

研究论文

企业利用管理咨询服务的初始动机及其实现

任全娥^{1,2};

武汉大学中国科学评价研究中心¹

收稿日期 2006-2-28 修回日期 网络版发布日期 2006-9-19 接受日期

摘要 针对企业客观上存在着对管理咨询服务的强烈需求, 而企业反馈却显示咨询公司提供的解决方案在企业运营中所起作用有限的状况, 通过分析企业利用管理咨询服务的初始动机, 解读人们对企业和管理咨询公司双方关系的认识误区与管理咨询公司的客户关系行为特点, 探讨如何实现企业与咨询公司之间的默契配合与互利共赢。

关键词 [管理咨询公司](#) [企业](#) [初始动机](#) [素养](#)

分类号 [C932](#) [F27](#)

DOI:

对应的英文版文章: [2006-0522](#)

通讯作者:

任全娥 renquane@yahoo.com.cn

作者个人主页: 任全娥

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF](#) (OKB)

▶ [\[HTML全文\]](#) (OKB)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

▶ [文章反馈](#)

▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

▶ [本刊中 包含“管理咨询公司 企业初始动机 素养”的 相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

• [任全娥](#)

•

•