

《战略管理》

图书基本信息

书名：《战略管理》

13位ISBN编号：9787040310405

10位ISBN编号：7040310406

出版时间：2011-3

出版社：高等教育出版社

页数：420

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《战略管理》

内容概要

《战略管理》是高等学校管理类主干课程教材。《战略管理》首先介绍了战略的概念和特点，并在此基础上追溯与回顾了中西方战略管理的发展历程；继而根据组织面临的内外部环境，将战略分析的内容划分为三个层次，在之后的第二章、第三章、第四章分别介绍了企业面临的外部宏观环境、中观的行业与市场竞争环境以及企业内部的微观资源环境；第五章重点讨论了战略制定的过程、战略制定与选择的流程、战略方案的内容及最终方案的评估与选择；第六章对纷繁复杂的企业战略的层次与种类进行了梳理，并介绍了几种主要的成长战略与竞争战略；《战略管理》的最后两章分析了战略实施的原则、模式与步骤，以及战略控制与评价的作用、使用的条件和具体实行的工具和流程等，帮助企业有效地控制与评价战略管理的实施过程。

《战略管理》可作为MBA、管理类研究生和本科生的战略管理教材，也可供有关专业人员和广大企业家与管理人员参考。

书籍目录

第一章 战略管理概论第一节 战略概述战略的来源战略的定义企业战略的特点战略管理的意义企业战略的其他关键概念第二节 战略思维的发展历程军事战略思维企业战略思维第三节 战略管理的主流观点与十大学派战略管理的主流观点战略管理的十大学派第四节 战略的层次及战略管理的内容与过程战略的层次战略管理的内容与过程附录 改革开放三十年——中国战略管理的理论与实践之路第二章 宏观环境分析第一节 环境的本质环境分类与层次超竞争环境与竞合第二节 PEST分析政治与法律环境经济环境社会文化和自然环境技术环境第三节 宏观环境评估环境变化对行业边界的影响环境变化对顾客行为的影响环境变化对供应商的影响环境变化对产品替代的影响环境变化对关键成功因素的影响案例越萧条，越成长第三章 行业结构与竞争对手分析第一节 行业结构分析行业结构与企业行为的关系：SCP范式行业的分类行业特征第二节 五力模型潜在的进入威胁替代品的威胁供应商的讨价还价能力购买者的讨价还价能力第三节 竞争对手分析竞争对手的识别产生激烈竞争的因素竞争分析的方法与步骤第四节 竞争情报与信息管理竞争情报的重要性竞争情报的来源建立竞争情报信息系统信息化体系案例寻找产业链中的新角色第四章 内部资源与能力分析第一节 内部资源分析了解组织的内部资源相关因素企业是战略资源的集合体资源的类别企业资源的特性第二节 组织能力分析组织的能力核心能力与竞争优势的形成“软实力”分析第三节 市场份额与竞争地位分析市场份额分析竞争地位分析第四节 利益相关者分析利益相关者的角色确定利益相关者及其地位利益相关者的权力来源与评估第五节 比较分析与整体评价历史比较分析行业比较分析标杆比较分析案例4-1 企业最优业务组合战略的一个理论廓清——以格兰仕为案例案例4-2 旧行业的新想象第五章 战略制定与选择第一节 组织的使命、愿景与战略目标使命愿景愿景与使命的关系组织的价值观组织的战略目标战略目标体系第二节 SWOT分析SWOT分析的内容SWOT矩阵第三节 战略制定的流程与内容战略制定的原则战略制定与选择的流程战略制定的方法战略方案的内容战略规划中涉及的角色战略形象化……第六章 主要的战略类型第七章 战略实施第八章 战略控制与评价主要参考文献

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:www.tushu111.com