第一图书网, tushu007.com

<<拓展企业生存空间>>

图书基本信息

书名：<<拓展企业生存空间>>

13位ISBN编号：9787302165101

10位ISBN编号：7302165106

出版时间：2007-12

出版时间：第1版 (2007年12月1日)

作者：田志龙

页数：371

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

《企业政治策略与行为的理论研究：拓展企业生存空间》在企业战略管理研究领域，对企业与其“政治与法律”环境的互动关系进行了研究，探讨了研究问题、理论基础、西方的研究成果，并介绍了对中国企业政治策略与行为的研究成果以及将这类企业非市场策略与市场策略整合的思路。
《企业政治策略与行为的理论研究：拓展企业生存空间》为如下问题提供了答案：为什么在处于社会转型过程中的中国，找市长，与找市场，同样重要企业积极与政府打交道的基本道理是什么？
企业影响政府决策谋求有利政治环境的策略与行为是什么？
企业怎样才能构建有利的生存环境？
《企业政治策略与行为的理论研究：拓展企业生存空间》适合企业管理领域的学者和研究生阅读，也可供企业高层、从事政府公关实务的公关人员阅读参考。

作者简介

田志龙，1961年出生于湖北汉川市。
华中科技大学管理学博士，MBA毕业于University of Toronto（多伦多大学）。
现为华中科技大学管理学院院长助理、工商管理系主任，营销与战略管理方向教授、博士生导师。
研究方向为市场研究与营销战略、经营环境与公司战略、公司非市场行为与战略。
兼任2006·2010届教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会委员、武汉健民药业集团公司独立董事、湖北省市场营销学会副会长等。
出版教材与专著8部；在Long Range Planning；Business &Society；AsiaPacific Journal of Management；Asia Pacific Journal of Marketing and Logtistics；Singapore Management review：《管理世界》、《南开管理评论》、《中国软科学》、《中国工业经济》、《管理学报》、《北大管理评论》、《市场营销导刊》、《新华文摘》、《销售与市场》等期刊上发表60多篇学术论文。
在消费行为、公司非市场行为、管理模式等方向主持完成了9项国家自然科学基金课题。
学术成果四次获教育部或湖北省政府优秀成果奖，指导的三篇博士论文获得学校优秀博士论文奖，并三次获得学校优秀研究生指导教师称号。

书籍目录

第一篇　研究背景第1章　问题的提出第一节　企业的一般概念与性质第二节　企业经营环境的一般描述第三节　企业非市场环境中的政府维度第四节　企业应对非市场环境的策略第五节　企业政治策略与行为研究的任务本章参考文献第二篇　西方企业政治策略与行为研究第2章　企业政治行为研究的主要问题与方法第一节　企业政治行为研究的基本概念第二节　企业政治行为研究的主要问题第三节　企业政治行为研究的方法本章参考文献第3章　企业政治行为研究的理论视角第一节　政治科学领域的利益集团理论第二节　经济学与政治经济学领域的理论第三节　社会学领域的理论第四节　管理学和组织科学领域的理论本章参考文献第4章　西方企业政治策略研究第一节　企业政治行为动机研究第二节　西方企业政治策略与行为研究第三节　企业政治行为影响因素研究第四节　企业政治行为伦理研究本章参考文献第5章　西方企业政治行为理论模型与实证研究第一节　企业政治行为理论模型研究第二节　企业政治行为实证研究本章参考文献第三篇　中国企业政治行为研究第6章　中国企业的政治环境考察第一节　中国的国情以及转型经济的特征第二节　中国企业的政治环境第三节　中国企业的法律与政策环境第四节　中国经济环境背后的经济政策影响第五节　中国企业的社会文化环境本章参考文献第7章　中国企业政治行为研究状况第8章　中国企业政治行为的一般特征第9章　企业政治资源、策略与绩效实证研究及基本分析第10章　企业政治资源、政治策略与政治本次的关联性研究第11章　政治/制度企业家行为研究第12章　企业政治策略与行为的作用机制研究第13章　企业人大代表参政的研究第14章　企业经营活动的政治关联性研究第15章　企业政治行为的规范性研究第四篇　企业政治策略制定与实施第16章　企业政治策略的制定与实施第17章　企业非市场策略与市场策略的整合实施附录　第9章的调查问卷后记

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