

<<企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787030286574

10位ISBN编号：703028657X

出版时间：2010-8

出版时间：科学出版社

作者：胡恩华 编

页数：324

字数：420000

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>

前言

自20世纪60年代以来，市面上就有很多有关战略管理学研究的学术著作、案例和教材，这其中有很多我们在教学过程中推荐给同学们阅读参考。

本教材借鉴了国外一流大学教学模式上和教学过程中的优秀做法，分析中国的基本国情，考察中国宏观经济和微观经济组织面临的文化背景和风俗习惯，研究中国学生特有的学习习惯和逻辑思维方式，以本土化为出发点，力求在知识体系、案例选择、编写体例、语言组织等方面做到以下四点。

(1) 知识体系完善，技能涵盖全面。

本教材尽量吸收国内外最先进的战略管理理论、方法，以及战略管理研究的最新实践成果，在内容上力求做到科学性、系统性和普遍性的统一，既涵盖战略管理的理论基础和战略管理实务，又包括战略管理的最新研究热点和未来发展趋势，力求向读者展示一个完整的战略管理知识体系。

(2) 案例选择力求本土化、贯穿全书。

本教材选择教学案例尽量本土化，或者从中国的战略管理视角去分析一些国外的经典案例，并在每章开头、每章中间和每章结尾分别安排引导案例、小案例和综合案例。

(3) 重点突出，倡导学以致用。

本教材通过每章的引导案例来帮助学生尽快进入主题，列举学习目标以突出每章的重点内容。每章中间还根据教学需要，穿插学科背景知识、学术争论、最新进展等，以增加可读性。每章结尾安排了本章精要、思考题、综合案例，以便更好地帮助学生理论联系实际。

(4) 语言生动。

本教材力求文笔生动、表达活泼，提高可读性。

<<企业战略管理>>

内容概要

企业战略管理就是制定战略和实施战略的一系列管理决策和行动。

本书运用理论与实践相结合的方法，汲取中外人类在社会经济活动中所积累的战略管理思想和战略管理理论的精华，系统地阐释了企业战略管理的战略分析、战略选择和战略实施的基本理论与方法。

为适应时代发展的要求和现代企业发展的需要，本书还特别阐释了企业国际化战略和企业危机管理。同时，结合中国改革开放30多年来，尤其是进入21世纪以来的中国企业管理实践，本书每章均列举了相应的中国企业管理的短小案例和综合案例。

本书既汲取了当今世界战略管理前沿的最新成果，又紧密结合中国企业实际；既体现了教材的科学性和系统性，又突出了战略管理的时代性和实用性。

本书既可作为高等学校经济管理类专业本科生、研究生、工商管理硕士(MBA)和工程硕士等的教学用书，也可作为经济管理类大专班、培训班的参考教材，同时也适合作为有志于从事企业管理人员的自学参考用书。

书籍目录

前言第1章 企业战略管理概述 1.1 企业战略概述 1.2 企业战略管理概述 1.3 企业战略管理理论的演变
1.4 企业战略与组织结构 1.5 中国企业战略管理 【本章精要】 【思考题】 【综合案例】第2章 企业
愿景、使命与目标 2.1 企业愿景 2.2 企业使命 2.3 企业战略目标 【本章精要】 【思考题1 【综合案
例】第3章 企业外部环境分析 3.1 企业与环境的关系 3.2 宏观环境分析 3.3 行业分析的框架 3.4 影响
战略的五种竞争力 3.5 行业内的战略群组 3.6 行业生命周期 3.7 外部分析方法：外部因素评价矩阵
3.8 行业分析模型的局限性 【本章精要】 【思考题】 【综合案例】第4章 企业内部环境分析 4.1 竞
争优势的内涵 4.2 竞争优势的来源：企业资源和能力 4.3 价值链和竞争优势 4.4 竞争优势的可持续性
4.5 内部分析方法：内部因素评价矩阵 4.6 把内部分析和外部分析结合起来：SWOT分析 【本章精要
】 【思考题1 【综合案例】第5章 企业总体战略第6章 企业竞争战略第7章 企业职能战略第8章
企业战略评价与选择第9章 企业战略的实施第10章 企业战略控制第11章 企业国际化战略第12章 企业
危机管理参考文献

章节摘录

1.1.3 企业战略的基本特征 虽然企业战略的定义难以统一，但对企业战略的理解在某些主要方面却已形成共识，主要有以下六个基本特征。

(1) 全局性。

企业战略不是强调某一个事业部门或某一个职能部门的重要性或目标，而是通过协调企业各组成部分，将企业内部各子系统有机地结合起来运作，使企业达到整体优化的水平。

企业战略是由企业高层管理者作出的决策，涉及整个企业资源的调度和使用，并影响企业的长期发展。

例如，企业中存在着不同的事业部门，每个事业部门经理都希望自己的部门获得最好的发展，但从企业整体战略部署的角度考虑就会有主次之分，对有的部门加大投入，而对有的部门减少投入，甚至可能会为了某个事业部门的发展而牺牲另一个事业部门的利益。

由此可见，企业战略的目的不是要使哪一个部门达到最优，而是通过整体布局实现整个企业的最终目标。

(2) 长远性。

企业战略不是短期的经营计划，它是对企业未来较长时期，就企业如何生存与发展等问题进行的统筹规划。

一般情况下，企业战略着眼于未来3~5年，甚至更长时间。

海尔用了7年时间实施名牌发展战略，在建立了品牌声誉与信用之后又用了第2个7年时间去实施多元化产品战略。

为实现长期目标有可能造成短期成本上升，因此企业管理人员必须在近期与未来之间取得平衡。

太注重短期利益，可能会影响长期发展；而为了长期发展不顾短期利益会给企业带来短期经营风险。

(3) 指导性。

企业战略管理处于企业管理层次中的最高层。

企业战略所确定的战略目标和实现目标的方式是一种原则性和总体性的规定，是对企业未来发展的全局谋划。

企业日常经营活动都要以企业战略为依据，企业的经营决策要以战略为指导。

例如设计部门该如何设计产品取决于企业实施的竞争战略，成本领先战略要求产品简单、易于生产，而差异化战略则要求产品具有特色。

另外，企业的管理方式也要以战略为指导。

例如实施差异化战略的企业可以通过主观评价和激励激发员工的创新积极性，而实施成本领先战略的企业可以通过严格控制的定量化目标去激励员工。

(4) 竞争性。

企业战略管理的目的是获得竞争优势。

因此，企业战略需要考虑市场竞争态势和企业实力，通过抓住机会、发挥优势、克服弱点，在市场竞争中占据有利位置，从而保证企业的长期生存与发展。

战略的竞争性不排除企业间的合作。

在当今竞争日益激烈的市场环境中，越来越多的企业通过战略联盟建立起相互合作关系，其中不乏与竞争对手的战略联盟。

例如，雀巢公司与其竞争对手可口可乐公司联手进军中国茶饮料市场，利用双方优势的互补取得了巨大成功。

……

<<企业战略管理>>

编辑推荐

《企业战略管理》：系统介绍企业战略管理的基本理论与方法 展示企业战略管理研究的最新实践成果 提供本土化的企业战略管理案例 配备多媒体教学课件

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>