

<<品牌管理 愿景与企业文化>>

图书基本信息

## <<品牌管理 愿景与企业文化>>

### 内容概要

做OBM，最好不要去碰旧产品，而应去找有利基的产品，这样才有可能打出一片天地。  
华人企业要打造全球品牌，不一定非得将经营总部搬至美国，就近抢占亚洲市场，更能发挥我们的优势。

不过在企业公关流动中利用美国的形象还是非常重要的。

卓越的公司，一般都有一些共通的企业文化准则。  
但这些准则往往因业务和产业的不同或随领导者的变更而出现变化。  
企业文化发挥积极作用的前提，就是领导者的行为必须与之保持一致。

## 作者简介

施振荣

台湾彰化人。

1944年12月18日出生。

台湾新竹交通大学电子工程研究所硕士、名誉工学博士。

1976年创立宏基集团，现任该集团董事长，此外还担任台湾多种公共服务组织的职务。

作为台湾工业界自创品牌和国际化经营的倡导者和领军人物，施振荣的杰出业绩受到了举

<<品牌管理 愿景与企业文化>>

书籍目录

总序品牌管理 引言 代工制造与自有品牌制造 ( ) 代工制造与自有品牌制造 ( ) 台湾自有品牌企业的挑战 台湾自有品牌企业的策略 品牌名称的考虑 宏基的全员品牌管理 ( ) 宏基的全员品牌管理 ( ) 宏基的全员品牌管理 ( ) 愿景与企业文化 引言 何谓愿景?  
愿景为何重?  
如何发展愿景?  
何时需要新的愿景?  
理念如何落实?  
宏棋的理念 制定企业的策略 宏棋的策略 发展宏棋的软件策略 宏棋的SoftVision2010 企业文化 宏棋的企业文化 宏棋企业文化与竞争力的关系 建立企业文化的挑战 总结 孙子兵法·行军篇 问题与Q&A

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>