

<<如何制定战略规划>>

图书基本信息

书名：<<如何制定战略规划>>

13位ISBN编号：9787802559073

10位ISBN编号：7802559073

出版时间：2011-11

出版时间：企业管理

作者：王吉鹏

页数：222

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>

<<如何制定战略规划>>

内容概要

仁达方略是国内领先的大型管理研究与咨询机构，集团管理权威。公司致力于为企业、政府及非盈利组织提供从发展战略、组织变革、运营改善到文化管理、品牌提升的专业服务。

仁达方略素以提供操作性强的个性化解决方案著称，以帮助客户解决实际问题、提升管理水平、实现战略目标赢得客户信任和赞誉。

仁达方略注重实证研究，在战略、组织、集团管控、人力资源和企业文化等多个领域取得成果，首创了多套行业领先的管理理论和咨询模型，并在电力、机械制造、烟草、煤炭、金融、通信、汽车、房地产等众多行业的咨询实践中得到普遍验证，进而被业内人士广泛使用和借鉴。

<<如何制定战略规划>>

作者简介

王吉鹏：仁达方略管理咨询公司董事长，著名实战派管理学者，集团管理权 = 威专家，中国顶级管理咨询机构——仁达方略管理咨询公司董事长，长期从事集团型企业组织行为与组织变革实证研究与咨询实践，善于把握大型企业管理规律，首创“集团管控”和“企业文化落地”概念，全新的实证性理论体系与建设方法被广泛应用到诸多著名集团企业管理实践之中，受到企业界和学术界普遍认可和推崇。

受聘为国内多所知名商学院客座教授，著有《集团管控》、《企业文化建设》、《管理感悟》等个人专著30余部，并主导出版了企业战略、集团管控、企业文化、人力资源四大系列丛书。

其领导的金牌咨询团队为国家电网、中国银行、交通部海事局、中航油、中粮集团、中国五矿、华电国际、中华通信、中国大唐、中国电子、中国南车、上海大众、国机集团、蒙牛乳业、大庆油田、大连化工集团、晋煤集团、北京金融街等数百家国内知名大型集团公司，及英博啤酒、英美烟草等多家国际集团提供过专业咨询服务。

<<如何制定战略规划>>

书籍目录

第一章 战略就是选择、定位和布局

第一节 战略究竟是什么

第二节 企业家的理念决定战略

第三节 战略的本质是选择、定位和布局

第二章 产业战略选择——商业模式、产业组合和价值链选择

第一节 商业模式选择

第二节 产业组合选择

第三节 价值链选择

第三章 产业战略定位——产业选择和价值链细分

第一节 产业集团与投资集团的选择

第二节 产业投资最优组合的实现

第三节 将资源集中在价值链的核心价值环节

第四章 市场战略定位——规模化、集中化和差异化

第一节 规模化与成本战略

第二节 集中化与细分战略

第三节 差异化与竞争战略

第五章 战略布局——时间布局、空间布局、股权布局

第一节 以优势构建的方式进行时间布局

第二节 以全价值链分布的方式进行空间布局

第三节 以资本运营的方式进行股权布局

第六章 战略协同——核心竞争力、价值链和产业周期协同

第一节 核心竞争力协同

第二节 价值链协同

第三节 产业周期协同

第七章 战略领导力

第一节 战略领导力的概念和内涵

第二节 传统战略理论和方法的缺陷——忽略了战略领导力

第三节 专业化还是多元化——战略领导力是决定因素

第四节 新兴产业——战略领导力的竞技场

第八章 战略落地——组织、执行与路径选择

第一节 将战略落地，还要靠组织力

第二节 战略落地是最好的执行

第三节 战略落地的路径选择

第四节 战略落地须避免路径依赖

后记

<<如何制定战略规划>>

章节摘录

战略问题，历来为兵家所重视。

古人云：“人无远虑，必有近忧。

”“凡事预则立，不预则废。

”这里的“远虑”、“预”，指的就是战略问题。

古人的这些教诲，无疑是适用于企业的经营管理的。

企业家重视战略问题，正是为了使企业立于不败之地。

一、所谓“战略” 一些国内学者认为，企业战略是企业根据其外部环境及内部资源和能力的状况，为求得企业生存和长期稳定地发展，为不断地获得新的竞争优势，对企业发展目标、达成目标的途径和手段的总体谋划。

简单来说，战略可以用三句话来概括：想干什么、怎么干、凭什么。

第一，想干什么？

就是在哪里去进行竞争，简而言之，就是我们想干什么，不想干什么。

比如说企业要发展房地产，是在北京还是在上海发展房地产？

是发展公共建筑还是做民宅？

是做高档住宅还是做普通民宅？

因此，企业想干什么，完全是一个战略选择，需要在产业、地域、产品结构和价值链环节的基础上做战略选择。

福特公司将自己定位于“在汽车及汽车相关产品和服务，及其他新兴工业如航天、通信、金融服务等领域中的全球性的领导者”，基于这样的定位，福特公司为自己作出了战略选择，自己身处何领域、想干什么就非常清晰了。

第二，怎么干？

我们将在何种标准或差异性特征上去进行竞争？

是成本、质量、可靠性，还是产品或服务的提供过程？

如何竞争，就是怎么与对手展开竞争。

按照波特的竞争理论，企业的竞争优势来自于低成本和差异化。

.....

<<如何制定战略规划>>

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>