

《名牌战略--企业成功之路》

图书基本信息

书名：《名牌战略--企业成功之路》

13位ISBN编号：9787801241139

10位ISBN编号：7801241134

出版时间：1995-12

出版社：中国水利水电出版社

作者：郑明身,等

页数：214

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

《名牌战略--企业成功之路》

内容概要

内容提

在外国名牌抢占我国市场的严峻形势下，如何创建中国名牌，扬威海内外？本书针对这一社会热点问题，系统阐述了企业创名牌总体战略“431”工程的基本思想与内容，详述了产品开发、市场营销、管理创新、组织发展、技术与人力资源等分战略的内容与方法，介绍了国内外许多著名企业的实践经验，以此奉献给致力于发展中国名牌事业的企业家和企业广大职工。

作者简介

作者简介

郑明身

中国人民大学工业经济系副教授，中国管理科学研究院企业组织与发展研究所副所长。擅长于企业经营管理、企业组织与领导的研究，主要著作有《工业企业管理》、《工业企业组织设计》、《企业领导学》等。

司岩

中国人民大学工业经济系副教授。1994年出版个人专著：《战略制胜——企业成功的关键》，并发表《经营战略的构成要素》等论文若干篇。

刘仲康

中国人民大学工业经济系副教授。主要著作有《工业企业经营决策与计划》、《经营管理学》、《乡镇工业企业管理》、《企业经营方式决策》、《外向型企业经营》等。

书籍目录

目录

总序

导言

第一章 让中国名牌走向世界

一 名牌争天下的时代

二 外国名牌的严峻挑战

三 经济腾飞 国富民强之路

四 企业竞争取胜之道

第二章 长期艰巨的系统工程

一 名牌产品总体战略

一 对名牌产品的科学认识

二 创名牌的总体战略“431”工程

三 创名牌总体战略应注意的问题

第三章 卓越的产品本体

名牌产品开发战略

一 满足消费需求 名牌成功的基础

二 质量超群 打开成功之门的金钥匙

三 特色鲜明 名牌产品的魅力所在

四 按质论价 名牌产品定价战略

第四章 高超的营销艺术

名牌产品的市场战略

一 名牌产品的命名艺术

二 名牌产品的扬名艺术

三 名牌产品的护名艺术

第五章 先进完备的企业内部支持系统

名牌产品技术与人力资源战略

一 创造和驾驭领先于时代的技术

二 培养 选用超一流人才

三 建设高素质的职工队伍

第六章 开创企业管理的新路子

名牌产品管理创新战略

一 高度重视企业管理的作用与创新

二 改造传统管理，实行系统优化

三 树立名牌经营观念

四 改革企业组织体制 强化基层管理

第七章 建设“三化”企业

名牌产品组织发展战略

一 名牌产品的规模化战略

二 名牌产品的集团化战略

三 名牌产品的国际化战略

第八章 充分发挥企业家的作用

一 名牌产品呼唤杰出企业家

二 企业家队伍的建设

三 企业家应受到尊重和保护

第九章 大力扶植名牌产品

一 使企业成为市场竞争和技术开发的主体

二 政策倾斜和保护名牌

三 加大打击力度 惩治害群之马
参考文献

《名牌战略--企业成功之路》

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