

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787302085409

10位ISBN编号：7302085404

出版时间：2004-8

出版时间：清华大学

作者：金占明编著

页数：364

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>>

内容概要

本书介绍了企业战略的军事起源和历史演进；系统介绍了战略的概念、特征及解释战略形成的不同观点；深入分析了十一届三中全会以来中国政治、经济和社会环境的巨大变化及其对企业战略形成的深刻影响；重点讨论了行业结构，企业的资源和战略能力及其在决定企业经营绩效方面的重要作用。本书分析了企业的基本竞争战略与适用条件，企业成长战略的类型和特点，尤其是一体化和多样化战略选择过程中可能遇到的矛盾和问题，并简要介绍在世界经济全球化和一体化的大背景下国际市场进入战略的选择问题。

本书第2版适当增加了战略联盟，虚拟企业构造及电子商务环境下行业结构的变迁和战略选择方面的内容。

最后，讨论了企业战略的实施过程，尤其是战略与组织结构的关系及影响组织结构设计的因素。

本书的特点是结合中外典型案例进行分析，颇具启发性与可读性。

本书可作为MBA、管理类研究生和本科生的战略管理教材，也可供有关专业人员和广大企业家参考。

。

<<战略管理>>

书籍目录

第二版序言第一章 战略管理概论 第一节 企业战略的概念和特征 第二节 企业的战略管理 第三节 企业战略分析的发展 实例1-1：打造世界级的软件企业 实例1-2：金蝶“蝶变”之路 第二章 宏观环境分析 第一节 环境的性质 第二节 PEST分析 第三节 评估环境的可能影响 实例2-1：海南软件企业为何纷纷弃岛而去 实例2-2：我们渴望“阳光” 实验2-3：民企毁在莫名官司下 第三章 行业结构分析 第一节 概述 第二节 潜在的进入者分析 第三节 竞争对手之间的抗衡 第四节 替代的威胁 第五节 供应商分析 第六节 顾客的讨价还价能力 第七节 网络化和电子商务对行业结构和竞争模式的影响 实例3-1：国产零部件厂家内忧外患 实例3-2：烧钱能否成就电子商务巨头 第四章 企业的资源、战略能力和市场地位分析 第一节 企业的资源 第二节 企业的能力 第三节 企业的资源、能力与竞争优势 第四节 市场份额和市场地位分析 第五节 SWOT分析 实例4-1：民营书业遭遇强敌 实例4-2：麦当劳要走麦城 第五章 文化与利益相关者的期望 第一节 文化与战略管理的关系 第二节 利益相关者分析 第三节 商业伦理 实例5-1：中国职业经理人生态报告（上篇） 实例5-2：中国职业经理人生态报告（下篇） 实例5-3：明星企业家沉浮15载 第六章 企业的一般战略 第一节 成本领先战略 第二节 差异化战略 第三节 集中战略 第四节 战略钟 第五节 网络环境下三种基本竞争战略的实现途径 实例6-1：杀毒软件竞争恶战在即 实例6-2：南宁佳和大药房遭遇降件生死劫 实例6-3：背投市场长虹再度上演“斩首行动” 第七章 企业的成长战略 第八章 国际市场进入战备及其选择 第九章 战略评价与选择 第十章 组织结构与战略主要参考文献

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>