

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787300105734

10位ISBN编号：7300105734

出版时间：2009-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：迈克尔·A·希特 (Michael A.Hitt) ,杜安·爱尔兰 (R.Duane Ireland) ,罗伯特·E·霍斯基森 (Robert E.Htoskisson)

页数：534

译者：吕巍

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>>

前言

对于本书的每一版，我们编写的目的都在于展现并解释不断更新的战略管理过程。

为了让本书的第8版达到这个目标，我们再次为你展示充满睿智并兼具实践性的战略管理分析。

在每一版中，我们都面临这样的挑战并为之鼓舞，那就是建立展示战略管理知识的新标准，并且保证内容的可读性。

为了准备新版本的编写，我们仔细研究了学术界最新的成果，以确保展示给读者的是最新的并且与组织高度相关的内容。

此外，我们还阅读了许多商业出版物（如《华尔街日报》、《商业周刊》、《财富》、《金融时报》、《福布斯》等，在此仅列举出很小的一部分），这样，可以确认我们需要的案例，这些案例都与公司如何运用战略管理过程相关。

尽管对于本书中出现的数以百计的公司，你可能已经非常熟悉，但对你而言，仍然可能有一些是全新的。

一个原因在于，我们选择作为案例的公司来自世界各地，以此展示全球化的商业是如何形成的。

为了让你尽可能更好地了解现实中的公司是如何使用战略管理工具、技术和思想的（基于最新的研究），我们强调一种生动和友好的行文方式。

本书第8版的几个特点将使你获得更好的学习效果：本书全面而详尽地涵盖了市场上可见的战略管理的内容。

本书中采用的部分研究成果是“经典的”，同时也包含许多战略管理文献最新的贡献。

经典的研究成果给我们提供了理解战略管理的基础，而最新的研究成果揭示了我们对于如何在复杂的、全球化的商业环境中有效运用战略管理的新认知。

在这样的环境中，每个公司都在思考如何比竞争对手表现更出色。

同样，本书也向你展示了公司如何运用战略管理工具、技术和思想的诸多案例，这些工具、技术和思想许多来自该领域内领先的研究者的成果。

实际上，本书带有强烈的应用导向的色彩，同时向你，我们的读者，展示了大量关于战略管理思想、技术和工具的范例和应用。

比如，在这一版中，我们考察了超过600家公司以描述战略管理的运用。

总的来说，没有别的战略管理书籍能够像本书这样，将对于大量不同类型的组织的实用的、深刻的研究与应用结合得如此之好并完整地呈现给你。

公司案例的范围从总部设在美国的大型公司，如沃尔玛、IBM、全食食品公司（Whole Foods）、谷歌，到国外的公司如丰田、诺基亚、现代以及上海汽车工业（集团）总公司（SAIC）。

我们也在案例中加入了许多年轻的、新成立的公司，如（Jal.

ibou Coffee和Must, ang工程公司（Mustang Engi-neering）。

<<战略管理>>

内容概要

战略管理经典著作，精心整合战略管理领域著名的两大理论思想：工业组织经济学和企业资源基础观，以解释战略管理过程及其在各种类型组织中的应用。

全面涵盖战略管理理论的内容，采用经典的研究成果，同时包含许多战略管理文献的最新内容。

强烈的应用导向色彩，展示了大量有关战略管理思想、技术和工具的范例和应用。

12个全新的案例，多数案例附有完整的财务数据。

<<战略管理>>

作者简介

吕巍，上海交通大学安泰经济与管理学院副院长、教授、博士生导师。
中国市场学会常务理事暨学术委员会秘书长。
荣获“高等教育国家级教学成果奖”、“国家杰出教育一等奖”、“上海市杰出教育奖”。

主要研究方向是市场营销和战略管理，在基于数据挖掘的精确营销研究方面

<<战略管理>>

书籍目录

第一篇 战略管理的输入 第1章 什么是战略管理 案例 波音与空中客车：商用飞机生产的全球霸权之争 竞争格局 战略聚焦 苹果：用革新创造技术趋势并保持竞争优势 超额利润的行业组织模型 战略聚焦 Netflix公司面临剧烈变化的竞争环境 超额利润的资源基础模型 愿景和使命 利益相关者 战略领导者 战略管理过程 第2章 外部环境：竞争与机遇 案例 沃尔玛面临的环境压力 总体环境、行业环境和竞争环境 外部环境分析 总体环境的细分 战略聚焦 谷歌的市场影响力是否强大到可以忽略外部压力？ 行业环境分析 解读行业分析 战略群组 战略聚焦 近距离关注竞争对手，使得IBM始终停留在游戏的顶端 竞争对手分析 伦理思考 第3章 内部组织：行动、资源和能力 案例 应对创新与效率之间的对立 内部组织的分析 战略聚焦 现代汽车：质量上乘的汽车为什么没有销路呢？ 资源、能力和核心竞争力 战略聚焦 竭尽全力挽救已受损的品牌声誉 建立核心竞争力 外包 竞争力、优势、劣势和战略决策 第一篇 战略行动：战略规划 第4章 建立并维持竞争优势 案例 惠普和戴尔的竞争：战斗正酣 竞争性对抗模型 竞争者分析 竞争性行动和竞争性反应的驱动力 战略聚焦 Netflix和百事达谁是赢家？ 竞争性对抗 战略聚焦 沃尔玛利用侵略性定价作为战术性行动 攻击的可能性 反击的可能性 竞争动态 第5章 业务层战略 案例 从PetFood到PetSmart 顾客：与业务层战略的关系 业务层战略的目的 业务层战略的类型 战略聚焦 Caribou咖啡：如果你是第二名，你就必须更努力 战略聚焦 Zara：整合硬币的两面 第6章 公司层战略 案例 宝洁公司的多元化战略 多元化的层次 多元化的原因 创造价值的多元化：相关约束型多元化和相关联系型多元化 非相关多元化 战略聚焦 经营层面和公司层面的相关性：Smith & Wesson和Luxottica 战略聚焦 非相关战略（聚合）的复苏：小公司收购被大公司剥离的业务以求增加其价值 价值不确定的多元化：动机与资源 降低价值的多元化：管理人员的多元化动机 第7章 收购与重组战略 第8章 国际化战略 第9章 合作战略 第一篇 战略行动：战略执行 第10章 公司治理 第11章 组织结构与控制 第12章 战略领导力 第13章 战略性创业案例研究译后记

<<战略管理>>

章节摘录

插图：全球化进程全球化是指反映在产品、服务、金融资本和知识跨国界流动中的国家间日益增长的经济相互依赖。

[31]全球化是众多公司在日趋增长的全球经济中竞争而形成的产物。

在全球化的市场和行业里，公司可以从一个国家获取金融资本，然后在另一个国家购买原材料，利用从第三国购买的生产设备进行生产，在第四个国家销售产品。

因此，全球化为在当前竞争格局下竞争的公司增加了机会。

[32]例如，沃尔玛力图通过全球定价、采购和物流系统来实现无国界零售。

借助无国界零售，公司期望其国际运营中的物流和定价策略运用能像国内业务长久以来的那般天衣无缝。

在发展的基础上，公司追求的就是这样一种类型的零售。

比如，以前沃尔玛大多数的国际性投资集中在加拿大和墨西哥，因为这里从地理位置上而言更靠近它的美国大本营，在此演练和推动其全球实践更加容易。

现在，基于学到的知识，沃尔玛已将其全球业务拓展到了欧洲、南非和亚洲。

2007年，沃尔玛是全球最大的零售商（拥有3443家店铺，其中2760家在美国之外）。

全球化使我们很难把那些在全世界不同经济体中设立总部的公司视为单纯的国内公司。

想想以下两家美国公司的事实：在年度基础上，沃尔玛继续增加其国际化运营收入在总收入中的比例

。通用电气期望在可预见的将来，其销售收入增长的60%来自在新兴市场中的运营。

对于那些融入全球化程度像以上两家公司那样高的企业而言，其面临的挑战是在战略管理过程中理解作出一系列具有文化敏感性的决策需要什么，预见运营过程中不断增长的复杂性，如产品、服务、人员，以及穿越地理边界，在不同的经济市场中自由流动。

全球化也在影响着产品的设计、生产、分销和服务。

举例而言，在许多情况下，全球化会导致产品和服务更高的质量标准。

汽车行业的全球竞争者丰田汽车公司向我们展示了这些是如何发生的。

因为丰田公司一开始就非常强调产品质量的可靠性和优质的客户服务，所以其产品在全球市场有很高的需求。

正因为如此，丰田公司的竞争行为迫使其全球竞争对手纷纷在运营中提升产品的可靠性和服务的质量

。同时，丰田公司在保证质量的前提下，也在国外市场建厂，如美国、巴西和墨西哥。

[33]实际上，今天从任何生产厂商所购买的轿车和卡车在质量和服务上都超越了以上案例中成功进入全球市场之前的丰田。

特别是，福特、通用汽车、克莱斯勒都努力强调，消费者对底特律生产的汽车平淡无奇、质量不可靠的感知已经落伍，因为近年来它们已经取得大幅进步。

[34]总的来说，全球化已经在许多维度上使评判公司业绩的标准变得更高，理解这一点非常重要，这些维度包括质量、成本、产量、产品上市时间，以及运营效率等。

除了全球经济中的竞争，这些标准也会影响国内市场竞争的基础。

<<战略管理>>

编辑推荐

《战略管理·概念与案例(第8版)》是由希特、R·杜安·爱尔兰和霍斯基森共同编著,中国人民大学出版社出版发行的。

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>