

<<战略管理获取竞争优势>>

图书基本信息

书名：<<战略管理获取竞争优势>>

13位ISBN编号：9787111191643

10位ISBN编号：7111191641

出版时间：2006-7

出版时间：机械工业出版社

作者：汤普森,

页数：407

译者：蓝海林

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>

<<战略管理获取竞争优势>>

内容概要

本书围绕如何获取竞争优势这一论题展开，分为四个部分进行讨论：概论；核心概念与分析工具；战略制定；战略执行。

相较于其他战略管理教材包含太多细节、涉及范围过大的特点，本书更加简洁、生动、易于读者掌握，陈述更加令人信服、更加中肯，对读者的指导意义也更大。

本书可做高校本科高年级学生、研究生、MBA和EMBA战略管理教材，也可用做企业管理人员在岗培训的参考书。

<<战略管理获取竞争优势>>

作者简介

小阿瑟·A·汤普森 (ArthurA.Thompson,Jr.) ,汤普森教授曾获田纳西大学经济学博士学位,并在亚拉巴马大学贸易和商业管理学院任教24年。

他在1974年和1982年两度包括商业战略、竞争和 market 分析以及商业企业经济学。

他在25种专业和贸易刊物上发表了30多篇论文,并参与编写了5部

<<战略管理获取竞争优势>>

书籍目录

译者序 作者简介 前言 第一部分 概论 第1章 什么是战略及其为什么重要 1.1 什么是战略
1.2 战略制定和执行过程需要什么 1.3 提出战略愿景：战略制定和执行过程的第一阶段
1.4 设立目标：战略制定和执行过程的第二阶段 1.5 制定战略：战略制定和执行过程的第三阶段
1.6 执行战略：战略制定和执行过程的第四阶段 1.7 评估绩效并进行调查：战略制定和执行过程的第五阶段
1.8 董事会在战略制定和执行过程中的角色 1.9 战略为什么重要 本章要点 练习 第二部分 核心概念与分析工具 第2章 企业外部环境分析 2.1 企业外部环境的战略相关要素
2.2 战略性思考企业所处的行业与竞争环境 2.3 识别战略上的相关行业形态 2.4 分析竞争力的特征与强度
2.5 变化的驱动力：它们具有什么影响 2.6 判断行业内竞争的市场地位 2.7 预测竞争对手能采取的下一步战略行动 2.8 辩认未来竞争中关键成功因素
2.9 识别行业是否提供了有吸引力的机会 本章要点 练习 第3章 公司资源和竞争地位分析 3.1 评价公司目前战略起多大的作用 3.2 进行SWOT分析 3.3 分析公司的价格和成本是否具有竞争力
3.4 评估公司的竞争优势 3.5 识别值得管理层关注的战备问题 本章要点 练习 第三部分 战略制定 第4章 战略制定：发挥与建立竞争优势 4.1 五个最普通的竞争战略 4.2 战略联盟与合作 4.3 兼并与收购战略 4.4 垂直一体化战略：跨越行业价值链上多个环节
4.5 外包战略：缩小公司业务范围 第四部分 战略执行 第五部分 案例

<<战略管理获取竞争优势>>

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>