

<<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：9787505867338

10位ISBN编号：7505867334

出版时间：2008-01-01

出版时间：经济科学出版社

作者：陈海燕，郭振宗，彭松森 编

页数：382

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>

<<企业战略管理>>

内容概要

在经济全球化的形势下，市场经济的特性和经济发展的客观规律对企业未来发展规划能力和水平的要求越来越高。

当前企业管理的一个显著表现就是普遍实行战略管理，并以战略管理为中心，在战略管理框架内进行日常营运管理。

企业战略是企业预测和把握环境变化的基础上，做出对企业发展方向和经营结构变化的远景规划，其目的不在于维持现状，而是创造未来。

为了满足山东省委党校干部业余教育学院函授教育使用教材的需要，我们编写了这本《企业战略管理》。

本教材坚持理论联系实际的原则，力求科学而通俗地阐述有关企业战略管理的基本理论和知识。

全书共分13章，主要讲述企业战略管理的基本知识、企业环境分析、企业战略选择、制定、实施与控制，并附有相关的案例加以说明。

本教材由陈海燕、郭振宗任主编并拟定全书框架及统稿，具体编写人员及分工如下：赵英奎（第一章）、崔永刚（第二章）、张登国（第三章）、张国亭（第四章）、戚汝庆（第五章）、彭松森（第六章）、成素英（第七章）、陈晓红（第八章）、陈海燕（第九、十章）、丛颖超（第十一章）、郭振宗（第十二章）、王学军（第十三章）。

书籍目录

第一章 绪论第一节 战略与企业战略第二节 企业战略管理第三节 战略管理理论的演变与新发展第二章 企业使命与战略目标第一节 企业使命第二节 企业战略目标体系第三节 企业战略目标的制定第三章 企业宏观环境分析第一节 企业宏观环境概述第二节 企业宏观环境分析第四章 行业环境及竞争对手分析第一节 行业环境分析第二节 竞争对手分析第五章 企业内部资源和能力分析第一节 企业资源分析第二节 价值链分析第三节 企业核心能力分析第四节 SwOT分析第六章 企业总体战略第一节 发展型战略第二节 稳定型战略第三节 紧缩型战略第四节 混合型战略第七章 战略联盟与企业并购第一节 战略联盟第二节 企业并购第八章 企业竞争战略第一节 成本领先战略第二节 差异化战略第三节 集中化战略第九章 不同行业的竞争战略第一节 零散性行业中的竞争战略第二节 新兴行业中的竞争战略第三节 成熟行业中的竞争战略第四节 衰退行业的竞争战略第五节 全球性行业的竞争战略第十章 职能战略第一节 财务战略.....第十一章 企业战略的制定与选择第十二章 企业战略实施第十三章 战略控制与变革

章节摘录

几乎与设计学派同时产生的计划学派则是以安索夫为杰出代表。

安索夫于1965年出版了《公司战略》一书。

以他为代表的计划学派主张：战略构造应是一个有控制、有意识的正式计划过程，企业的高层管理者负责计划的全过程，而具体制定和实施计划的人员必须对高层管理者负责；通过目标、项目、预算的分解来实施所制定的战略计划等等。

1972年安索夫在《企业经营政策》杂志上发表了“战略管理思想”一文，正式提出“战略管理”的概念，为后来的企业战略管理理论的发展奠定了基础。

1979年，安索夫又出版了《战略管理》一书，系统地提出了战略管理模式。

他认为，战略行为是对其环境的适应过程以及由此而导致的企业内部结构化的过程；企业战略的出发点是追求自身的生存与发展。

从以上所述的内容中不难看出，尽管这一时期学者们的研究方法各异，具体主张不尽相同，但总体上说，其核心思想是一致的，主要体现在以下几点： 1.企业战略的基点是适应环境。

企业所处的环境往往是企业自身难以左右的，因而企业制定战略必须充分考虑环境的变化，只有适应环境变化，企业才能求得生存与发展。

2.企业战略的目标在于提高市场占有率。

企业战略适应环境变化旨在满足市场需求，获取理想的市场占有率，这样才利于企业生存与发展。

可以说，企业如何获取理想的市场占有率在经典战略管理中居于核心地位。

3.企业战略的实施要求组织结构变化与其相适应。

经典战略管理实质是一个组织对其环境的适应过程以及由此带来的组织内部结构化的过程。

因而，在战略实施上，势必要求企业组织结构要与企业战略相适应。

这些核心思想为企业战略管理理论的形成与发展奠定了基础。

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>