

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787300106908

10位ISBN编号：7300106900

出版时间：2009-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：邵一明

页数：286

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>

<<战略管理>>

前言

战略管理是一门新兴的管理学科，我国从20世纪90年代引进国外的理论体系以来，战略管理理论已得到了较快的发展。

作为一门高度综合性的课程，战略管理有别于许多其他职能类管理课程（如生产管理、营销管理、财务管理、人力资源管理），它跨越了企业经营和管理的整个范畴，重点是研究和解决企业长远性、全局性的战略管理问题，研究如何创造和保持企业竞争优势，研究如何在复杂多变的环境中求得长期生存和持续发展，为企业高层决策者服务。

在高校，战略管理是管理类专业，同时也是工商管理硕士专业的一门核心课程。

目前战略管理已越来越受到企业界和学术界的重视，中国企业已进入战略管理时代。

本书作者长期从事战略管理课程教学和研究工作，获得了丰富的教学和科学研究、企业咨询的经验，为撰写该书打下了良好的基础。

作者所在学校南京理工大学十分重视战略管理课程的建设，2004年作为校精品课程给予立项建设，2008年被评为校精品课程，这是对我们三年来辛勤工作取得的成绩的肯定，也是对我们进一步提高教学质量的鞭策。

所以，本书也是战略管理精品课程建设的一项成果。

本书的主要特点是：1.符合教学特点。

每章的章首都列出本章学习目标，便于学生在学习的过程中能了解每一章的基本内容和重点。

各章后均有案例供学生对所学问题进行分析或在课堂上进行讨论。

通过案例分析能帮助学生提高知识的应用能力。

2.反映学科前沿。

为适应企业改革发展的新趋势，本书力求反映最新理论研究成果和实践经验，如企业愿景管理、利益相关者管理、品牌战略、国际化战略等内容都是较新的。

3.系统结构完整。

根据战略管理课程的特点，本书从战略的分析、战略的设计、战略的实施和控制多角度进行阐述，体现了战略管理的知识体系。

4.突出案例教学。

案例教学是战略管理课程的一大特色，本书选择的许多案例是非常经典的案例，在我们过去的教学中已反复使用，受到学生的好评。

综合案例以中国的案例为主，便于学生查阅资料和分析，缩短与实际的距离，增加实践感。

<<战略管理>>

内容概要

本书是作者在多年从事战略管理课程教学与研究的基础上，参阅国内外大量资料，结合企业实践编写而成的。

全书比较系统、全面地阐述了战略管理的主要内容，包括战略管理概论、企业使命、企业内外环境分析、业务层战略、多元化战略、并购战略、战略联盟、品牌战略、战略实施等。

本书的主要特点是：
· 适应企业改革发展的新趋势，力求反映战略管理的最新理论研究成果和实践经验。

· 结构完整，根据战略管理课程的特点，从战略的分析、战略的设计、战略的实施和控制进行了多角度的阐述，体现出了战略管理的知识体系。

· 突出案例教学，书中选择了许多经典的案例，且以中国的案例为主，便于学生查阅资料和分析，增强实践感。

附录还讨论了案例教学方法，提出了案例教学的经验和体会。

本书是南京理工大学战略管理精品课程建设项目的成果，配有丰富的教辅资源，适合作为高校工商管理类专业本科教材，也可作为MBA和企业管理人员培训的教材和参考书。

<<战略管理>>

作者简介

邵一明，管理学博士，南京理工大学经济管理学院副教授、硕士生导师。

2003年加拿大约克大学访问学者。

在《管理工程学报》、《经济管理》等期刊上发表论文40多篇。

主持和参与国家自然科学基金项目及省部级项目20多项。

出版《品牌延伸战略研究》、《现代企业管理》等著作6部。

研究方向为：战略管理、营销管理。

<<战略管理>>

书籍目录

第1章 导论 第1节 战略管理概述 第2节 战略管理的定义、过程和层次 第3节 战略管理者与战略性思维 第4节 战略管理的利益相关者 案例 海尔集团

第2章 企业愿景、使命和战略目标 第1节 企业愿景 第2节 企业使命 第3节 企业战略目标 案例 中国移动的核心价值观

第3章 外部环境分析 第1节 宏观环境分析 第2节 行业环境分析 第3节 主要竞争对手分析 第4节 外部环境分析的方法和技术 案例 视频概念公司

第4章 企业内部条件分析 第1节 企业资源分析 第2节 企业能力分析 第3节 企业价值链分析 第4节 企业业务外包分析 第5节 SwOT矩阵分析法 案例 新东方的成长

第5章 业务层战略 第1节 成本领先战略 第2节 差异化战略 第3节 集中化战略 第4节 不同行业与企业的竞争战略选择 案例 传媒产业——民营企业经济的新舞台

第6章 公司层：多元化战略 第1节 企业多元化战略概述 第2节 企业实施多元化战略的原因 第3节 相关多元化战略与不相关多元化战略 第4节 实施多元化战略的途径 第5节 企业多元化战略的风险 案例 澳柯玛足陷“多元化”？

第7章 企业战略联盟 第1节 战略联盟概述 第2节 战略联盟的动因及形式 第3节 战略联盟中的竞争与合作 第4节 组建战略联盟应注意的问题 案例 鞍钢强化客户战略联盟 巩固船用钢板“老大”地位

第8章 企业并购战略 第1节 企业并购概述 第2节 企业并购的动机 第3节 企业并购的程序 第4节 企业并购评价 第5节 企业并购后的管理整合 案例 引领探索新世界，联想国际化初战告捷

第9章 企业国际化战略 第1节 国际化战略概述 第2节 国际化参与战略的选择 第3节 目标市场进入方式及其选择 案例 韩国汽车怎样打入美国市场

第10章 企业品牌战略 第1节 品牌概述 第2节 品牌战略概述 第3节 品牌战略分类及选择 第4节 品牌延伸战略 案例 联邦快递的战略品牌

第11章 组织结构与战略实施 第1节 组织结构与战略的关系 第2节 战略和组织结构的发展模式 第3节 实施业务层战略的组织结构 第4节 实公司层战略的组织结构 第5节 国际化战略的实施 第6节 企业战略与组织结构的调整 案例 海尔集团的业务流程再造

第12章 资源配置、文化、领导与战略实施 第1节 资源配置与战略实施 第2节 企业文化与战略实施 第3节 领导与战略实施 案例 服务：IBM企业文化的卓越追求

第13章 企业战略控制 第1节 战略控制概述 第2节 战略控制过程 第3节 战略控制的方法和手段 第4节 战略控制的设计 案例 IBM公司战略的调整

附录1 提高战略管理课程案例教学效果应注意的几个问题 附录2 战略管理案例教学方法与综合案例参考文献

<<战略管理>>

章节摘录

插图：1.国际化环境的内容从地域空间来看，国际经营环境由母国环境、东道国环境和国际环境三部分构成。

（1）母国环境。

母国环境由本国的间接环境因素和直接环境因素所构成。

国内经理们对这些因素最为熟悉了解。

这些因素不仅影响国内经营，也影响海外业务。

母国的经济、政治和社会状况促使本国政府制定鼓励或限制对外投资和出口的政策。

例如，当政府面临外汇短缺时，可能限制资金的外流，这将制约以该国为基地的国际企业的海外扩张。

相反，如果国内失业率高，在海外有生产基地的国际企业可能会遇到进口限制。

1986年，埃及政府就通过关税措施实施了一系列进口限制。

（2）东道国环境。

东道国环境是企业某外国市场上经营时，在当地所面临的各种间接和直接环境因素。

同样的因素在母国也存在，只是在其他国家，这些因素的状况可能与本国大不相同。

在国内环境中，经理们所面临的许多因素维持不变，单一的货币、同质且熟悉的文化、共同的语言、熟悉的基础结构，经理们就是在这样的环境中生长、生活和工作的，他们能对之给予预见、接受，作出本能的反应，因而也就对之加以忽视。

而在国际经营中，具有这样特性的因素是很少的。

当然，不同东道国的情况不一样，各类环境的差别、机会以及威胁也大为不同。

东道国环境状况与本国环境状况可能有很大差别，而各东道国之间的差别可能较小。

因而，尽管有些国家之间存在环境差别，但与国内相比，这种差别就显得很小了。

例如，对西方国家的国际公司而言，在欧洲国家运营时可能发现政治环境有很大的差别，但在非洲和亚洲国家运营时可能发现文化差异会更大。

东道国环境因素的另一特点是难以评价和预测。

环境陌生，缺乏信息，常常会带来不正确的评价和预测。

在外国环境中，它使许多分析家感到意外。

有些国家政局不稳定，曾经赞同海外投资的政府可能一夜之间被反对外资的政府所代替。

因此，这些环境因素的高度不确定性和多样性要求有更为复杂的决策过程。

（3）国际环境。

当企业进行国际经营时，涉及资源和业务在不同国家之间的流动。

母国环境和东道国环境之间以及各东道国环境之间的相互作用就构成了国际经营的国际环境。

国际环境包含一系列多样化的政治、法律与经济因素，主要由国际机构、国际货币体系以及国际协议构成国际环境的主体。

联合国及其所属机构等国际组织、欧盟等区域性组织、石油输出国组织等国际工业组织的政策和活动都对企业的国际经营活动构成直接或间接的影响。

<<战略管理>>

编辑推荐

《战略管理》从战略的分析、战略的设计、战略的实施和控制多角度进行阐述，体现了战略管理的知识体系。

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>