

图书基本信息

书名：<<毛泽东谋略市场应用（套装全3册）>>

13位ISBN编号：9787537833028

10位ISBN编号：7537833028

出版时间：2009-12

出版时间：段卫东、郁旭光 山西出版集团，北岳文艺出版社（2009-12出版）

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

《毛泽东谋略市场应用(套装全3册)》分为《毛泽东谋略市场应用(管理之道)》、《毛泽东谋略市场应用(战略决胜)》、《毛泽东谋略市场应用(营销制胜)》共3册。

《毛泽东谋略市场应用(管理之道)》内容简介：随着全球经济一体化格局的迅速形成，现代商战日益加剧，中国本土企业发展壮大，跻身国际舞台已经成为所有企业家的梦想。这就需要我们的企业家有超人的智慧、坚定的信念和大无畏的勇气。事实上，伟大领袖毛泽东毕生的革命实践所形成的谋略思想就是中国式管理的经典，为我国企业决战全球市场提供了强大的精神动力和实战武器。

我们希望所有的企业家、管理者、创业者在通过本书重温红色经典的同时，领会伟人的思想内核，在毛泽东思想的光辉照耀下，应用他的智慧在市场经济大潮中乘风破浪，勇往直前。

作者简介

段卫东，山西大学军事教研室教师。

主讲毛泽东军事思想，军队转业干部长久以来，致力于弘扬毛泽东智慧与谋略，并系统应用解读市场经济与企业管理衷心期望理性还原中国人民心中的“神”伟大领袖毛泽东。

郁旭光，笔名，毛丹：博客名，自由牛长乐为人真诚，喜欢文学，崇尚自由，敬仰毛泽东，具有强烈的农民情结坚持在激情与梦想的追寻中创造奇迹。

书籍目录

《毛泽东谋略市场应用(管理之道)》目录：问苍茫大地谁主沉浮第一章 党指挥枪与执行力蓝图好描，实现却难。
每一个人都曾有过美好的理想，达到的却寥寥无几：每一个企业开业之初规划得都是尽善尽美，后来许多却资不抵债无奈停业，这是为什么呢？
大多数是执行力出了问题。
毛泽东领导中国革命成功的关键是牢记了“党指挥枪”这一根本原则，它使中国共产党具有了强大的执行力，战无不胜，攻无不克。
第一节 人民军队的根本管理原则 / 311 第二节 张国焘与党争兵权穷途末路 / 313 第三节 市场解读 / 375
一、富士康：准“军事化”企业二、TCL：都是高科技三、联想：“水土不服”惹的祸四、AES：合理的授权链接参考.....第二章 三大纪律八项注意与规章制度管理第三章 军队要严格训练、严格要求才能打仗与一般培训理论第四章 备战、备荒、为人民与危机管理第五章 力争主动、力避被动与全面预算管理第六章 精兵简政与扁平化组织管理第七章 支部建在连上与组织设计管理第八章 核潜艇、一万年也要搞出来与目标管理第九章 打得赢就打、打不赢就走与变革管理第十章 着眼其特点，着眼其发展与企业流程再造第十一章 战争的伟力之最深厚的根源存在于民众之中与柔性管理第十二章 谁敢横刀立马与能本管理第十三章 战争中学习战争与知识管理第十四章 榜样的力量是无穷的与标杆管理第十五章 我们一定要建立一支强大的海军与团队建设管理第十六章 审时度势与现场管理《毛泽东谋略市场应用(战略决胜)》目录：谁持彩练当空舞门第一章 枪杆子出政权与核心竞争力战略当提出创建百年企业的时候，你做好准备了吗？
希望自己的企业基业长青的时候，你找到方法了吗？
毛泽东“枪杆子出政权”指导中国革命取得了成功夺取了政权。
事实上“枪杆子”成为中国共产党的“核心竞争力”。
百年老店为什么长盛不衰？
国际巨头何以基业长青？
他们拥有“偷不去、买不来、拆不开、带不走、溜不掉”的核心竞争力。
第一节 枪杆子是共产党取得政权的根本 / 9 第二节 八一南昌起义共产党获得了战胜一切反动势力的核心竞争力 / 11 第三节 市场解读门 / 13
一、柳传志：管理秘诀二、郭台铭：技术绝招三、张近东：服务利器四、朱新礼：专注法宝链接参考.....第二章 下定决心、不怕牺牲、排除万难、去争取胜利与经营理念第三章 人是战争的決定因素与人本管理战略第四章 “有什么枪打什么仗、对什么敌人打什么仗”、在什么时间地点打什么时间地点的仗与管理信息系统第五章 一切反动派都是纸老虎与态势分析法第六章 照顾全局、把握关节与价值链战略第七章 执行有利决战，避免不利决战与项目战略第八章 集中优势兵力、各个歼灭人与集中战略第九章 保存自己、消灭敌人与兼并、反兼并战略第十章 敌变我变与情境领导战略第十一章 共产党就最讲认真与全面质量管理战略第十二章 一不怕苦 二不怕死与双因素战略第十三章 好好学习、天天向上与创建学习型企业文化第十四章 三大民主与企业沟通文化第十五章 “不信邪”与创新企业文化战略第十六章 任凭风吹浪打、胜似闲庭信步与快乐企业文化《毛泽东谋略市场应用(营销制胜)》目录：全心全意为人民服务第一章 全心全意为人民服务与顾客满意企业经营的目标只有一个，就是为消费者服务，如果搞不清为谁服务这一宗旨，注定要失败。
只有消费者满意了，顾客满意了，企业才能发展。
战争年代，人民军队“全心全意为人民服务”赢得了民心，打下了江山。
市场竞争中，企业必须靠“全心全意为人民服务”赢得顾客，从而创造利润。
第一节 张思德用行动践行了为人民服务的宗旨 / 673 第二节 人民满意了、淮海战役胜利了 / 676 第三节 市场解读 / 678
一、张瑞敏：错永远是海尔的二、史玉柱：消费者我的唯一三、五金部：做了个三分钱的“大”生意四、伊里奇：“餐费”你说了算五、华尔道夫：跑遍大半个纽约的一瓶面霜链接参考...
...第二章 谁是我们的朋友与市场定位营销第三章 没有调查就没有发言权与定制营销第四章 政治动员与直复营销第五章 星星之火可以燎原与连锁营销第六章 你打你的、我打我的与差异化市场营销第七章 积极防御与产品生命周期营销第八章 初战三原则与垂直营销第九章 在什么山头唱什么歌与绿色营

销第十章 红军不但是战斗队也是宣传队工作队与关系营销第十一章 零敲牛皮糖与逆向营销第十二章 蘑菇战术与组合营销第十三章 弱的打与大市场营销第十四章 诱敌深入后发制人与整合营销第十五章 伤其十指不如断其一指与集中性市场营销第十六章 从群众中来到群众中去与客户关系管理营销后记

章节摘录

1946年7月20日，当国民党军队以优势兵力向解放军发动全面进攻时，毛泽东当即指出：蒋介石虽有美国援助，但是人心不顺，士气不高，经济困难。

我们虽无外国援助，但是人心归向，士气高涨，经济亦有办法。

因此，我们是能够战胜蒋介石的。

毛泽东的这段话，透过了战争初期的滚滚烟雾，深刻揭示了解放战争的实质特点，即：政治上敌人心不顺，我人心所向。

军事力量上敌暂居优势，我处劣势；但敌军士气不高，我军士气高涨。

经济上敌强我弱，但敌有困难，我有办法。

国际形势不利于敌，而有利于我。

这四个特点，规定了敌我双方政治上的策略和军事上的战略战术。

正是在把握这些特点的基础上，毛泽东指导我军先进行战略防御，然后是战略相持，随着战争的发展，再将防御转入进攻，最终打败了国民党的数百万军队，夺取了中国革命的彻底胜利。

毛泽东这种着眼于战争的特点，是指因战争情况的不同，而决定着不同的战争指导规律，有时间、地域和性质的差别。

所谓着眼于战争的发展，就是要从战争发展变化的过程中，认识和把握战争规律。

在动态的时空背景中，发现敌我发展趋势和优劣对比的可能变化，把握“特殊规律”作用时间的临界点，从失败中看到转机，从胜利中看到危险，从而发挥高度的主观能动性，趋利避害，克敌制胜。

毛泽东着眼于战争发展，对战争各阶段和全过程的正确把握，是坚持辩证唯物主义反映论的必然结果。

它告诉我们：在半殖民地半封建的东方大国进行世界战争史上罕见的解放战争，在情况极其特殊、极其复杂的战争领域，仅靠背诵马克思列宁主义的一般原理原则是不行的，只有从全局着眼，运用辩证唯物主义和历史唯物主义的认识论和方法论观察和分析战争，见微知著，正确预见，才能恰到好处地把握战争发展的连贯性，夺取战争胜利。

媒体关注与评论

毛泽东能提出农村包围城市这样创造性的军事理论，我们也可以拿来一用。

eBay不是控制了大城市吗？

我们就到农村去，到“敌人”防守最薄弱的地方去壮大自己。

——马云搞市场营销就要像毛泽东当年指挥打仗一样，诸兵种协同作战，市场营销的关键是空军与陆军的配合。

——史玉柱向毛泽东学习，借助“红太阳”的智慧和力量，克服困难、梳理过去、规划未来！开展初期，采取“集中优势，致其专长”就是运用了毛泽东“集中优势兵力，各个歼灭敌人”的军事思想。

——陈天桥从毛泽东所领导的中国革命成功经验中得出这样一个结论：在中国这样一个长期经历封建文化熏陶的国家，不论闹革命还是干事业，都需要有一个强势的领导者，这个领导者必须是专制的、大权独揽的，才能镇得住局面。

——宗庆后毛泽东靠“从群众中来、到群众中去”赢得政权：今天，蒙牛正靠着“从消费者中来、到消费者中去”积极与消费者进行沟通的策略赢得市场。

——牛根生在我看来，在现在中国的社会氛围下尤其要学习毛泽东精神，毛主席从来不被困难所吓倒，而是克服了一个又一个的困难：也不被任何敌人所吓倒，而是吓倒了一个又一个的敌人。

这一点不仅被他的同志所承认，也被他的敌人所承认。

——胡伟武把毛泽东思想注入企业文化之中，不仅是让员工军训、早操、唱红歌等活动，更重要的是用毛泽东思想武装员工的头脑，提高企业的凝聚力、战斗力和执行力。

——韩长安

编辑推荐

《毛泽东谋略市场应用(套装全3册)》：他是杰出的战略大师，以超人的智慧和谋略缔造了举世瞩目的新中国，他是杰出的管理大师，从无到有组织建立了一支战无不胜的人民军队，他是杰出的宣传大师，以为人民服务为核心理念组织全党，发动群众打胜了一场人民战争，读经典语录，看战争奇观、品商海精萃、悟经营之道。

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>