

《产品背后的竞争》

图书基本信息

书名：《产品背后的竞争》

13位ISBN编号：9787800877469

10位ISBN编号：7800877469

出版时间：2004-8

出版社：中国发展出版社

作者：魏杰

页数：339

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

《产品背后的竞争》

内容概要

本书是我们所写的企业系列专著的第八部，着重探讨企业如何处理和界定自己同外部的各种关系，包括企业同政府的关系，企业同宏观经济的关系，企业同市场的关系，企业同产业的关系，企业同环境的关系，等等。大家知道，任何一个企业总是存在于一定的社会关系之中的，因而都必须协调好自己同社会的各个方面的关系，否则，即使是再有实力的企业，也难以快速而平衡地发展。因此，甚至可以这样说，企业能否协调自己同外界的各种社会关系，是决定企业是否具有竞争力的重要因素，是企业竞争力的重要表现。

本书着重分析企业与社会、企业与政府、企业与社区、企业与市场、企业与宏观经济、企业与产业、企业与环境的关系。我们的分析从理论与实践两个方面进行，并根据成功案例和失败的教训两个方面，揭示企业与政府、企业与市场、企业与宏观经济等方面的内在关系，并对企业如何处理自己与政府、市场、宏观经济等方面的关系，提出应有的忠告和建议。当然，我们也从爱护企业的角度，对社会各方面如何改善自己同企业的关系，提出了政策和体制的建议。

《产品背后的竞争》

书籍目录

前言

第一章 企业与政府

1 重塑我国企业与政府关系的原因

2 企业与政府之间的真正关系

3 政府影响企业的轨道

4 企业影响政府的轨道

5 政企关系与政府管理改革

第二章 企业与市场

1 企业与市场的相互关系

2 企业与消费者的相互关系

3 企业与市场的共存基础

4 企业如何尊重和选择市场

第三章 企业与社会

.....

第四章 企业与宏观经济

.....

第五章 企业与产业

.....

第六章 企业与社区

.....

第七章 企业与环境

.....

后记

《产品背后的竞争》

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