二：直通，互联网时代迅速卓越的策略

第一章互联网时代新思维工具——空间思维

一、思维模式比思维更重要

二、思维模式究竟是什么

三、思维模式必须首先进化

四、重构思维模式的历史原因

五、重构思维模式的当代因素

六、旧模式必须淘汰出局

七、推出崭新的空间思维模式

八、新思维模式的目的：立大人，成大事

第二章互联网时代应往高处想——升级思维

一、比高是竞争的终极追求

二、追求高度的巨大回报

三、高度的本质就是做差异

四、高度的外化就是做品牌

五、提升人生高度的三大方法

六、提升产品高度的三大方法

第三章互联网时代应往宽处想——跨界思维

一、人类已全面进入外因时代

二、不组合外因就必定死亡

三、宽度的本质就是搞对接

四、拓展关系需要不断跨界

五、拓展人生宽度的三大方法

六、拓展产品宽度的三大方法

第四章互联网时代应往深处想——聚焦思维

一、深度就是寻找本质规律

二、发现本质要修炼洞察力

三、挖掘本质要修炼逻辑力

四、深度的实现需要高度集中

五、集中致胜的博弈之道

六、弱者制胜的六大集中原则

七、挖掘人生深度的三大方法

八、挖掘产品深度的三大方法

第五章互联网时代应往集优想——冠军思维

一、思维模式的总目标是造冠军

二、思维模式中高、宽、深的要义

三、思维模式中高宽深的相互关系

四、思维模式中高、宽、深的自我审查

五、思维模式造冠军的策略

六、思维模式造冠军的方法

结束语：互联网时代，要用全新的眼观看世界

《高宽深思维模式》

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:www.tushu000.com