

<<企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787811234947

10位ISBN编号：7811234947

出版时间：2008-12

出版时间：北京交通大学

作者：王翔

页数：250

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>

前言

近来，企业界流行一句话，“思路决定出路，布局决定格局”。

江苏省苏舜工贸集团有限公司作为一家诞生于计划经济时代的老国企，走过了四十余年的风雨历程，有过辉煌，也有过困惑，特别是在当今新一轮全国车市重新洗牌的严峻市场环境下，在企业改制的重重矛盾中，如何优化产业结构，做强做大主业，强化内部管理，苦练内功，使其焕发新的活力。

在思考、摸索和推动苏舜企业二次创业实现战略转型的过程中，有幸与东南大学的王翔博士共同讨论企业发展战略问题，从现代服务业和微观企业—中观产业—宏观经济联动的新视角，重新审视苏舜企业发展战略。

站在全局和战略的高度，苏舜企业准确地把握了内外部形势，澄清和揭示了发展面临的重要机遇、潜在威胁、有利条件和不利因素，明确了未来发展方向和目标，确立了发展的重点、着力点和路径，引导和推动了企业科学发展。

正所谓，“战略决定行动，行动产生效益”。

苏舜企业通过明确发展战略，在前瞻性地估计到全球经济增长放缓、车市下滑和生产要素成本上升的基础上，及时调整企业经营行为，收缩经营战线，严格控制投资，杜绝出血点；剥离不良资产，增资优良资产，强化集团的核心增值业务，调整优化业务结构；堵塞跑冒滴漏，双降双压，稳住了规模，提升了企业效益。

今天，由美国次贷危机引发的全球金融风暴正转化为一场全球性经济衰退，加上各种成本的上升，企业经营日益艰难。

苏舜企业及时的战略转型为企业避免了外围的投资损失，同时增强了企业的内部积累，为本企业渡过“冬天”的难关，也为贯彻省农垦集团“二次创业、创新发展”的决策部署提供了坚实的保障。

<<企业战略管理>>

内容概要

本书共分战略概论篇、战略分析篇、战略形成篇和战略实施篇4篇展开，在明确战略和战略管理基础性理论概念、模型和思想的基础上，深入剖析战略分析所涉及的使命目标、外部环境、内部实力和社会责任4个前提假设，讨论如何形成职能层、业务层、公司层和网络及商业生态系统层四层次战略，并就如何构建和优化治理结构、组织架构、控制系统和组织文化四大支柱，保障高效成功实施战略进行了阐述。

《企业战略管理：理论框架与实践技术》形成三大特色，增强了本书的价值和生命力：（1）理论与实践的结合，知行互动；（2）战略内容与过程的平衡；（3）工作与生活的联动，引用大量经济生活中的案例和故事，富有趣味，具有启发作用。

本书能够满足不同层次读者的多元化需求，可作为高校经管类高年级本科生、研究生（包括MBA、EDP学员等）教材和战略管理研究人员、工商企业决策者和高层管理者、战略咨询师、金融界人士等的战略参考用书。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1部分 战略概论篇	第1章 战略管理的基本概念	1.1 企业战略	1.1.1 企业战略的本质
1.1.2 企业战略的分类	1.2 企业战略管理	1.2.1 管理的内涵	1.2.2 战略管理的本质与特征
1.2.3 战略管理过程	1.2.4 随机应变的战略	分析讨论题	实践演练题
第2章 战略管理决策及影响因素	2.1 决策	2.1.1 决策及其类型	2.1.2 决策过程
背后的心理因素：知觉、记忆和直觉	2.2 个人决策	2.2.1 选择性知觉	2.2.2 重构式记忆
2.2.3 简捷化直觉	2.3 群体决策	2.3.1 群体决策的优点和缺点	2.3.2 改善群体决策的方法
2.4 战略决策的陷阱与如何作出高质量的战略决策	2.4.1 一般决策的心理陷阱	2.4.2 战略决策的三大陷阱	2.4.3 如何作出高质量的战略决策
分析讨论题	实践演练题	第3章 战略管理的主线逻辑	3.1 企业成功因果链
3.2 内外匹配：自然法则——“适者生存”	3.3 由外而内：环境决定——“隔行如隔山”	3.4 由内而外：能力决定——“是金子总会发光”	3.5 共同演化：内外互动——“马太效应”
分析讨论题	实践演练题	第2部分 战略分析篇	第4章 明确使命目标：勾画未来蓝图
4.1 从利益相关者视角看企业生存之本	4.1.1 利益相关者	4.1.2 企业立身之本——企业与利益相关者多赢合作	4.2 个人和组织存在的意义
4.2 个人和组织存在的意义	4.3 使命陈述	4.3.1 使命的内涵与作用	4.3.2 核心理念——核心价值观和核心目的或任务
4.3.3 想象中的未来——胆大包天的目标和生动的描述	4.4 明确目标	分析讨论题	实践演练题
第5章 透视外部环境：识别机会与威胁	5.1 宏观一般环境及PEST模型	5.2 中观产业环境	5.2.1 产业竞争力量及五力模型
5.2.2 产业内部战略集团	5.2.3 产业链上下游	5.2.4 产业生命周期	5.3 微观经营环境
分析讨论题	实践演练题	第6章 把握内部实力：弄清优势	第7章 关注社会责任：利义取舍权衡
第3部分 战略形成篇	第8章 业务层战略：创建和保持竞争优势	第9章 职能层战略	第10章 公司层战略
第11章 网络及商业生态系统层战略	第4部分 战略实施篇	第12章 战略实施保障：结构、系统和文化	

章节摘录

第1部分 战略概论篇 任何一个好的管理理论总是由一系列的基本概念、观点、模型、机制等及其联系构成的，用来解释某个特定研究范围内各种要素之间的因果关系，弄清楚什么样的行为会带来什么样的后果，从而帮助人们正确地解释现状，理解正在发生的事情及其原因，同时帮助人们对未来做出更为可靠的预测。

相似的是，战略管理理论也是以一些基本的概念、模型、机制及它们之间的联系为基础的，了解战略管理理论并将之用于指导企业战略管理实践从而发挥真正的作用，其先决条件是必须对这些基础性的战略理论要素有准确、透彻的理解。

本篇为战略概论篇，主要介绍企业战略管理的基础性知识概念体系，共分3章展开，第1章为战略管理的基本概念，第2章为战略管理决策及影响因素，第3章为战略管理的主线逻辑。

第1章主要介绍企业战略、管理和战略管理的内涵及外延，了解在动态多变的全球化商业环境中无论是对于企业还是对于个人运用战略管理的思维和原则去分析和处理问题的必要性和重要价值。

第2章主要介绍影响战略管理决策的各种因素（包括知觉、记忆和直觉等心理因素）、作用规律及作用的后果（可能出现的偏差），介绍了企业战略管理决策存在的典型误区并给出提高战略管理决策质量的对策建议。

第3章讨论了企业为了赢得和保持竞争优势而分析制定战略中最频繁使用的4种主线逻辑：由外而内——环境决定论、由内而外——企业能力论、内外匹配——SWOT理论和共同演化——社会互动理论，它们为在不同条件下企业开展战略思维和操作提供了根本性的指导原则。

编辑推荐

《企业战略管理：理论框架与实践技术》能够满足不同层次读者的多元化需求，可作为高校经管类高年级本科生、研究生（包括MBA、EDP学员等）教材和战略管理研究人员、工商企业决策者和高层管理者、战略咨询师、金融界人士等的战略参考用书。

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>