

《新竞争优势》

图书基本信息

书名：《新竞争优势》

13位ISBN编号：9787213025983

10位ISBN编号：7213025988

出版时间：2003-07

出版社：浙江人民出版社

作者：岳川博

页数：239

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.tushu111.com

《新竞争优势》

内容概要

本书由著名财经记者、《大败局》作者吴晓波专文作序推荐；《北大EMBA》向历届EMBA推荐读书。

本书阐述的是一种新的企业管理思想，强调企业文化的塑造和对管理原则的掌握运用。即通过领导和文化塑造，遵循管理的八项基本原则，以建立强大的企业。作者提出并论证企业的竞争焦点将从战略规划转向塑造文化，由战略—组织作用模式转向文化—人作用模式；提出了指导企业实际运营，有助于企业建立“执行文化”的八项基本原则。书中包含GE、微软、惠普、IBM、福特、华为、联想、海尔、TCL、万科等20多个经典案例分析，重点对“联想管理三要素”、《华为基本法》、“GE数一数二”等进行了管理透析，视角独特，有较强的借鉴意义。

书籍目录

第1章探究企业的“大本大源”
引人深思的三个现象
观念的力量
企业的“大本大源”
现代企业管理寻根
第2章第四次竞争浪潮
我只造黑色T型车
案例汽车大王和他的T型车
市场上的硝烟
案例可口可乐 百事可乐
高瞻远瞩的竞赛
案例英特尔公司霸主地位的
文化的力是
案例IBM的精神
由战略—组织转向文化—人
第3章以文化为根
精神的力量
企业的智慧力、道德力和意志力
文化的要旨
以文化为根
理解文化的复杂性
第4章无形御有形
文化三角形模型
战略弹性与战略柔性
有形结构与无形结构
文化作用于人
第5章文化的塑造
描绘愿景的GIVE原则
文化塑造的七项要务
文化塑造的七个特点
八项基本原则
第6章企业成熟模式
管理三要素
企业成熟模式
八类企业的变革发展道路
案例1海尔兼并红星电器厂
案例2杜兰特、斯隆与通用汽车
案例3东方公司
第7章管理的辩证观和实践观
没有“没有问题”的企业
应对变动不尽的时代
理性的机会主义实践

《新竞争优势》

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.tushu111.com