

<<管理策划与沟通>>

图书基本信息

书名：<<管理策划与沟通>>

13位ISBN编号：9787502141318

10位ISBN编号：7502141316

出版时间：2003-5-1

出版时间：石油工业出版社

作者：李廉水,施卫东

页数：352

字数：320

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

工商管理硕士（MBA）的培养在中国已有十余年了。

从1991年国内几所大学首批MBA招生不足百人，到现在全国有60多所高等院校拥有MBA专业，这反映了中国高等育管理专业顺应市场经济对人才的实际需要，适应经济全球化的发展历程，也折射出中国经济、社会和教育所处的一个巨大变革和空刻转型的背景。

目前，除了大学里有正式学历教育的MBA专业外，社会上还有以技能培训为主要性的工商管理教育。在中国大地上迅速兴起的MBA教育热潮，总的来看，是因为计划经济体制向市经济体制急速转变引起实用经营型人才需求的激增所产生的，也是中国不断对外开放、经济活动采用更多国际规例、管理教育逐渐国际化的一个缩影。

尽管如此，中国现有的MBA规模还远远不能够满足中国经济发展的需要。

<<管理策划与沟通>>

书籍目录

绪言 管理策划与管理沟通第一篇 管理策划：从策划到沟通第1章 战略策划第2章 形象策划第3章 职能策划第二篇 内部沟通：从刚性到柔性第4章 刚性沟通第5章 内部沟通：柔性沟通第6章 会议沟通第7章 人沟通第8章 学习沟通第三篇 外部沟通：从人际交往到知识共享第9章 外部沟通：战略与模式第10章 外部沟通：渠道与方式第11章 危机沟通第12章 营销沟通参考文献

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>