

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

送货速度快，太好了

很好，应该是正版

质量不错，送货上门，性价比高，正版书籍。

很经典很好的书目，立个flag认真学习！

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不错

还不错！！！！！！！！！！

为什么非的要十个字的评价呢？

京东物流快京东的优势

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~! ~! ! ~!

好啊好啊好啊

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

3.期望产品层：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](#)

[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](#)