

图书基本信息

书名：<<企业市场战略与非市场战略的整合模式研究>>

13位ISBN编号：9787010110660

10位ISBN编号：7010110662

出版时间：2012-8

出版时间：人民出版社

作者：邓新明

页数：275

字数：250000

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：<http://www.tushu007.com>

<<企业市场战略与非市场战略的整合模>>

内容概要

理论上，企业战略以产品和市场为核心；实战中，企业家“一只眼盯着市场”，“另一只眼盯着非市场”。

本书将企业的非市场活动提升到战略高度，探讨企业如何充分整合市场战略与非市场战略。

关于市场行为与非市场行为的竞争互动研究，突破了以往以市场为核心的竞争思维局限，有助于提高企业与各种利益相关者（尤其是政府）打交道的能力。

本书所构建的整合战略管理模型与竞争策略选择决策模型将为企业提供具体的规范化指导。

本书适合企业管理领域的学者和研究生阅读，也可供企业高层、从事政府公关实务的公关人员阅读。

书籍目录

- 1绪论
- 2文献述评与研究的理论框架
- 3企业非市场战略决策的影响因素：以政治战略为例
- 4企业市场战略与非市场战略的整合（1）
- 5企业市场战略与非市场战略的整合（2）
- 6企业市场、非市场战略互动：基于中国家电行业的安全研究
- 7企业政治关联、多元化战略与公司绩效
- 8企业市场战略与非市场战略的整合实施研究
- 9研究绪论与展望
- 附录1 我国企业市场战略与非市场战略的整合现状调查问卷
- 附录2 访谈提纲
- 参考文献
- 后记

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:<http://www.tushu007.com>