

<<现代医药企业经营战略管理创新学>>

图书基本信息

书名：<<现代医药企业经营战略管理创新学>>

13位ISBN编号：9787810406154

10位ISBN编号：7810406159

出版时间：1999-02

出版时间：中国矿业大学出版社

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>

作者简介

李春波 1959年生。

杭州

电子工学院工业会计专业毕业，中国药科大学工商管理专业（双学位）硕士毕业，现任浙江医药股份有限公司副总经理、新昌制药厂厂长；高级会计师、高级经济师。

1997年，荣

获十佳杰出青年奖。

金彪 1948年生。

中国药

科大学医药企业管理专业毕业，高级工程师，现任浙江医药股份有限公司总经理；享受国家特殊津贴，在1997年荣获跨世纪人才奖。

主要学术著作有：

主编《国际医药市场营销学》、《国际医药贸易学》等。

书籍目录

目录

- 第一章 企业家创新是现代医药企业的灵魂
 - 第一节 企业家创新是发展我国医药的主体推动力量
 - 第二节 企业家在社会主义市场经济体制下应具有较高的素质和能力
 - 第三节 企业家是现代医药企业创新的经营战略家
- 第二章 现代医药企业制度创新是社会主义市场经济体制的必然选择
 - 第一节 现代医药企业制度的概念、内容
 - 第二节 发达国家现代医药企业制度的发展现状
 - 第三节 现代医药企业制度创新是一项艰巨而复杂的任务
- 第三章 目标管理理论是现代医药企业创新运行的指导方针
 - 第一节 目标管理理论是在社会主义市场经济体制下产生的
 - 第二节 现代医药企业目标的性质
 - 第三节 现代医药企业目标管理创新技法
- 第四章 现代医药企业的最高目标及其创新
- 第四章 激励创新是现代医药企业目标管理最有效的手段
 - 第一节 现代医药企业员工激励与行为
 - 第二节 激励理论是调动现代医药企业员工积极性和创造性的强大武器
 - 第三节 现代医药企业员工激励创新管理技法
- 第五章 名牌战略创新是现代医药企业树立整体形象最重要的标志之一
 - 第一节 名牌医药产品的特征与涵义
 - 第二节 医药企业实施名牌战略必须积极发挥政府行为的导向作用
 - 第三节 内陆衰微医药企业应以质量铸名牌脱困战略
 - 第四节 我国医药企业要以三度创新战略为构想创世界名牌
- 第六章 确保药品质量是走向国内、国际医药市场的生命线
 - 第一节 药品质量问题的发生和质量含义
 - 第二节 药品质量的评价
 - 第三节 外国新药评价与审批
- 第七章 GMP是现代医药企业药品生产质量管理的基本准则
 - 第一节 医药商品是特殊商品
 - 第二节 药品生产质量管理规范(GMP)是生产高质量医药产品的重要保证
- 第八章 医药市场营销创新是决定医药企业兴衰的核心问题
 - 第一节 医药市场营销的作用、发展阶段、指导思想、4P'S及7-S创新策略
 - 第二节 在医药市场营销工作中培养竞争能力的创新
 - 第三节 医药产品策略创新
 - 第四节 药品的订价策略创新技法
- 第九章 医药产品的销售渠道与促销策略创新
 - 第一节 医药产品的销售渠道
 - 第二节 促进销售策略创新
- 第十章 医药产品广告策略与市场调研创新
 - 第一节 医药产品的广告策略创新
 - 第二节 医药市场调研和市场预测创新技法
- 第十一章 现代医药企业发展战略创新
 - 第一节 现代医药企业集中战略创新
 - 第二节 现代医药企业一体化战略创新
 - 第三节 现代医药企业多样化发展战略创新

第十二章 现代医药企业国际化战略创新

第一节 现代医药企业经营国际化战略人才开发创新

第二节 国际商情是医药企业开展国际化战略创新的前提

第三节 面临新的国际医药市场形势我们应采取的对策

第十三章 现代医药企业形象战略创新

第一节 CIS战略的产生和发展

第二节 CIS战略的构成

第三节 导入CIS战略的原则和步骤

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>