

《企业经营与战略》

图书基本信息

书名：《企业经营与战略》

13位ISBN编号：9787543840263

10位ISBN编号：754384026X

出版时间：2005-7

页数：282

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

《企业经营与战略》

内容概要

《企业经营与战略》内容简介：21世纪对企业的经营提出了更高的要求，作为投资者也好，股东也好，对整个组织来说，组织依存的是市场，是顾客。也就是说，搞好企业是一场系统工程。当经营战略一定时，战术的方式和方法是决定组织生死的过程，只有围绕着战略的方向跟进去解决经营中的实际问题才能不断推进组织的发展。进入新的经济发展时期，经营在战略中的地位呈现的更加明显，也越来越突出。战略从军事转向经济，它突出表现的不仅仅是管理方法和技巧，更是一种思维方式、价值观和企业理念。由此可知，经营在整个组织运营过程中，呈现为主导地位——经营是龙头。经营反映的是组织的经济运营。组织从无到有，首先是资源的整合；其次是资本整合；再次是资本运营。运营的整个过程牵动着组织的每一根神经，它就像大脑一样，指挥着全身，它主宰着组织的生命，一经失误将导致组织整体的失败，所以说经营失误失组织。在经济全球化的新世纪，商品国际化流通规模日益增大、市场竞争日趋激烈，包装已成为国际贸易的重要手段，各国都把它摆到战略地位上考虑。中国已经加入WTO，中国的产品要进入世界市场，发展和研究产品包装，从来没有今天这么重要。朱镕基总理在20世纪80年代说过：“有了科学的、合理的、现代化的包装，才能增强我国商品在国际国内市场上的竞争力，增加企业和社会的经济效益。”随着包装功能的多样化、个性化、高质高效和无公害约束，包装需要多学科知识交叉综合、高科技运用和深层次问题揭示。

《企业经营与战略》

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