

<<公司战略>>

图书基本信息

书名：<<公司战略>>

13位ISBN编号：9787802072398

10位ISBN编号：7802072395

出版时间：2005-7

出版时间：经济管理

作者：理查德·林奇

页数：796

字数：1290000

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>

<<公司战略>>

内容概要

本版是一个全面更新的修订版，继续对私营部门和公营部门的战略管理进行一次全面的、组织有序的、必要的处理。

本书既研究理性的方法，也研究创造性的方法，以便能够使学生和实际管理者能够发展成功的战略。

本版的新特色：
· 更紧凑、简洁的设计，并对原版主要内容全部予以保留；
· 对所有案例都进行了更新；
· 对竞争优势和“dot.com”泡沫式发展的动力学、顾客驱动战略、资源导向型战略、使命与目标的发展以及认知、创新和学习的新方法进行了修订；
· 对第四章竞争优势、第五章顾客驱动战略、第六章竞争资源、第十二章使命与目标进行了充分修订；
· 用通俗的新案例来激发读者的兴趣，使他们能够更好的理解这些复杂的、多角度的主题。

传统特色：
· 与其他的一些教科书相比，本书对各种主要战略概念的解释更加全面，包括的主题以组织行为学 and 经济学为基础；
· 对战略发展的理性方法和创造性方法进行均等的、深入的研究是这本战略教科书所特有的；
· 对“关键战略原则”进行集中汇总并以实用清单形式列出，可以压缩和提高学习经历；
· 设计焦点案例是为了深入研究战略概念，同时也是为了配合许多案例而提供一个更广泛的观点；
· 在理论和实际案例中都具有广泛的国际性；
· 从市场营销、人力资源、财务和操作（生产）功能角度研究战略的作用；
· 出色的教学支持包括一个分别为学生和讲师准备的交互式的网站、幻灯片和不断更新的案例资料、一份包括案例问题答案的汇总、对学术问题的简短注释以及为不同的学生课程准备的课程计划大纲。

《公司战略》适合于研究生和MBA学生学习战略的基础课程之用。

<<公司战略>>

作者简介

理查德·林奇是英国伦敦的米德尔塞克斯大学的战略管理学教授。

他曾就读于UMIST大学、里兹大学和伦敦商学院。

然后他又在一些非常著名的大公司如J Walter Thompson、Kraft Jacobs Suchard和Dalgety Spillers工作了20年，从事市场营销和公司战略领域的工作。

在20世纪80年代早期，他曾担任过两个公共公司的董事，之后他创立了自己的咨询公司，专门从事欧洲和国际战略咨询。

在20世纪90年代，他越来越多地参与到高等教育中来，并于1999年成为了全职教师。

理查德·林奇以前写过4本关于国际营销和战略方面的著作，并在研究性杂志刊物上发表了大量文章。

。

<<公司战略>>

书籍目录

关于本书关于作者如何使用本书致谢出版者致谢第一部分 导言 公司战略关键问题 第一章 公司战略
第二章 理论与实践回顾第二部分 环境分析 公司战略关键问题 第三章 环境分析——基础知识 第四章
市场和竞争对手分析 第五章 顾客分析第三部分 资源分析 公司战略关键问题 第六章 资源分析——基
础知识 第七章 人力资源分析 第八章 财务资源分析 第九章 运营资源分析第四部分 组织的目标 公司
战略关键问题 第十章 愿景、领导和伦理形成的意图 第十一章 从知识、技术和创新中获得意图 第十
二章 通过使命和目标传达意图第五部分 战略制定 公司战略关键问题 第十三章 制定战略方案：规范
性战略过程 第十四章 战略评估和发展：规范性战略过程 第十五章 战略推进的方法：突发性战略与规
范性战略 第十六章 组织战略、结构和管理风格第六部分 实施过程 公司战略关键问题 第十七章 资源
分配、战略规划与控制 第十八章 组织结构和人员问题 第十九章 国际扩张与全球化战略 第二十章 战
略发展的动力 第二十一章 对战略性变化的管理 第二十二章 构建一个具有凝聚性的公司战略词汇表

<<公司战略>>

编辑推荐

本书探究了影响组织未来发展的一系列基本决策以及如何确认、评估和执行这些决策。

提出了一种全面的、结构化的以及批判性的公司战略。

其基本主题不仅涉及如何用理性方法进行战略决策，而且还涉及保持这些决策的创新性，即关于这些决策的独特方法。

这两方面内容对于学生和实践管理者成功地制定战略是至关重要的。

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>