

《现代企业战略学》

图书基本信息

书名：《现代企业战略学》

13位ISBN编号：9787300010748

10位ISBN编号：7300010741

出版时间：1991-04

出版社：中国人民大学出版社

作者：谷方

页数：281

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

内容概要

本书着重讲述水轮机、水轮发电机安装、检修的基本工艺和安装程序，对安装、检修的主要环节作了较详细地叙述；介绍了一些小型机组的安装调整方法；对水轮发电机组经常出现的故障、原因及处理方法作了简单介绍。

书籍目录

目录

第一章 绪论

第一节 企业战略研究的兴起

- 一、企业战略理论的产生
- 二、70年代的“战略热”
- 三、中国企业战略研究的进展
- 四、本书的主要特点

第二节 企业战略研究的对象

- 一、企业战略及其特征
- 二、企业战略体系及其层次

第二章 企业总体战略

第一节 企业总体战略的构成

- 一、战略指导思想
- 二、战略目标
- 三、战略重点
- 四、战略对策

第二节 战略管理

- 一、战略管理概述
- 二、战略管理研究的现状与发展动向
- 三、战略制定
- 四、战略执行
- 五、战略控制
- 六、战略修订

第三章 企业家的战略意识和战略观念

第一节 企业家的战略意识

- 一、企业家必须具有战略意识
- 二、企业家的战略意识体系

第二节 企业家的战略观念

- 一、企业家必须具有战略观念
- 二、企业家的战略观念体系

第四章 企业家的战略决策

第一节 战略决策及其依据

- 一、战略决策的含义
- 二、战略决策的特征
- 三、战略决策的依据

第二节 战略决策的基本要求

- 一、把握住决策目标的准确性
- 二、坚持决策主体的群众性
- 三、提高企业家的决策素质

第三节 战略决策的一般程序

- 一、提出问题
- 二、确定目标
- 三、制定方案
- 四、评估选优
- 五、实施追踪

第五章 市场战略

第一节 市场战略环境

- 一、什么是市场战略环境
- 二、分析市场战略环境的意义
- 三、企业和战略环境的关系
- 第二节 国内市场战略
 - 一、市场细分化
 - 二、市场细分化战略
 - 三、市场战略的选择
 - 四、市场定位
- 第三节 国际市场战略
 - 一、开拓国际市场的意义
 - 二、打入国际市场的战略
 - 三、转移国际市场的战略
- 第六章 竞争战略
 - 第一节 竞争与竞争规律
 - 一、竞争是商品经济的产物
 - 二、竞争是经济发展的动力
 - 三、优胜劣汰是竞争的规律
 - 第二节 竞争策略
 - 一、知己知彼正确妙算
 - 二、掌握时机争取主动
 - 三、适应需要贵在创新
 - 四、扬长避短发挥优势
 - 第三节 竞争战略
 - 一、战略在竞争中的地位
 - 二、竞争战略的重要支柱
 - 三、竞争的道德和法律
- 第七章 产品质量战略
 - 第一节 产品质量对企业的意义
 - 一、产品质量是企业的生命
 - 二、产品质量是企业的形象
 - 三、产品质量是不断提高企业经济效益的重要条件
 - 四、创优质名牌产品是企业长盛不衰的重要保证
 - 第二节 产品质量的战略模式
 - 一、产品功能战略
 - 二、产品性能战略
 - 三、产品使用寿命战略
 - 四、产品经济性战略
 - 五、产品外观战略
 - 六、产品包装战略
 - 第三节 产品质量的战略管理
 - 一、质量战略管理的基本模式
 - 二、质量战略管理的基本内容
- 第八章 价格战略
 - 第一节 价格战略的目标和类型
 - 一、价格战略实施的条件
 - 二、价格战略目标
 - 三、价格战略类型

第二节 价格战略的选择

- 一、高档商品价格战略选择
- 二、中档商品价格战略选择
- 三、低档商品价格战略选择
- 四、新产品价格战略选择
- 五、滞销产品价格战略

第三节 产品定价策略

- 一、产品定价策略的依据
- 二、需求弹性定价策略
- 三、心理价格策略
- 四、折扣价格策略
- 五、差别定价策略

第九章 新产品开发战略

第一节 新产品开发的特征和方向

- 一、新产品开发的特征
- 二、产品以新取胜
- 三、新产品开发方向
- 四、新产品开发程序

第二节 新产品开发的战略类型

- 一、领先型开发战略
- 二、追随型开发战略
- 三、替代型开发战略
- 四、惰性型开发战略
- 五、混合型开发战略

第三节 产品生命周期及其应用

- 一、产品生命周期
- 二、产品生命周期的延长
- 三、新产品的储备与投放

第十章 多种经营战略

第一节 多种经营战略及其分类

- 一、多种经营战略的含义
- 二、多种经营战略的分类
- 三、多种经营战略的意义

第二节 决定多种经营战略的因素

- 一、决定多种经营战略的外部因素
- 二、决定多种经营战略的内部因素

第三节 多种经营战略的选择

- 一、选择的原则
- 二、选择的程序
- 三、战略的实施

第十一章 人才战略

第一节 人才在企业中的地位和作用

- 一、企业人才的定义
- 二、人才是企业的宝贵财富
- 三、企业家要树立正确的人才观

第二节 企业人才战略的制定与实施

- 一、制定实施企业人才战略的指导思想和基本方法
- 二、人才开发与培训战略

三、人才使用战略

四、人才战略的组织实施

第十二章 企业成长战略

第一节 企业成长与规模经济

一、企业成长的条件

二、企业成长的动力

三、使企业永葆青春

四、适度规模经济

第二节 企业成长战略类型与选择

一、密集型成长战略

二、一体化成长战略

三、多样化成长战略

四、生产要素的优化组合

五、企业成长战略模式的选择

第十三章 科技战略

第一节 科学技术是生产力

一、什么是科学技术

二、科学技术是生产力

三、科学向生产力的转化

第二节 科技战略的选择和制定

一、企业科技战略模式的选择

二、企业科技战略目标的确定

三、企业技术结构的设计

第三节 科技战略的指标体系

一、新技术节约劳动量的确定

二、技术水平的计算

三、技术进步对产值增长速度的贡献

四、技术进步对新增产值的贡献

五、技术进步对劳动生产率增长速度的贡献

六、技术改造年效益指标

第十四章 企业文化战略

第一节 企业文化战略的作用和特点

一、企业文化战略的概念

二、企业文化战略的地位和作用

三、企业文化战略的特点

第二节 企业文化战略的构成

一、企业文化战略的指导思想

二、企业文化战略的目标

三、企业文化战略的重点

四、企业文化战略的措施

第十五章 小企业发展战略

第一节 小企业发展战略的意义

一、战略学意义上的“小企业”概念

二、小企业的地位和作用

三、小企业发展战略的意义

第二节 小企业发展战略的类型

一、资源导向型战略

二、产业结构导向型战略

三、依附型战略

四、在“夹缝”中求发展的战略

五、联合竞争型战略

第三节 小企业发展战略的制定与实施

一、正确选择发展目标与战略模式

二、采取适合小企业特点的方法和手段

后语

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