

<<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：9787505899780

10位ISBN编号：7505899783

出版时间：2010-12

出版时间：经济科学出版社

作者：徐向芝 编

页数：446

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

进入21世纪以来，国际企业界风云变幻。

全球化进程不断加快，信息技术日新月异，知识经济迅速发展，企业伦理形式凸显。

美国华尔街的金融企业一手引发了次贷危机，并进而导致了全球性的金融危机；美国通用汽车公司通过了破产保护程序，使人们产生了对美国汽车产业全球汽车龙头地位的怀疑；曾经创造“精益生产方式”而蜚声全球各产业的日本丰田汽车公司，在刚刚夺得全球最大汽车企业“宝座”一年，就因为严重的产品质量而走下了神坛。

与此同时，中国企业借助奥运东风，加快了国际化的步伐。

阿里巴巴上市首日，市值即达1996亿港元，成为全球第二大互联网融资企业；吉利集团成功并购沃尔沃（Volvo），更是当初许多人所难以想象的。

所有这些变化，都说明全球经济进入了一个全新的发展时期。

中国企业要实现长期的可持续发展，就必须充分应对这些挑战和变化，重新审视战略管理的选择。

从理论层面看，近些年来国内战略管理研究领域取得了很大进展，吸收、借鉴前沿理论并加以本土化的速度明显加快，研究内容和方法日益与国际接轨。

早期比较典型的如竞争战略和竞争优势理论、多元化战略理论、交易成本理论等，近期的如企业资源基础理论、核心能力理论、战略联盟理论、动态能力理论、共同演化理论、知识基础观、制度基础观等，这些战略管理及相关领域理论的演进和发展，不仅使战略管理理论研究者对现实问题的解释力不断提高，而且使国内企业战略管理的实践者对战略本质的理解大大深化。

<<企业战略管理>>

内容概要

有以下特点： 1. 在指导思想，广泛吸收了战略管理各学派的理论观点，并努力把我国长期管理实践经验上升为理论，希望既能反映国外的主要战略管理理论，又能反映和总结中国企业成功的战略管理经验。

在注重各种理论介绍和知识整合的同时，注重理论的实践性和可操作性，坚持理论联系实际的原则。

2. 在体系架构上，以战略管理的任务为主要理论构架，较为详细地阐述战略分析、战略制定与选择、战略实施的理论和方法，力求让学习者在树立正确战略管理观念的基础上对战略管理有全面的了解和把握。

3. 在理论前沿问题上，紧紧把握国际管理创新的潮流，体现出战略管理理论的最新发展。

本书在系统介绍战略管理理论的同时，在每一个章节都尽可能反映相关的理论前沿。

本书特别安排了互联网与商业模式一章，不仅讨论电子商务商业模式，而且研究了传统产业商业模式的创新。

4. 在编写体例上，根据每章内容突出重点、难点、学习目的、阅读文献和辅助资料，提出本章学习的基本要求，让学生有明确的学习目的，便于抓住重点而系统地掌握相关理论和方法；在每章结尾附有具有二定启发性的复习思考题和综合性的小组讨论题或网上练习，使学生充分利用互联网的便利，拓展视野，并将理论知识和实践中的问题结合起来，从而强化理论的应用。

5. 在内容安排上，注重理论与实践相结合，增加许多与战略管理实践相结合的教学内容，插入大量现实性很强的辅助材料。

这些辅助材料内容丰富，资料翔实而又具体生动，反映出实际战略管理中面临的问题，具有很强的启发性和探讨性，有助于提高学生的学习兴趣 and 积极性。

除了介绍常规的分析方法和工具之外，本书还特别设计了“战略管理案例分析方法”一章，让学员了解如何进行战略管理的案例分析。

书籍目录

第1章 导论1.1 企业战略管理面临的挑战1.2 企业战略的含义与特征1.3 战略管理过程与任务1.4 战略管理的层次第2章 企业使命与战略目标2.1 企业使命与愿景2.2 企业战略目标2.3 战略和企业的社会责任2.4 战略管理的利益相关者第3章 宏观、行业及竞争环境分析3.1 宏观环境：PEST分析3.2 行业经济特性分析3.3 行业竞争结构分析3.4 行业变革的驱动因素分析3.5 行业内的战略群体分析3.6 竞争对手分析3.7 竞争的关键成功因素第4章 资源、能力及竞争力分析4.1 企业的资源分析4.2 企业能力分析4.3 培育核心竞争力4.4 企业的价值链分析4.5 业务外包第5章 公司层面战略5.1 公司层面战略的内涵5.2 公司战略态势选择5.3 业务组合分析5.4 多元化战略5.5 一体化战略第6章 业务单位战略6.1 业务单位战略的分类与选择原则6.2 成本领先战略6.3 差异化战略6.4 集中化战略6.5 成本领先与差异化整合战略第7章 并购战略7.1 企业并购概述7.2 并购程序与定价7.3 并购后整合7.4 反并购策略第8章 国际化战略8.1 国际化战略的含义与层次8.2 国际化战略的实行动因8.3 国际化战略环境分析8.4 国际市场进入方式与选择第9章 战略联盟9.1 战略联盟概述9.2 战略联盟的成因9.3 战略联盟的管理9.4 战略联盟的生命周期9.5 战略联盟研究的新发展第10章 产业环境与企业战略10.1 不同行业生命周期的企业战略10.2 不同行业集中度的企业战略10.3 不同市场地位的企业战略10.4 不同规模企业的战略第11章 互联网条件下的商业模式与战略11.1 商业模式与赢利模式11.2 互联网对竞争环境的影响11.3 互联网条件下传统产业的企业战略11.4 电子商务商业模式与战略第12章 战略实施与控制12.1 战略实施的任务与模式12.2 战略与组织结构12.3 内部运营系统与战略实施12.4 组织文化与战略实施12.5 战略领导与战略领导者12.6 平衡计分卡与战略实施12.7 战略控制附录一 战略管理案例分析方法第一节 如何进行战略案例分析第二节 战略管理案例分析范例——科龙得尔公司和山地自行车产业附录二 战略管理专业词汇中英文对照表

章节摘录

1.在战略角度上清晰明确地进行业务界定 确定企业使命与愿景应清晰地包括“什么”、“谁”和“采取什么样的方式”这三方面内容，即顾客的需求，也就是需要满足的是什么？顾客群，也就是需要满足的对象是谁？所采用的经营模式、技术和开展的活动——采取什么样的方式满足顾客的需求？

以上三个要素来界定公司的业务有助于从一个全面的角度来获得清晰的使命与愿景。

因为仅仅知道公司所提供的产品或服务是远远不够的。

只有在公司的产品或服务能够满足某种需求的时候，公司所提供的产品或服务才成为公司的一项业务。

没有需求或需要，也就没有业务可言。

顾客群这个因素对公司有着重要的意义，因为他们代表的是一个需要提供服务的市场——需要覆盖的地理区域以及公司面向的购买者类型。

公司所采用的技术和开展的活动之所以重要是因为它们所表明的是公司将如何满足顾客的需求，以及公司所覆盖的活动是行业价值链的哪些部分。

例如，一家公司可能进行纵向一体化，如埃克森石油公司、美孚石油公司、大不列颠石油公司、皇家壳牌石油公司，它们所做的业务包括：租赁采油场，挖油井，实地采油，用自有的油轮和管道将原油输送到自己的炼油厂，通过自己的品牌分销商和服务网络销售石油和其他精炼产品。

这些公司的经营运作覆盖了整个行业价值链的各个阶段。

同时，还有一些公司是专业厂商，它们集中经营行业价值链的某一个阶段。

沃尔玛、英特尔、微软、德尔塔等公司基本上都是一些只开展一个阶段活动的公司。

如众多航空公司并不生产所运作的飞机，也不经营它所依赖的飞机场，而只是将公司的业务活动局限在通过飞机将旅客从一个地点运送到另一个地点。

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>