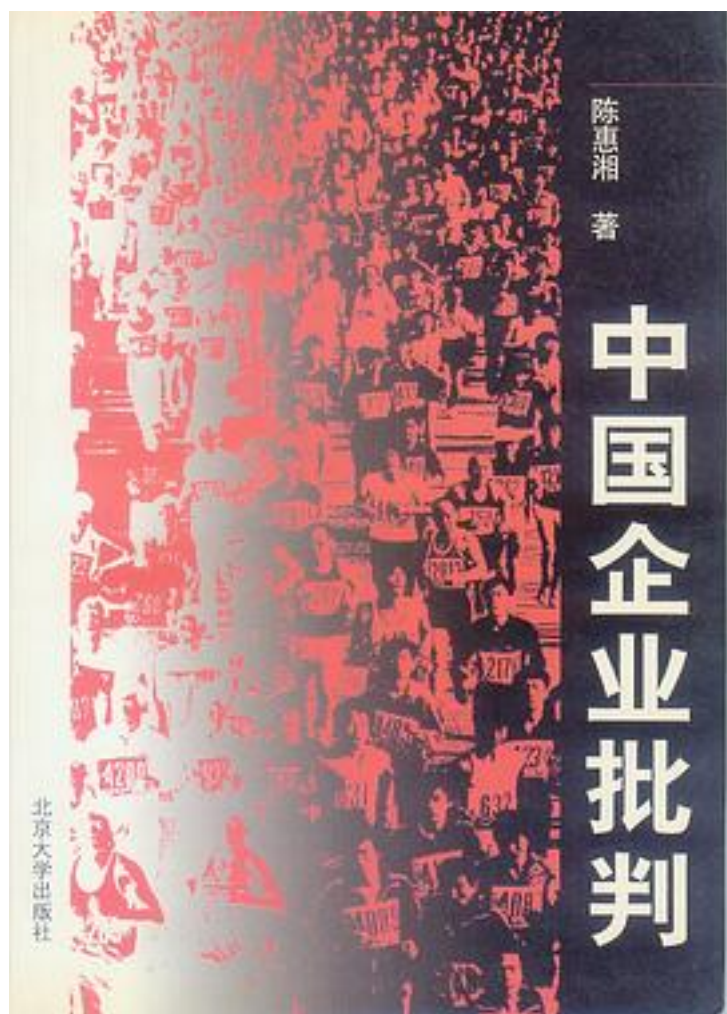


中国企业批判



[中国企业批判_下载链接1](#)

著者:吴洪刚

出版者:

出版时间:2008-6

装帧:

isbn:9787801128454

《中国企业批判》共分为三篇，上篇收集了关于企业文化的一些文章，对当今诸多企业

的文化现象提出了自己的见解。中篇通过对一些企业战略个案的分析，重点指出战略的缺乏对中国企业的危害及其出路。下篇收集了本人在营销咨询过程中，对一些营销个案和营销策略的评析的文章。书中每篇文章都是独立的，但连贯起来，能基本上反映出作者的主要管理思想，强调企业中“人为目的”的管理理念是《中国企业批判》最基本的价值观。与把人看成资本或工具不一样的是，人就是人，他本身就是企业的目的，而不是手段。

《中国企业批判》是基于一个管理咨询人的真实体验而形成的，是作者这几年工作和思考的结晶。迫于现实利益而放弃客观独立的原则，是咨询者最大悲哀。当咨询者变成企业领导的吹捧者时，咨询的价值就不真正存在了。这也是我们的咨询业为什么长不大的原因。魏征不说直话，唐太宗就没有用他的价值了，而对于中国企业来讲，外部的咨询师至少应该起到魏征的作用。咨询师放弃客观独立的原则就等于军人放下武器一样，只能是束手待毙。

《中国企业批判》适合于企业界的中高层经理和对企业文化、战略、营销感兴趣的人们，也适合于从事管理咨询业的人员，以及在企业中工作的其它人员。

作者介绍:

目录:

[中国企业批判 下载链接1](#)

标签

管理

中国企业批判

经济学

项目管理

评论

很实在，理念很超前

[中国企业批判_下载链接1](#)

书评

[中国企业批判_下载链接1](#)