

<<世界500强企业经营模式精选>>

图书基本信息

书名：<<世界500强企业经营模式精选>>

13位ISBN编号：9787111181316

10位ISBN编号：711118131X

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业出版社

作者：邱庆剑

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>

<<世界500强企业经营模式精选>>

内容概要

本书精选了世界500强企业中最成功、最有效的24种经营模式，其中管理模式16种，营销模式8种。16种管理模式包括本土化管理模式、柔性管理模式、低成本管理模式、JIT管理模式、品牌管理模式、共生管理模式、三维管理模式、技术领先管理模式、统一管理模式、平衡发展管理模式、人本管理模式、创新管理模式、变革管理模式、基础产品管理模式、核心产品管理模式和海豚管理模式。8种营销模式包括直复营销模式、亲情营销模式、文化营销模式、服务营销模式、全球地方化营销模式、体育营销模式、合作营销模式和体验营销模式。本书在编写方式上，先是介绍每一种营销模式，然后选取世界500强企业中最典型的案例，使读者既能获取理性的知识，又能获取感性的认识。企业管理人员及经营者可以结合自己的经营管理实践，在消化、吸收管理模式的基础上，形成自己的经营模式。

作者简介

邱庆剑，中国注册会计师，咨询专家，主要研究方向为财务控制、税收筹划和人力资源管理，长期为企业提供财税、人力资源、市场营销等方面的服务。

先后在国营企业、外资企业、民营企业担任财务总监、人力资源总监、市场总监和总经理职务。

现为某集团公司财控中心总经理。

出版有《忠诚胜于能力》、《决不安于现状》、《财富数学》等畅销书，以及《改变世界的管理方法》、《人力资源管理工具箱》等多部管理著作。

<<世界500强企业经营模式精选>>

书籍目录

序 / 上篇世界500强企业管理模式1本土化管理模式 摩托罗拉(Motorola, 美国企业, 主营网络通信设备)2柔性管理模式 三洋电机(Sanyo Electric, 日本企业, 主营电子、电气设备)3低成本管理模式 沃尔玛(Wal-Mart Stores, 美国企业, 主营商品零售)4 JIT管理模式 丰田汽车(Toyota Motor, 日本企业, 主营汽车与零件)5品牌管理模式 宝洁(Procter & Gamble, 美国企业, 主营个人家居用品) 宝马(BMW, 德国企业, 主营汽车与零件)6共生管理模式 佳能(Canon, 日本企业, 主营计算机办公设备)7三维管理模式 三星电子(Samsung Electronics, 韩国企业, 主营电子、电器设备)8技术领先管理模式 索尼(Sony, 日本企业, 主营电子电气设备) 波音(Boeing, 美国企业, 主营航天国防产品)9统一管理模式 麦当劳(McDonald's, 美国企业, 主营饮食服务)10平衡发展管理模式 雀巢(Nestle, 瑞士企业, 主营食品)11人本管理模式 LG(LG Electronics, 韩国企业, 主营电子、电气设备)12创新管理模式 诺基亚(Nokia, 芬兰企业, 主营网络通信设备)13变革管理模式 东芝(Toshiba, 日本企业, 主营电子、电器设备)14基础产品管理模式 柯达(Eastman Kodak, 美国企业, 主营科研、摄影器材)15核心产品管理模式 夏普(Sharp, 日本企业, 主营电子、电气设备)16海豚管理模式 索尼(Sony, 日本企业, 主营电子、电气设备) 下篇世界500强企业营销模式1直复营销模式 戴尔(Dell, 美国企业, 主营计算机办公设备)2亲情营销模式 伊莱克斯(Electrolux, 瑞典, 主营电子、电气设备)3文化营销模式 西门子(Siemens, 德国, 主营电子、电气设备)4服务营销模式 大众汽车(Volkswagen, 德国, 主营汽车与零件)5全球地方化营销模式 贝塔斯曼(Bertelsmann, 德国企业, 主营媒体、图书及娱乐业)6体育营销模式 可口可乐(Coca-Cola, 美国企业, 主营饮料)7合作营销模式 飞利浦(Royal Philips Electronics, 荷兰企业, 主营电子、电气设备)8体验营销模式 迪斯尼(Walt Disney, 美国企业, 主营娱乐业)

章节摘录

书摘摩托罗拉是美国最大的电子公司之一，在无线电寻呼机和手提电话领域领先全世界。公司借助良好的管理和正确的方针政策，一直增长迅速，成为可与日本电子公司抗衡的支柱公司和美国电子公司中的领袖企业。

该公司成立于20世纪20年代，前身是高尔文制造公司，最初生产汽车用收音机和电池代用器。

1947年，公司更名为摩托罗拉，其通信产品扩展到民用领域。

20世纪60年代，摩托罗拉公司在一些国家和地区建立起自己的生产基地，开始大规模进入国际市场。

这一时期，摩托罗拉的生产基地主要建在亚洲特别是东南亚一带，出口市场主要面向欧亚地区。

1984年，摩托罗拉高层人士在分析了亚太地区的形势后，作出了一个具有战略性意义的决定，这就是进入中国市场。

1986年秋，摩托罗拉公司总裁罗伯特·高尔文访问了中国，他发现中国到处都在蓬勃发展，而相比之下，通信设备却是那样落后，市场潜力非常巨大。

1987年，摩托罗拉在中国设立了代表处，接下来成立了摩托罗拉中国委员会。

在进入中国时，摩托罗拉确立的战略目标是：“整体投入，全公司参与；投资建立一个世界级的企业，使之在世界范围具有竞争力。

”同时，确立了本土化发展战略。

1992年6月，一期投资1.2亿美元的摩托罗拉(中国)电子有限公司在天津破土动工，该公司主要生产寻呼机、手机、半导体器件以及汽车电子配件等。

以后又连续两次追加投资，使总投资达到了10亿美元。

1996年，摩托罗拉在北京设立了摩托罗拉(中国)投资有限公司。

与此同时，摩托罗拉与中国的其他合资合作项目也相继上马。

到2002年底，摩托罗拉在中国的投资总额已达到34亿美元，销售总额达57亿美元，成为中国电子领域最大的外商投资企业和中国外商投资企业500强的第一名。

<<世界500强企业经营模式精选>>

媒体关注与评论

书评能不能直接借用世界500强企业经营之道呢?能,那就是模式化的经营。这些模式如同一个个“模式”,其他企业可以直接借用甚至套用,并迅速把握世界500强企业的“商道”。

本书精选了最成功、最流行的24种经营模式,其中管理模式16种,营销模式8种。读者可以结合自己的经营管理实践,在消化、吸收这些经营模式的基础上,形成自己的经营模式。本书适合企业老板、中高层管理者,以及想提升个人能力的基层职员阅读。

一部世界500强企业经营“模式”的图书。

能不能直接借用世界500强企业经营之道呢?

能,那就是模式化的经营。

在世界500强企业成长过程中,无数经理人已以为我们探索、总结行之有效的经营模式。

这些模式如同一个个“模式”,其他企业可以直接借用甚至套用,并迅速把握世界500强企业的“商道”。

本书精选了最成功、最流行的24种经营模式,其中管理模式16种,营销模式8种。

适合企业老板、中高层管理者,以及想提升个人能力的基层职员阅读。

读者可以结合自己的经营管理实践,在消化、吸收这些经营模式的基础上,形成自己的经营模式。

<<世界500强企业经营模式精选>>

编辑推荐

能不能直接借用世界500强企业经营之道呢?能,那就是模式化的经营。这些模式如同一个个“模式”,其他企业可以直接借用甚至套用,并迅速把握世界500强企业的“商道”。

本书精选了最成功、最流行的24种经营模式,其中管理模式16种,营销模式8种。读者可以结合自己的经营管理实践,在消化、吸收这些经营模式的基础上,形成自己的经营模式。本书适合企业老板、中高层管理者,以及想提升个人能力的基层职员阅读。

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>