

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

图书基本信息

书名：<<通勤大学MBA 7经营战略>>

13位ISBN编号：9787801625618

10位ISBN编号：7801625617

出版时间：2003-01-01

出版时间：经济管理出版社

作者：(日)青井伦一

页数：216

字数：84000

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>

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

内容概要

经营战略课程是MBA基本教学计划课程最重要的课程之一。

在“市场活动”、“会计”、“财务”、“人力资源管理与组织行动”等MBA大纲的必修课中，经营战略也是综合了这些必修课的知识和技巧，是综合性科目。

战略（经营战略）是“市场活动”等MBA必修课所有知识和技术中最重要的课程。

它不仅是负责阵营和经营计划部门的人需要掌握的，而且，从提高公司全员的水平这一点来说，是公司任何职员都不可缺少的。

本书从经营战略的定义入手，按照战略方案制定过程，简单易懂地讲解了经营战略的重点。

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

作者简介

青井伦一：庆应义塾大学商学院教授。

昭和44年（1969年）毕业于东京大学工学部。

50年（1975年）在东京大学研究生院经济大学研究科修完博士课程。

54年（1979年）获哈佛大学经营学博士学位。

平成2年（1980年）任庆应义塾商学院（大学研究生院经营管理研究科）教授。

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

书籍目录

- 第1章 什么是经营战略 1.经营战略的定义 2.经营理念 3.经营战略的决策·实施过程第2章 经营环境的把握 1.SWOT分析 2.外部环境 3.内部环境 公司内部分析第3章 事业范围的确立 1.事业范围的确立 2.核心能力第4章 发展战略 1.产品—市场矩阵 2.产品、有价证券、管理 (PPM)第5章 竞争战略 1.确立竞争优势的意义 2.行业分析“五要素分析”：Five Fores Analysis 3.优势矩阵 4.建立竞争优势的三个基本战略 5.价格连锁 (销售链) 6.战略定位第6章 战略实施与管理 1.战略的实施 2.战略管理索引参考文献

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

编辑推荐

阅读本书的读者应是实业家，他们将要学习在任何世界都通用的生动的经营法则和理论，从而提高自身的市场价值。

这本书决不只是在从事经营战略工作的人才需要学习的。

活跃在营业部、生产部、经理部等所有部门的商务人员都应本书的读者。

他们通过学习有关经营战略的基础知识和实际应用方法，掌握战略设计能力并在此基础上思考和行动，进而以此作为共同语言，使公司内部讨论更有深度，提高经营的成功率。

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>