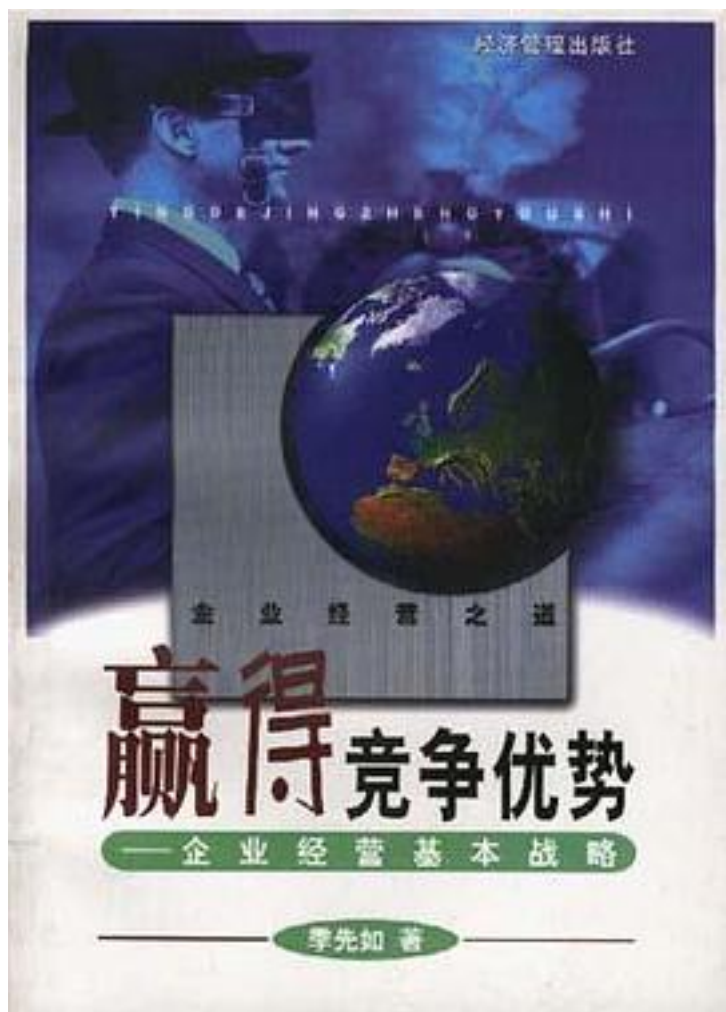


赢得竞争优势



[赢得竞争优势 下载链接1](#)

著者:季先如

出版者:经济管理出版社

出版时间:2000-02

装帧:平装

isbn:9787801189318

作者介绍:

目录: 目录

前言

第一章 争取竞争优势

一、行业内通用的竞争战略

成本领先战略 差异性战略 集中性战略

二、影响竞争优势的因素

战略资源 战略选择 战略风险

三、争取竞争优势的方式

重新调整资源的分配 利用竞争条件的差异

削弱竞争对手的优势 防止竞争对手的模仿

案例1: 北新集团推出成本领先工程

案例2: 联想集团以服务赢得市场

案例3: 李蓝电气公司以小胜大

案例4: 沃尔一马特具有难以模仿的竞争力

第二章 市场营销战略

一、市场营销环境对企业营销的影响

市场营销环境的内涵 市场营销环境的变化

适时调整营销战略

二、企业如何适应和驾驭市场

细分市场的吸引力 选择目标市场策略 竞

争性定位策略

三、市场营销组合的恰当运用

市场营销组合的构成 市场营销组合的作用

市场营销组合的原则

四、CS营销战略的推出和应用

CS营销战略的内涵 CS营销战略产生的背景

CS 营销战略的作用

案例1: 雷克集团选准市场的切入点

案例2: 科龙空调高起点定位

案例3: “娃哈哈”的市场营销组合策略

案例4: 东芝电脑为何兵败美国市场

第三章 资源开发战略

一、知识经济时代的战略资源

知识经济的内涵 知识经济的影响 机遇与

挑战 争取知识优势

二、资源开发的途径

信息资源 知识资源 智力资源 管

理资源

三、资源的优化配置

资源分配的方法 资源配置的过程 资源配

置中的风险

四、资源的管理和利用

智力资本的管理形式 智力资本的经营艺术

智力资本的投资方式

案例1: 气象信息蕴藏商机

案例2: 美登高公司打假缺乏“保护神”

案例3: 安玻公司建立科学管理系统

案例4: 北京开关厂追求“人员素质一流”

第四章 科技发展与新产品开发战略

一、科技发展对企业的影响

高新技术的兴起 科技成果商品化 技术

创新的能力 专利战略的实施

二、产品开 展的新趋势

传统产品高技术化 全新产品智能化 单

一产品多功能化 主导产品系列化

三、新产品开 展的途径

新产品的概念 新产品开 展的原则 新产

品开 展的必要条件

四、新产品开 展战略

领先一步战略 迟人半步战略 超越自我

战略 市场扩散战略

案例1：时代公司的产品开 展模式

案例2：引进智力 开 展节能新电机

案例3：甲壳虫车卷土重来

案例4：美国人开 办“失败产品陈列馆”

第五章 名牌战略

一、品牌在市场营销中的作用

品牌的内涵 品牌评价标准 品牌策略的

运用 品牌的误区

二、品牌价值的形成

商品经济的产物 产品质量和服务 企业

的知名度和美誉度 品牌形象塑造

三、名牌发展战略

创名牌的途径 发动品牌攻击 迎接品牌

挑战 坚守品牌阵地

案例1：海尔不断设计未来

案例2：丢牌 借牌 创牌——荣事达品牌成长三部曲

案例3：百威啤酒征服日本新一代

案例4：肯德基快餐店的“神秘顾客”

第六章 人才战略

一、人才在现代企业中的作用

企业间的竞争是人才的竞争 企业的活力来源于人

才 实施人才开 展工程

二、企业对人才的使用

人尽其材 人事相宜 举贤任能 授权留责

引发激情，开 展潜能

三、企业对人才的选拔和培养

选拔人才的基本要求 人才结构的合理配置

营造人才生长的环境

案例1：一汽集团公司跨世纪人才开 展工程启动

案例2：国防科工委抢占人才制高点

案例3：宏基石引进“空降部队”

案例4：美国高科技企业抢购人才“青苗”

第七章 组织战略

一、企业组织的职能

职责和权力的分配 组织内相互关系的协调

建立有效的制衡机制

二、组织结构的演变趋势

管理权力从集中到分散 管理组织从直线制到分散

制 设计组织结构的要求

三、组织结构建立的原则

组织指挥的协调性 组织功能的适应性

组织结构的合理性 组织设置的系统性

案例1：联想革新体制 进行机构调整

案例2：宏主从架构管理模式

案例3：杜邦三驾马车式的集团体制
案例4：壳牌公司的企业家群体式管理
第八章 企业文化战略
一、企业文化的作用和影响
企业文化的特征 生存与发展之道 日美
企业文化之比较 我国企业文化新课题
二、企业文化要素的分析
经营理念的确立 精神需求的满足 企业
形象的体现 科学的管理方式
三、现代企业文化的塑造和变革
追求崇高目标 改变领导风格 建造“融
合网” 挑战传统观念
案例1：海尔文化激活“休克鱼”
案例2：荣事达的“自律宣言”
案例3：新机集团的人文管理
案例4：摩托罗拉肯定个人尊严
主要参考文献
· · · · · (收起)

[赢得竞争优势_下载链接1](#)

标签

竞争

0

评论

[赢得竞争优势_下载链接1](#)

书评

[赢得竞争优势_下载链接1](#)