

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787030250926

10位ISBN编号：7030250923

出版时间：2009-7

出版时间：科学出版社

作者：张阳，周海炜，李明芳 主编

页数：387

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

本书的三位作者长期以来一直从事战略管理的教学、研究和咨询活动，而且在战略管理研究领域有很好的长期合作，本书正是这种合作的成果之一。

同时，作为河海大学战略管理研究所成果的一部分，本书也凝聚了所内所有成员的集体努力。

长期以来，我们一直希望能有一本与中国企业实际、教学实际相结合的战略管理教材。

这种结合不仅仅是加一些中国情景的案例，更重要的是一种思路。

在长期的战略管理教学、研究和咨询活动中，我们深感需要结合中国学生的实际需求、企业战略管理实践的特点和当前战略管理咨询的特点来系统介绍战略管理。

一方面，我们既有刚刚学习工商管理的本科生，也有关注战略管理前沿问题的硕士生和博士生，还有来自企业的MBA学员。

他们希望了解战略管理的知识体系，但对知识的需求层面不同。

另一方面，学习战略管理的管理者，有来自工商企业的，也有来自政府部门的。

他们希望解决自己面临的问题，其中有些问题非常现实，难以纳入学科规范。

我们认为，战略管理的教学不仅是传授知识，更重要的是引导思考。

目前的战略管理主流知识体系主要来自西方尤其是美国的企业实践。

实际上，在中国历史上存在着独特的战略思想体系，它深刻影响着中国企业的管理实践。

它不基于企业组织，但影响着企业的战略行为。

本书持开放的态度容纳来自东西方的战略管理理论和思想。

我们认为，了解这些理论和思想并将其创新性地运用于战略管理是非常必要的。

为此，我们对本书做了以下安排：第一，我们希望读者首先了解现代工商企业及其发展，在此基础上，建立对企业战略、战略管理的基本认识，并以开放的态度学习西方战略管理理论和东方战略管理思想，从卓越的企业战略管理实践中领悟战略的真谛。

第二，我们运用战略分析、战略制定与战略实施的管理过程框架来介绍战略管理的经典知识和最新发展。

这一框架以战略管理实务的介绍为基本内容，既可以作为企业战略管理过程的基本框架，也可以作为战略管理咨询的基本框架。

第三，我们希望以战略创新作为战略管理学习与实践的指向。

<<战略管理>>

内容概要

作为战略管理教材，本书为读者提供了战略管理知识的全面导引性内容。

全书共5篇，分别为导论、战略分析、战略制定、战略实施、战略创新。

在导论中，介绍了战略管理概述、西方战略管理理论、东方战略思想、战略管理实践；在战略分析中，介绍了企业历史和现状分析、外部环境分析、内部条件分析；在战略制定中，介绍了战略使命与战略目标、公司层战略、经营层战略、职能战略；在战略实施中，介绍了战略实施过程与战略执行，公司治理与战略管理，组织、文化与战略管理，业务流程与战略管理；在战略创新中，介绍了企业创新与战略创新、西方战略创新思潮、管理文化视角的战略创新。

本书穿插了很多案例，并配有多媒体课件。

本书的读者对象主要是高等院校管理类专业本科生、MBA等研究生以及对战略管理感兴趣的科研人员、企业管理人员。

<<战略管理>>

书籍目录

前言第一篇 导论 第1章 战略管理概述 第2章 西方战略管理理论 第3章 东方战略思想 第4章 战略管理实践第二篇 战略分析 第5章 企业历史和现状分析 第6章 外部环境分析 第7章 内部条件分析第三篇 战略制定 第8章 战略使命与战略目标 第9章 公司层战略(一) 第10章 公司层战略(二) 第11章 经营层战略 第12章 职能战略第四篇 战略实施 第13章 战略实施过程与战略执行 第14章 公司治理与战略管理 第15章 组织、文化与战略管理 第16章 业务流程与战略管理第五篇 战略创新 第17章 企业创新与战略创新 第18章 西方战略创新思潮 第19章 管理文化视角的战略创新

章节摘录

第一篇 导论 第1章 战略管理概述 1.1 企业与企业战略 制定和执行企业战略是管理一个企业并使其在市场中获胜的核心和灵魂。

麦肯锡公司的一项研究表明，企业的成功基于两条原因：一是必须有明确的发展战略，二是以有限的资源组合专注于组织目标的实现。

这就是说，企业的发展必须首先依赖于战略，战略管理是企业发展的客观要求。

1.1.1 现代工商企业及其发展 1.1.1 企业与企业战略 我们今天学习的战略管理首先是关于企业的战略管理。

不了解企业组织及其特征，就很难制定和实施一个切实可行的战略，实现战略管理。

虽然现实中还有许多其相关的战略实践与知识，它们对战略管理非常有意义，但并不能简单地与企业的战略相互替代。

因此，认识战略管理首先需要认识企业。

1) 企业作为一种经济组织 企业是市场经济中的一种经济组织，它占有有形和无形的资产，目的是以盈利性价格市场提供产品与服务。

然而，企业的能力是有限的，企业生存的环境资源也是有限的，两个“有限”决定了企业的发展只能通过选择有限目标来实现。

企业的经济性质决定了企业发展要解决好“效率”与“效果”问题。

简单地说，所谓效率问题就是如何做得更好，所谓效果问题就是如何做对事情，后者是战略管理的核心问题。

<<战略管理>>

编辑推荐

《战略管理》精品课程立体化教材系列是根据教育部建设国家级精品课程的要求，由各学科领域全国知名教授领衔，精心编写而成。

各门课程按照立体化教学的需要进行建设，努力构建出一个包括主干教材、多媒体教学课件，教学参考用书、学生辅导用书、习题案例集、教学录像、教学支持网站等丰富教学支持资源的立体化教学体系。

选用该课程主干教材的教师可通过以下联系方式与出版社取得联系，以获得相关支持。

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>