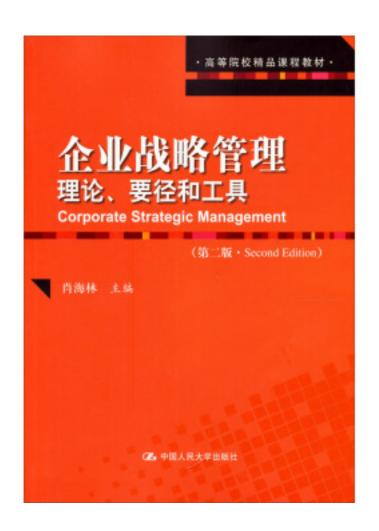
高等院校精品课程教材·企业战略管理:理论、要 径和工具(第2版)



高等院校精品课程教材・企业战略管理:理论、要径和工具(第2版) 下载链接1

著者:肖海林著

高等院校精品课程教材・企业战略管理:理论、要径和工具(第2版)_下载链接1_

标签

评论

非常不错的一次购物体验

 很好,应该是正版
 质量不错,送货上门,性价比高,正版书籍。
 商品好质量好我要京豆
指定教材,好好学习吧
 肖海林老师非让买的,不然没法考试
 不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错
 为什么非的要十个字的评价呢?

老师推荐的教材,不得不买
老师推荐的,应该不错
 不错,送货快~! ~! ! ~!
女子啊女子啊女子啊
书是正版的,而且内容也算详实,值得购买。
总体感觉还不错 可以和注会的战略配合着看
出版社、作者、内容基本准确无误。
快递员非常给力! 辛苦了!
作为教材,给80分吧。
购买方便快捷----

人们的选择越来越多,但是进行选择的时间却是越来越少,因此品牌成为最有价值的资 产、强势品牌可以简化顾客决策、减少风险和形成期望。 创建可以履行承诺的强势品牌,以及长期保持和强化品牌能力就成为管理中必须面对的 事情。 本书的主要内容: 1.品牌战略: 品牌规划、品牌实施和品牌评估 2.为优化品牌决策提供适当的概念、理论、模型以及工具产品具有5个层次的意义 1.核心利益层:满足基本需求与欲望2.一般产品层:产品的基本外观,必要的属性 期望获得的一系列产品属性 4.延伸产品层:产品区别于竞争对手的其他属性 5.潜在产品层: 指产品最终要经过的各种延伸和转变。i 品牌是消费者对于产品属性的感知、感情的总和,包括品牌名称在内的内涵及与品牌相 关的公司联想。一个品牌化的产品可能是产品、服务、地名、人、思想、商店和组织 新可口可乐的大溃败:可口可乐并非仅仅被顾客看做软饮料或者提神解渴的饮料,而更 多的是美国的形象,并且它的大部分吸引力不仅在于其原料成分,而且在于其表现的美 国文化,怀旧情结,传统以及与顾客的关系。不能采取一种想当然的态度。 对品牌的生理反应和心理反应同样重要 肖海林主编的《企业战略管理(理论要径和工具第2版高等院校精品课程教材)》一书是 作者在多年从事战略管理研究、教学与实践基础上主持编写的一本优秀教材,自第一版 出版以来受到许多高校师生好评,被多所高校选为教材。 《企业战略管理(理论要径和工具第2版高等院校精品课程教材)》旨在使读者较深刻地 理解企业战略管理所关注的中心问题,系统掌握战略管理的概念体系、基本原理、战略 逻辑、管理要径、常用工具与方法,深入了解影响企业成败并具有决策挑战性的重大战 略及其管理问题,建立较强的战略思维、战略分析、战略决策和战略管理操作能力。 在内容上,强调荟萃经典、瞄准主流、突出重点、反映学科发展前沿、紧扣中国战略管理实际需求。在体例上,为了解决战略管理学习中"很虚"、"很远"、"一听就懂但 理实际需求。在体例上,为了解决战略管理学习中"很虚"、"很远"、"一听就懂但理解不透"、"隔靴搔痒"、"会说不会做"等问题,安排了章前导入案例、章中若干 "隔靴搔痒" 实例、章末总结案例和战略管理实务操作。作者精心选取的五十余个案例,体现了国际 化视野与本土化关注的结合。 《企业战略管理(理论要径和工具第2版高等院校精品课程教材)》是第二版。作者根据 近年来国内外战略管理理论与实践的发展,进行了有针对性的修订,对书中的案例进行 了更新,精选国内优秀企业的成功经验进行介绍和分享。 好好 不错

垃圾书,不是因为肖林海考试逼着让买绝不会买。配送也不负责任,还没送到就说订单完成了。

高等院校精品课程教材・企业战略管理:理论、要径和工具(第2版)_下载链接1_

书评

高等院校精品课程教材・企业战略管理:理论、要径和工具(第2版)_下载链接1_