

<<69条建言与忠告>>

图书基本信息

书名：<<69条建言与忠告>>

13位ISBN编号：9787801697172

10位ISBN编号：7801697170

出版时间：2005-4

出版时间：中国时代经济

作者：路耀华

页数：155

字数：143000

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>

<<69条建言与忠告>>

内容概要

本书作者以独特的视角审视国有企业的改革与发展，将自己的实践与近年来的观察、思考、体味与感悟总结和提炼出来，涵盖了企业选人用人、企业发展战略、经营理念、企业决策等诸多方面的内容，难能可贵，具有较好的参考性和警示性，相信广大读者看后能有所收获、有所启发。

需要说明的是，企业领导人中，既有董事长，又有党委书记和总经理；既有国有企业的领导人，又有民营和合资企业的领导人。

由于岗位、职责与企业性质的不同，他们思考和关注的重点不会相。

《69条建言与忠告》涉及面较广，每一位企业领导人都应该取其所用、弃其不适，努力把自己的角色扮演好。

<<69条建言与忠告>>

作者简介

路耀华 男，1947年1月生，籍贯山西省清徐县，研究生，教授级高级工程师。
中国矿业大学研究生毕业，是政府特殊津贴获得者，曾先后任山西霍州矿务局圣伸矿、辛置矿矿长，山西煤炭基建局副局长、局长，原中国统配煤矿总公司基建局副局长，中煤建设开发总公司总经理、总工程师，

<<69条建言与忠告>>

书籍目录

发展篇 1、切不可为大而大，盲目求大 2、要有自己的智慧队伍 3、战略定位一定要尽可能准确 4、你成本扩张一定要做细做实前期工作 5、战略的失败是最大的失败 6、努力提高企业的知名度 7、企业切忌急功近利 8、你的思路决定着企业的出路 9、培育“大集体”的理念 10、下大力提高科技创新能力 11、选择好战略合作伙伴 12、坚持反“蛋糕”做大 13、注意国际竞争的层次性 14、跨出国门需“六思” 管理篇 15、不要频繁的撤换下属 16、要眼睛盯着市场，手中抓好现场 17、大集团也要小核算 18、重大决策之前一定要做风险评估 19、不要因沟通与获取不力打败仗 20、都是大梁建不成大厦 21、注意班子的性格结构 22、凡事都应留痕迹 23、做到敢断不武断 24、要大度不要失度 25、要放手但不能撒手 26、注意搞好“问题管理” 27、安全永远是你的“第一位” 28、要善于思考 29、要统揽全局，不要包揽一切 30、不要事事都由你出面 31、企业要重视社会道德责任 32、企业一定要有游戏规则 33、不能只对一个方案决策 34、企业不可不做结构分析 35、认清两种依存关系 36、不可随意对外担保 37、“管理”容不得“宽容” 38、每月去当一天工人 39、注意保护商业秘密 40、把风险管理列入重要议事日程 41、一定要突出主业 42、要读懂三张表 43、好事要办好 44、关注企业的重大事情 45、要有人替您放哨把关 46、管好“进口”与“出口”两个关口 47、防治管理链条过长过乱 48、办事一定要走程序 49、构筑强有力的执行系统 人才篇 50、要善用人才 51、防止核心员工出走 52、要近贤臣远小人 53、精心打造自己的领导团队.....

<<69条建言与忠告>>

章节摘录

战略定位一定要尽可能准确 只有知己知彼，谋前想后，懂上晓下，靠人依物，战略定位才会比较准确适度。

企业的战略管理是一个有序而完整的过程。

它包括战略规划、战略设计、战略修订等等，但首当其冲的是战略定位。

战略定位失误、失准将给企业带来巨大的伤害，甚至危及企业的生存。

企业的战略定位主要是市场定位，包括主业定位与产品定位。

没有明确无误的市场定位，在激烈的市场竞争中找不到自己的位置，失败将不可避免。

市场定位离不开主业定位和产品定位，两者密不可分。

如果主业模糊，也就不会有自己适销对路、有竞争力的拳头产品。

企业的生存和发展只能是画饼充饥。

企业的战略定位又有空间定位与时间定位之分。

空间定位是指企业要在市场经济这个大的三维空间中处于什么位置。

这种定位需要考虑国民经济全局、行业竞争态势、改革发展稳定、思想理念文化等等。

时间定位是指企业在不同阶段要实现的数量目标及在同业竞争中要争取的线性位序。

空间定位与时间定位是任何一个企业战略定位中不可或缺的两个组成部分。

前者勾画的是企业的状态；后者描述的是企业的目标。

一些企业往往重视时间定位，而忽视空间定位，最终易使时间定位失准或落空。

因此，企业的战略定位一定要实现空间定位与时间定位的有机结合、完整配套。

企业要想实现战略定位的准确，需要摸清并掌握四个方面的情况。

一是市场需求的走向。

要做好市场调查、市场分析、市场预测，包括国际、国内两个市场。

既要掌握当前适销对路的产品是什么，又要分析未来适销对路的产品是什么。

二是政策环境的分析与预测，要尽可能了解宏观经济的全局，并利用当前的经济形势，预测未来的政策走向。

三是同业的竞争态势。

尽可能知道别的同行在想什么、做什么、争取什么，知道他们有什么、无什么、谋划什么。

四是本企业的家底是什么。

包括资本是什么，资源有什么，发展靠什么，优势、劣势是什么等等。

只有知己知彼，谋前想后，懂上晓下，靠人依物，战略定位才会比较准确适度。

<<69条建言与忠告>>

编辑推荐

企业领导人在引领企业这艘航船驶向胜利彼岸的航程中，应该陶冶什么，琢磨什么，提高什么，注意什么，关注什么，防避什么，不同的人会有不同的认识与解读。本书将带领你进入自觉、自律、创新和学习的全新领导及工作的环境思想和道路。

<<69条建言与忠告>>

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>