

<<跨国购并的整合之道>>

图书基本信息

书名：<<跨国购并的整合之道>>

13位ISBN编号：9787100076821

10位ISBN编号：710007682X

出版时间：2011-10

出版时间：商务印书馆

作者：徐旭

页数：311

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>

<<跨国购并的整合之道>>

内容概要

全球化购并，本土化整合，更大化发展，这是全球化大整合发展时代必须遵循的发展之道和普遍规律。

全球最伟大的企业、最受尊崇的企业、最具价值的企业和领袖群伦的企业，都是整合型的大企业家整合出来的。

实践一再证明，跨国购并的成败得失，完全取决于包括董事长和首席执行官在内的高管团队整合能力的优劣、强弱和高低。

你可以用强势的资本力量购买一个企业，但若没有足够优势的整合能力，要想获得应有的协同效应和实现美好的购并战略目标是不可可能的。

本土化整合、品牌化整合、人性化整合、协同化整合、高效化整合、学习化整合、专业化整合、文化化整合和能力化整合，是中国式创新型和达到哲学层面的跨国购并成功整合之道的九大思维模式。

提供了从根本上突破目前跨国购并整合成功率低这一重大难题的世界观和方法论。

<<跨国购并的整合之道>>

作者简介

徐旭，1972年生，1995年黑龙江大学国际贸易专业毕业，在中共黑龙江省委党校经济学教研部工作，2010年任教授。

2001年出版《全球化发展》，初步阐述了中国经济如何实行全球化的发展战略。

同年，黑龙江大学企业管理专业硕士研究生进修班结业。

2004年出版《整合发展——如何做强做大企业的学问》。

本书是作者及其团队耗时六年多，在深入调查和跟进以国际巨头荷兰·TNT集团购并整合中国民营物流龙头企业，华宇集团为主的众多经典案例基础上的研究成果。

此外，作为重要成员，作者参加了2004年出版的研究国企问购并后成功整合的经典案例《诚信制胜——中国诚商的经营之道》的策划和编撰工作，还参加了2006年出版的研究国内物流业界民营龙头企业，依靠成功整合快速发展扩张的案例《经典华宇》的策划和编撰工作。

<<跨国购并的整合之道>>

书籍目录

- 绪论 遵循购并整合之道造就全球伟大企业
 - 定天地之正位, 行全球之大道
 - 遵循整合之道, 跳好整合之舞
 - 精通整合之道, 创造伟大整合
 - 中式整合之道, 九大哲学思维
- 第一章 购并定位整合
 - 一、天地华宇购并定位整合六年九大要事纪略
 - 二、天地华宇购并定位整合已经获得成功
 - 三、天地华宇购并定位整合成败得失的初步解析
- 第二章 品牌购并整合
 - 一、荷皇天地集团及其大中国区公司的品牌文化
 - 二、关于华宇龙头品牌优势和辉煌成就的正确认知
 - 三、任重而道远的天地华宇品牌艰难整合之旅
- 第三章 员工思想整合
 - 一、被购并的华宇集团自觉进行员工的思想整合
 - 二、TNT对所购并的华宇员工进行面对面的思想沟通整合
 - 三、正确把握购并整合中的对立、冲突、风险和危机
- 第四章 市场营销整合
 - 一、天地华宇所谓的重建市场营销体系的艰难历程
 - 二、应当继承发扬华宇物流全员营销的成功经验
 - 三、三年多来市场营销购并整合成败得失的初步解析
- 第五章 客户服务整合
 - 一、艰难沉重的服务质量整合至今仍然没能完成
 - 二、从服务管理整合中狠抓客户服务质量的提升
 - 三、在服务流程整合中强化对客户服务质量提升的保证机制
 - 四、天地华宇服务模式整合有个先天的良好基础
 - 五、服务理念、服务品牌、服务文化和服务能力的高级整合
- 第六章 网络运营整合
 - 一、天地华宇网络运营效率持续改善和优化整合
 - 二、全国网络、大区网络、公司网络的优化整合与功能提升
 - 三、天地华宇运营网络整合进入建造管理大区枢纽的新的新阶段
- 第七章 经营管理整合
 - 一、三年多先后三任总裁进行关于经营管理的艰难整合
 - 二、正确认知华宇集团的成功之道对经营管理整合有重大意义
 - 三、关于天地华宇经营管理购并整合实践效果的初步解析
- 第八章 共同愿景整合
 - 一、天地华宇重新整合的共同愿景
 - 二、新整合的天地华宇核心价值观
 - 三、天地华宇核心价值观与共同愿景的精深整合
-
- 第九章 购并学习整合
- 第十章 企业文化整合
- 第十一章 人力资源整合
- 第十二章 高管团队整合
- 参考文献

<<跨国购并的整合之道>>

<<跨国购并的整合之道>>

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>