第一图书网, tushu007.com

<<聚合管理>>

图书基本信息

书名：<<聚合管理>>

13位ISBN编号：9787111275237

10位ISBN编号：7111275233

出版时间：2009-7

出版时间：机械工业出版社

作者：许正文

页数：240

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

内容概要

本书是国内第一本系统介绍网络经济时代和服务经济时代“聚合管理”的著作，作者是在对北京市300多家汽车服务企业跟踪调查基础上，结合自身在尼桑汽车欧洲总部战略研究的成果，以及在众义达汽车商贸集团担任多年常务副总裁的一线高端实战经验，通过大量实用的案例、图表和模型，从网络经济与服务经济两种经济聚合的角度和国内外领军企业发展的趋势对比出发，系统讲述了汽车服务企业通过聚合创新，创造持续竞争优势的成功理念、路径、方法与实战模型。

本书层次清晰，语言深入浅出，吸收了国际经济学和管理学界的最新研究成果，具有时代的前瞻性；同时，蕴涵了作者多年来学术研究和高端实战的经验结晶，具有企业理论和方法上的突破和创新！而结合理论层面的大量国内外行业领军企业的案例剖析，则进一步赋予了本书极强的针对性、实战性和可操作性！

本书不仅系统讲述了网络经济的三大内在效应和服务经济的五大特性，更进一步提出了网络时代服务创新的三大要素、三个阶段和四种方法、四大优势，企业战略分析的四种工具、企业策略实施的三条路径、企业绩效评估的四大目标，以及企业网络化的五大衡量标准22个实施内容，服务创新的四大衡量标准20个实施内容，企业竞争力的四大衡量标准16个实施内容。

从而为企业中高层管理人员应对全球化和新经济挑战，充分发挥网络经济和服务经济优势，实施聚合管理和服务创新，创造企业核心竞争力，打开了成功之门！

本书是汽车服务企业管理人员的重要指导图书，也是大专院校相关专业师生的重要参考资料。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

许正文　博士　1973年生于安徽池州，获得英国诺森比亚大学纽卡斯尔商学院MBA，澳门科技大学工商管理博士。
历任安易软件、赛迪信息技术评测、北京众义达集团市场总监、副总裁和常务副总裁。
2003～2004年在尼桑汽车欧洲总部从事战略研究，2005年创办北京神州聚合科技有限公司

书籍目录

前言本书的基本框架引言第一章　网络化时代与服务经济时代的交融 第一节　正在逼近的网络化　一、“精英们”眼中的网络化　二、网络改变世界　三、中国企业的网络化 第二节　服务企业的创新革命　一、工业创新的浪潮　二、技术创新推动服务创新　三、服务创新的理论基础 第三节　网络化与服务创新的世纪之交　一、网络化与传统企业变革　二、网络化与企业技术创新　三、网络化与企业组织创新　四、网络化与企业管理创新　五、网络化与企业经营创新第二章　网络经济的游戏规则 第一节　网络化核心教义　一、外溢效应　二、融合效应　三、聚集效应　第二节　网络化聚合：规模经济与范围经济　一、网络经济下的规模经济与范围经济　二、网络的规模经济性　三、网络的范围经济性　四、规模经济与范围经济的区别和联系　第三节　企业网络化与范围经济　一、网络化经营与范围经济　二、企业网络化改变竞争基础：成本经济和替代效应　三、网络联盟创造能力多元化：协作经济和协同效应　四、网络聚合创造企业柔性　第四节　网络化聚合：速度经济与差异经济　一、网络的速度经济性　二、传统的差异化理论　三、网络与差异经济　四、网络经济与网络联盟　五、网络联盟与差异经济　六、网络经济效应的融合与演化　第五节　个案研究　一、范围经济个案：江苏交通广播网的服务链延伸　二、差异经济个案：美国杰菲润滑油换油服务公司的特许经营第三章　服务经济的游戏规则　第一节　变迁中的服务产业与服务经济　一、服务产业　二、服务经济　三、汽车服务业　第二节　360度透视服务　一、透过概念看服务　二、透过产品看服务　三、透过价值看服务　第三节　服务业的分类　一、宏观分类　二、微观分类　三、新服务业类别及解读　四、汽车服务业分类　第四节　服务创新　一、服务企业网络化创新的网络驱动力理论　二、服务企业网络化创新的创新驱动力理论　三、服务企业网络化创新的生成与演化机制　四、服务创新整合模型　第五节　个案研究　一、工业服务化个案：尼桑汽车的模块化　二、新兴服务业个案：Autobytle的汽车电子商务第四章　汽车服务企业网络化与服务创新 第一节　汽车服务企业网络化与大规模客户化　一、网络经济与服务经济的互动　二、网络化服务创新：大规模客户化　三、网络竞争战略与大规模客户化 第二节　网络化创新与汽车服务企业竞争力　一、网络化创新与汽车服务企业技术竞争力　二、网络化创新与汽车服务企业组织竞争力　三、网络化创新与汽车服务企业管理竞争力　四、网络化创新与汽车服务企业经营竞争力 第三节　个案研究　一、网络技术创新个案：移动商务带动汽车销售服务信息化　二、网络经营创新个案：美翰公司网络化全球二手车拍卖第五章　汽车服务企业网络化创新的机制与模式　第一节　汽车服务企业网络化创新的驱动力与竞争力　一、驱动力　二、竞争力 第二节　汽车服务企业网络化创新机制与模式　一、汽车服务企业网络化创新模式形成原理　二、汽车服务企业网络化生成模式　三、汽车服务企业网络化创新模式　四、汽车服务企业网络化竞争力生成模式　五、汽车服务企业网络化创新的理论模型’ 第三节　个案研究：一、中国最大的汽车营销服务企业——北京市汽车维修公司　二、全球最大的汽车快修连锁企业——Kwik-fit第六章　汽车服务企业网络化创新的管理体系 第一节　汽车服务企业创新的系统特征　一、服务业创新概述　二、技术创新与服务创新的关系　三、服务产业创新模型：逆向产品周期模型　四、典型服务部门的创新　第二节　汽车服务企业管理　一、汽车服务企业外部环境分析　二、汽车服务企业服务管理理论　三、汽车服务企业管理要素　第三节　汽车服务企业创新管理　一、服务创新管理的特点与要素　二、服务创新的管理框架　第四节　汽车服务企业网络化管理　一、网络化企业发展的战略模型　二、网络化企业发展战略模型的应用　第五节　服务企业网络化发展模式创新体系　一、服务企业发展模式创新的必要性　二、服务企业发展模式创新的特征研究　三、服务企业发展模式创新的方法研究　四、服务企业发展模式创新的网络研究　五、服务企业发展模式创新的基本理论框架　第六节　个案研究　一、中国汽车服务行业的网络化发展现状与模式创新　二、国外汽车行业网络化服务发展模式创新——BTO第七章　汽车服务企业网络化创新的趋势及战略选择　第一节　汽车服务企业网络化创新趋势　一、影响服务和服务创新的全球趋势　二、服务创新活动的发展趋势　第二节　服务企业网络化创新战略　一、创新服务企业的特征　二、服务企业的创新战略框架与基本模式　三、标准化、顾客化、模块化和产业化战略　四、差异化战略　五、创新风险管理战略”　六、新服务开发战略　七、服务创新的战略目标与战略评估　八、服务创新的战略支撑体系——服务创新能力　第三节　个案研究　一、中国十大汽车营销服务企业之一——众

第一图书网, tushu007.com

义达集团的网络化服务创新战略　二、美国最大的汽车营销服务企业——AutoNational的网络化服务创新战略附录　北京地区汽车服务企业调查问卷设计后记参考文献

编辑推荐

日本企业赶超美国企业的秘诀，丰田汽车和大英航空成为行业领导者的策略。
本书立足之本： 300家北京汽车服务企业调查+12家中外著名汽车服务企业的经典案例+尼桑汽车欧洲战略的亲身经历=独家揭开网络化服务创新的成功秘诀 本书的精彩内容 服务经济与网络经济的交融 三段路径：策略路径、系统路径和员工路径 四大策略：服务价值链策略、服务质量策略、服务标准化策略、服务定制化策略

第一图书网, tushu007.com

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