

《以市场为导向的中国企业战略变革》

图书基本信息

书名：《以市场为导向的中国企业战略变革》

13位ISBN编号：9787030360656

10位ISBN编号：7030360656

出版时间：2012-12

页数：251

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

书籍目录

总序

前言

第1章 以市场为导向的中国企业战略变革背景

1.1 市场导向战略变革成为重要的理论研究和实践议题

1.2 市场导向战略变革研究的理论贡献和实际意义

1.3 中国企业市场导向战略变革研究的具体内容

1.4 全书的结构安排

第2章 市场导向研究的理论架构及评述

2.1 市场导向研究的演进过程

2.2 国外学者市场导向研究的主要领域

2.3 国内学者市场导向研究的主要领域

2.4 本章小结

第3章 市场导向对企业绩效的影响研究

3.1 市场导向概念的历史渊源

3.2 市场导向概念的六种界定范式

3.3 市场导向对绩效影响的实证探讨

3.4 市场导向对组织绩效的影响机理分析

3.5 本章小结

第4章 市场导向如何通过组织创新影响组织绩效

4.1 市场导向如何通过产品创新影响组织绩效

4.2 不同类型市场导向对产品创新影响的实证探讨

4.3 市场导向对组织创新影响的实证探讨

4.4 本章小结

第5章 市场导向如何通过组织学习影响组织绩效

5.1 组织学习的理论基础

5.2 市场导向和组织学习关系的理论阐述

5.3 市场导向对组织学习影响的实证探讨

5.4 市场导向类型对组织学习影响的实证探讨

5.5 研究结果对中国企业的启示意义

5.6 本章小结

第6章 市场导向如何通过战略柔性影响组织绩效

6.1 战略柔性的理论基础

6.2 市场导向通过战略柔性影响组织绩效的理论阐述

6.3 市场导向、战略柔性、组织绩效之间关系的实证研究方法

6.4 市场导向、战略柔性、组织绩效之间关系的实证研究结论

6.5 对中国企业的启示意义

6.6 本章小结

第7章 市场导向战略变革的企业案例深度剖析

7.1 市场导向执行问题研究的重要意义

7.2 国外学者对市场导向执行问题的理论探讨

7.3 组织战略变革的理论基础

7.4 市场导向战略变革的案例研究方法

7.5 市场导向战略变革的案例研究结论

7.6 市场导向战略变革的动力机制框架

7.7 本章小结

第8章 市场导向战略变革实施的前提条件

8.1 市场导向战略变革实施前提条件的文献探讨

《以市场为导向的中国企业战略变革》

- 8.2 市场导向战略变革实施前提条件的理论阐述
- 8.3 市场导向战略变革实施前提条件的实证研究方法
- 8.4 市场导向战略变革实施前提条件的实证研究结论
- 8.5 研究结果对中国企业的启示
- 8.6 以市场为导向的战略变革的执行建议
- 8.7 本章小结
- 第9章 结论与展望
 - 9.1 主要研究结论
 - 9.2 有待进一步研究的问题
- 参考文献
- 附录：调查问卷

《以市场为导向的中国企业战略变革》

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