

<<下雨之前带上伞>>

图书基本信息

书名：<<下雨之前带上伞>>

13位ISBN编号：9787111219538

10位ISBN编号：7111219538

出版时间：2007-8

出版时间：机械工业

作者：肖文宏

页数：221

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>

<<下雨之前带上伞>>

内容概要

面临着越来越变幻莫测的世界，企业应当在外界环境变化以及自身被迫调整之前主动地有所变化。本书在达尔文生物进化论和企业进化基因结构的基础上提出：企业作为万物之灵的人的集合，能够“未雨绸缪”，主动作为。具体来讲，就是与生物及企业的遗传、变异和选择的进化机制相对应，企业应当着重强化企业理念的高瞻远瞩、企业战略的着眼变革和企业组织的以市场为驱动；正是这三项构成本书所谓“下雨之前带上伞”的“三把雨伞”。对此，本书不仅提出了新颖、可靠的分析思路，而且展示了一套切实可行的系统方法。

<<下雨之前带上伞>>

书籍目录

序前言第一章 预则立 一、企业理念的认同 马格里逐渐演进的物种 演进之于变化中 二、谁选择了企业 达尔文的适者生存 企业的进货与选择 三、下雨之前带上伞 “两次踏进同一条河流” 下雨之前的三把雨伞第二章 第一把雨伞：高瞻远瞩的企业理念 一、危难显英雄 危机的背后 谋万世、谋全局 二、化无形为有形 企业理念的导入 企业理念的认同 三、提升领导者精神境界 精神也是核心能力 提升精神境界的障碍 全球化时代的中国企业家精神第三章 第二把雨伞：着眼变革的企业战略 一、打破思维惯性 物理惯性、企业惯性和思维惯性 打破，从根本人手 二、变革环境下的战略分析和选择 审视战略环境 推进战略选择及实施 三、增强战略的柔性 战略柔性的构成 增强战略柔性的途径 海尔的“三只眼” 决定眼睛的是什么第四章 第三把雨伞：市场驱动的企业组织 一、澄清不正确认识 “我们忘掉了市场” 盲目地追随顾客 “我们只相信技术” 成为市场驱动型组织 二、提高市场驱动能力 敏锐感知市场 有效关联市场 三、推进企业组织变革 破旧以立新 组织变革的阻力 化解阻力的方法第五章 人间正道 一、沧海桑田 二、长三只眼睛 三、看清楚自己 星巴克的“生意” 德鲁克的三个问题参考文献

<<下雨之前带上伞>>

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>