

<<对称管理>>

图书基本信息

书名：<<对称管理>>

13位ISBN编号：9787802211377

10位ISBN编号：7802211379

出版时间：2007-1

出版时间：中国时代经济出版社

作者：陈世清

页数：265

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>

<<对称管理>>

内容概要

对称经济学的核心，是以经济主体为主导同经济客体的对称，也正是由于这个对称，使经济学的主体性和科学性得以统一。

对称管理是科学管理的真谛，有没有做到对称管理，是企业成败的根本原因之一。

既不是战略决定成败，也不是细节决定成败，而是对称决定成败。

对称经济是有序经济、双赢经济，合理的结构才出效益。

对称经济学是与和谐社会相对称的经济学，是与科学发展观、创新战略相吻合的管理学；对称管理的观点与方法有原创性、前沿性与时代的必然性，是以经济主体为主导同经济客体的对称；由于这个对称，使经济学的主体性和科学性得以统一。

<<对称管理>>

书籍目录

对称问题是素质问题——主体的对称结构1 对称问题是智慧问题2 对称问题是志向问题3 对称问题是性格问题4 对称问题是做人的问题贯穿商场的根本脉络——义利统一的对称结构1 诚信的位子2 面子隐含效益3 信誉的名与实4 信誉与事业同行企业的一半是文化——文化管理与管理文化的对称1 文化是一种美2 商场的一半是文化3 文化的立体结构4 以不变应万变5 硬性与软性对称6 战略与细节对称英雄与时势互动——战略决策中的对称方法1 谁坐第一把交椅2 布局决定成败3 战略与策略对接4 环环相扣5 鸡犬之声相闻质量与满意同行——名牌中的对称结构1 质量与质量的对称2 服务不只在终端3 名牌效应与竞争力4 名牌的含金量5 品牌的品牌人力资源配置的软硬件——人尽其才中的对称原理1 用脑和用人2 用人从机制开始3 市场造就人才创新与竞争的对话——技术与市场的对称1 创新力就是竞争力..... 聚变与裂变——资产的“加法”与“乘法”团队高于制度——以人为中心的对称管理与市场同行——经营其实很简单谁是上帝——营销中买与卖的对称

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>