

<<服装企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<服装企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787506426701

10位ISBN编号：7506426706

出版时间：2004-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：宁俊

页数：280

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>

<<服装企业战略管理>>

前言

我国目前正处在新旧经济体制转型时期。
在这个时期，企业的地位发生了质的变化--由政府的附庸转变成市场的主体。
这是历史的进步，是经济改革的一大成果。
但这一转变也使企业面临生死存亡的挑战：企业的命运完全被市场这只无形的手控制。
企业的产品或服务能不能适应市场的需求？
究竟在多大程度上被市场所接受？
在日益激烈的市场竞争中会不会被淘汰出局？
这一切均将关系到企业的生存与发展。
为了应对这样严峻的挑战，作为市场主体的企业，必须在经营观念、管理机制和人才战略上进行相应的变革。
其中最重要的无疑是要建立以市场为导向的经营

<<服装企业战略管理>>

内容概要

将重要的企业战略管理知识与真实的中国服装企业案例相结合，从战略管理学中若干个最为核心的领域对多家服装企业以及这些企业战略管理中存在的问题与困惑进行了广泛意义上的研究讨论与实用性分析，为帮助企业自我走出困境提供了科学的思维方法与具体的建设性意见。

《服装企业战略管理》构思巧妙，论述简洁明了，适合服装管理专业师生和企业中高级管理人员阅读。

<<服装企业战略管理>>

书籍目录

第一篇 绪论第一章 服装战略管理概述第一节 概念、要素和结构第二节 战略管理理论演进第三节 战略管理过程第二章 服装企业使命与战略目标第一节 服装企业使命第二节 环境、能力与战略的匹配第三节 服装企业的战略目标第三章 战略管理者第一节 战略管理者的构成第二节 战略管理者的管理方式第二篇 服装企业战略环境研究第四章 企业环境研究的基本原理第一节 环境的构成及相互关系第二节 环境的信息及环境研究的程序第五章 服装企业外部环境研究第一节 外部

章节摘录

第一篇 绪论 第一章 服装战略管理概述 第二节 战略管理理论演进 纵观战略管理理论的发展历史，战略管理理论主要经过三个阶段的演变：以环境为基点的经典战略管理理论，以产业（市场）结构分析为基础的竞争战略理论和以资源、知识为基础的核心能力理论。

一、以环境为基点的经典战略管理理论 20世纪60年代初，美国著名管理学家钱德勒（Chandler）的《战略与结构》一书的出版，拉开了企业战略问题研究的序幕。钱德勒在其著作中，分析了环境、战略和组织结构之间的相互关系，认为，企业经营战略应当适

<<服装企业战略管理>>

编辑推荐

这是一本将重要的企业战略管理知识与多家中国服装企业问题相结合的书，本书所涉及的企业都是真实的，并有着普遍代表性的企业。

本书从战略管理学中若干个最为核心的领域对多家服装企业以及这些企业战略管理中存在的问题与困惑进行了广泛意义上的研究与讨论。

本书的形式不拘一格，包括了有针对性的论述、典型的案例分析、真实的企业诊断与实用性的总结，理论与实用并重，有令读者耳目一新的效果。

中国服装企业战略问题研究在我国近几年日益突出，目前正处于发展期，本书在此时出现，对我国服装界来说是一件大事，有重要的意义。

<<服装企业战略管理>>

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>