第一图书网, tushu007.com

<<电力企业经营管理能力培训教材>>

图书基本信息

书名：<<电力企业经营管理能力培训教材>>

13位ISBN编号：9787508396866

10位ISBN编号：7508396863

出版时间：2010-1

出版时间：中国电力出版社

作者：周安春　主编，黑龙江省电力有限公司　组编

页数：325

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

第一图书网, tushu007.com

前言

随着我国电力体制改革步伐的日益加快，电力市场形势也发生了巨大变化，对企业经营管理提出了许多新的挑战。
如何应对挑战，开拓电力市场，搞好经营管理，强化管理效益，对建设“一强三优”国家电网公司、走可持续发展道路具有深远意义。

企业经营管理是一种“人人有理论，个个有观点”的学科，好像每个成功的企业都有一套能够成功的理论，但理论背后的观念是否经得起推敲、是否符合实际需要、是否易于借鉴和参考却不得而知。
本书根据电力企业经营管理的实际，把重点放在电力企业经营管理的实际能力上，力求搭建一个电力企业经营管理的有效平台，推动电力企业经营管理不断上水平、上台阶。

本书具有两个显著特点：一是大部分案例是由编写者深入到基层电力企业进行调研和搜集资料而编写的；二是提供了大量的电力企业经营管理的实践练习和最新技术。
本书既可作为电力企业经营管理人员的学习教材，也可作为电力高等院校管理专业的教学参考书。

本书编写者都是多年从事供电企业员工培训工作的培训师，有着丰富的一线培训工作经验。
长期以来，他们深入供电企业调研，结合供电企业员工的实际需求，编写了一系列供电企业员工能力培训的模块教材，应用于培训实践，收到了很好的效果。

在2007年和2008年，由黑龙江省电力有限公司组织编写的《电力企业员工通用能力培训教材》和《电力企业员工管理能力培训教材》出版发行后，在电力行业引起了很大反响，广受同行赞誉，这使编写培训教材的组织者和作者备受鼓舞，为出版系列培训教材增加了动力。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是针对电力企业实际，切合电力企业员工培训需要编写的经营管理能力培训教材。
主要包括企业战略管理、电力市场营销管理、绩效管理和供应链管理四部分。
本书图文并茂．风格别致、浅显耐读，既没有艰涩的理论，也没有冗长的说教，着眼于电力企业经营能力的提高，并结合案例详细讲解、深入分析。
　本书既可作为电力企业经营能力的培训教材，也可供大专院校相关专业师生阅读，是提高员工素质、强化企业精益化管理的良好读物。

第一图书网, tushu007.com

<<电力企业经营管理能力培训教材>>

书籍目录

序前言第一章 企业战略管理 第一节 企业战略管理概念 第二节 企业战略环境分析 第三节 企业的几种竞争战略 第四节 企业核心能力管理 第五节 企业品牌战略 第六节 企业人力资源战略管理 第七节 战略实施及控制第二章 电力市场营销管理 第一节 感悟营销 第二节 把握市场——营销机会分析 第三节 目标市场营销战略 第四节 市场营销组合策略 第五节 电力市场营销第三章 绩效管理 第一节 绩效 第二节 绩效管理计划 第三节 绩效考评 第四节 激励管理 第五节 绩效改进第四章 供应链管理 第一节 基础入门 第二节 业务流程 第三节 技术系统 第四节 绩效评价 第五节 发展趋势参考文献

章节摘录

（9）战略要能使组织“不平衡”，能使员工产生危机感和紧迫感。
（10）企业战略是一种文化，一种“上下同欲”的文化，再好的战略，没有企业文化这条根，也很难成功。
（四）企业战略管理　　使用战略作为手段对企业活动进行管理，称之企业战略管理。
它的主要作用是启发管理者注意到今后可能发生的变化，丰富并在一定程度上检验自己的战略思路。
企业战略管理是企业制订和实施战略的一系列管理决策和行动.其核心问题是使企业自身条件和环境相适应.求得企业生存与发展。
企业的外部环境不是一成不变的，永远处于动式的状态之中。
战略管理就是将内部资源条件与外部环境的变化结合起来考虑，有效地建立自己的管理模式。
实施战略管理，企业也可以根据现有的资源能力，适当地调整其经营领域的范围。
选择经营方向，强化在市场上的竞争能力，提高获利能力和经济效益，形成企业自身特有的竞争优势。
另外，企业的组织结构是企业战略实施的必要手段，应根据战略的需要加以调整、完善。
战略管理的各种学说中都含有一些基本概念，认真地理解这些概念的含义是进一步学习和讨论的基础。
注意收集一些企业的翔实资料，并运用经济学、管理学的理论观点对这些资料进行系统分析。
战略管理具有以下特点：　　（1）战略管理是管理科学领域中出现较晚的学科，其思想渊源却很悠久。
（2）战略管理是成功导向十分鲜明的学科，以探求成功的原因作为学习和研究的目标。
（3）战略管理主要的研究对象是企业，其理论也适用于非营利组织和个人。
（4）战略管理是高级管理人员应该掌握的理论，但中层往往是应用者。
（5）探索性：企业对成功的执著追求，促就了新学说不断涌现。
（6）实践性：实践是理论的来源，也是理论的应用对象。
（7）启发性：战略管理理论不能，也不可能为企业提供唯一正确的抉择。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

企业战略备管理 供电市场营销实务 绩效管理 供应链管理

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