

<<王者之剑>>

图书基本信息

书名：<<王者之剑>>

13位ISBN编号：9787810795517

10位ISBN编号：7810795511

出版时间：2005-12

出版时间：暨南大学

作者：王玉波

页数：641

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>

<<王者之剑>>

内容概要

世界500强企业，可以说是各行各业的成功典范。这“商界之王”成功之途殊异，或长于战略谋划，或胜在管理经营，其成功经验像一把把光芒炫目的慧剑，令人景仰。

本书从企业战略、企业管理、市场营销、资本运营、企业文化、企业领导者等6个方面，分类收录部分世界500强企业的有关资料(公司简介、案例事件、案例评析)。

案例介绍力求完整、典型；而评析只是简单提示性的，留给读者大量思考空间。为兼顾不同学识背景的人士，本书也以简明、通俗的方式介绍了有关理论知识。

<<王者之剑>>

书籍目录

前言
企业战略BUSINESS ENTERPRISE STRATEGY
日产：复兴战略
三星：高端战略
IBM：转型战略
本田：开拓战略
沃尔玛：扩张战略
克莱斯勒：挽救战略
时代华纳：兼并战略
家乐福：抢滩中国
资本运营CAPITAL MANIPULATION
柯达：影像市场中的激烈竞争
思科：收购狂潮
欧莱雅：在中国以并购促发展
阿尔卡特：一棋活，全盘活
摩根大通：金融业的强强联合
丰田：专注于资本积累与扩张
西尔斯：坚持走资本扩张的道路
福特：独特的财务成本控制
企业管理BUSINESS ENTERPRISE MANAGEMENT
通用电气：超事业部制
杜邦：“三套马车式”体制
东芝：独具特色的目标管理
三星：责任经营制
百事可乐：权力下放，共同努力
麦当劳：激励员工的士气
英特尔：以结果为导向
西门子：能本管理
市场营销MARKETING
精工：多产品+谋略
宝洁：多品牌策略
戴尔：并非直销那么简单
麦德龙：低成本竞争
米其林：营销信息
强生：品牌定位
日立：出口市场营销
施乐：顾客满意
企业领导者BUSINESS ENTERPRISE LEADER
埃克森美孚：勇于开拓，永无止境
安利：亲情合作，成就理想
迪斯尼：寓知识于娱乐之中
耐克：既瞄准运动员，又服务大众
皮尔·卡丹：让高雅大众化
希尔顿：一流设施，一流微笑
现代：自力更生，艰苦奋斗
佳能：让营销成为乐事
企业文化BUSINESS ENTERPRISE CULTURE
惠普：使每个人都认同我们的目标
摩托罗拉：以人为本，关注执行
雀巢：回归本真。
注重长远
松下：实践经验
哲学索尼：己所不欲，勿施于人
3M：知识创新
诺基亚：提供自主信任的发展环境
中国人寿：中庸规范
参考文献

<<王者之剑>>

编辑推荐

本书从企业战略、企业管理、市场营销、资本运营、企业文化、企业领导者等6个方面，分类收录部分世界500强企业的有关资料(公司简介、案例事件、案例评析)。案例介绍力求完整、典型；而评析只是简单提示性的，留给读者大量思考空间。为兼顾不同学识背景的人士，本书也以简明、通俗的方式介绍了有关理论知识。

<<王者之剑>>

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>