

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787509203231

10位ISBN编号：7509203236

出版时间：2008-2

出版时间：中国市场出版社

作者：C.W.L.希尔

页数：503

译者：孙忠

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

本书是希尔、琼斯教授撰写的经典教材《战略管理》(第7版),是目前市场上最受教师和学生以及企业界欢迎的战略管理教材。

战略管理课程力图帮助学生理解两个企业管理中的基本问题:“企业竞争优势的来源是什么?”

“企业如何获得持续的竞争优势?”

”本书在教学方法上强调概念的整体性和关联性,丰富的案例帮助学生理解真实企业面临的战略挑战以及在相互冲突的选择中进行权衡取舍。

每一章均以开篇案例导入本章讨论的战略管理分析的背景和现实问题。

在每章结束时还有结尾案例,帮助学生通过案例分析和案例问题的解答回顾本章分析的要点和方法。

为了帮助学生把握企业战略管理问题的整体概念,本书以沃尔玛公司作为学习伴随案例贯穿全部课程的学习。

<<战略管理>>

作者简介

Charles W . L . Hill 希尔教授是享有盛誉的战略管理学者，现任华盛顿大学商学院 Hughes M . Blake 讲席教授。

希尔教授当前的研究兴趣主要是高技术产业的竞争战略。
他在包括 Academy of Management Journal , Academy of Management Review , Strategic Management Journal , a

<<战略管理>>

书籍目录

前言 第一部分 战略管理导论 第1章 战略领导、战略实现的过程与竞争优势 开篇案例：沃尔玛公司
 1.1 概论 1.2 战略领导、竞争优势和卓越绩效 1.3 战略管理者 1.4 战略实现过程
 1.5 作为突发过程的战略 1.6 战略规划实务 1.7 战略决策的制定 1.8 战略领导 本章总结
 讨论题 战略管理实际操作 结尾案例：“破碎的梦想：Level 3通信公司” 第2章 外部分
 析：识别产业机会与威胁 开篇案例：为什么制药产业利润这么高？
 2.1 概论 2.2 产业的定义 2.3 波特的五种竞争力量模型 2.4 产业内部的战略群组 2.5
 产业生命周期分析 2.6 产业分析模型的局限性 2.7 宏观环境的影响 本章总结 讨论题
 战略管理实际操作 结尾案例：2001—2004年的航空产业 第二部分 竞争优势的本质 第3章 内部
 分析：独特竞争力、竞争优势与赢利能力 开篇案例：戴尔的竞争优势 3.1 概论 3.2 独特
 竞争力与竞争优势 3.3 价值链分析 3.4 竞争优势的基本构成要素 3.5 商业模式、价值链
 与基本的独特竞争力的类型 3.6 竞争优势的持续性 3.7 避免失败与持续的竞争优势 本章
 总结 讨论题 战略管理实际操作 结尾案例：Google的故事 第4章 运用职能层战略创建竞
 争优势 开篇案例：Verizon无线通信公司 4.1 概论 4.2 卓越的效率 4.3 效率、柔性
 制造与大规模定制 4.4 卓越的品质 4.5 卓越的创新 4.6 卓越的客户响应 本章总结
 讨论题 战略管理实际操作 结尾案例：重塑美国汽车的形象 第三部分 战略理论 第5章 运
 用业务层战略创建竞争优势 第6章 业务层战略与产业环境 第7章 高技术产业的战略 第8章 全球化
 背景下的战略 第9章 公司层战略：水平整合、垂直整合与战略外包 第10章 公司层战略：多元化、
 收购和内部创业 第四部分 战略实施 第11章 企业绩效、公司治理和商业伦理 第12章 单一产业企
 业的战略实施 第13章 多元化和全球化企业的战略实施注释

章节摘录

第一部分 战略管理导论： 第1章 战略领导、战略实现的过程与竞争优势： 1.3 战略管理者： 在战略决策的过程中，管理者们居于关键的地位。

这些管理者们负有制定战略和实施战略的责任，他们是战略决策的领导者。

令海尔和沃尔玛获得成功的战略不是由抽象的企业来选择的，而是由像张瑞敏、山姆·沃顿这样的领导人和他们领导的管理团队选择的。

可以说，任何一家企业的成功在很大程度上取决于这家企业的管理者履行其战略职能的水平。

在本章的后面部分我们将讨论战略领导的概念，它是指管理者们如何有效地领导战略实现过程。

在绝大多数企业中，存在着两类管理者：一类是总体管理者，他们负责企业的总体绩效或其中某一自足的单位或部门的绩效；另一类是职能性管理者，他们对某一具体职能负责，其中包括任务、活动或运营，例如企业中的财务、营销、研发、信息技术或物料管理。

企业是一系列部门与职能的总和，它们共同协作将具体的产品或服务提供给市场。

如果一家企业提供多种不同的产品或服务，它通常会复制这些职能，创造出一系列自足的事业部（其中包括自己的完整的职能集合）来管理这些不同的产品和服务。

这些分支的管理者对所在的具体产品线负责。

总体管理者最关心的是整个公司或事业部的健康运营，他们负责的是如何运用所掌握的有限资源取得竞争优势和创造更高的赢利能力。

图1.2显示了多事业部企业的组织结构，这是一家在不同商业领域中开展业务的公司，它拥有不同的自足的事业部分别管理这些产品。

由此我们看到三种管理类型：企业、业务和职能。

总体管理者位于前两个层次中，但其具体的战略角色随职责范围不同而不同。

.....

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>