

<<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：9787302258056

10位ISBN编号：7302258058

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：李春波 编

页数：333

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>

<<企业战略管理>>

内容概要

由李春波主编的《企业战略管理》详细介绍了战略管理的起源和相关流派；系统阐述了战略的相关含义、战略管理的基本理论和战略选择的方法；剖析了影响战略选择的各种要素：在宏观外部环境分析中，拓展了PEST分析的外延，增加了自然要素；在行业环境分析中，重点分析了行业结构、竞争对手和行业内战略群体。

《企业战略管理》可作为MBA，商学院本科生—研究生教材，也可作为企业管理人员的参考书。

作者简介

李春波，1967年生，河海大学管理工程学士，黑龙江大学管理学硕士。

现为黑龙江大学经济与工商管理学院工商管理系系主任。

与他人联合出版《管理学概论》和《水利工程经济》两部教材，指导和参与完成国家和省级科研项目7项，发表论文十余篇。

主要研究方向：企业管理和技术经济。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1章 企业战略管理概况

- 1.1 企业战略管理的基本概念
- 1.2 企业战略管理理论的产生与发展
- 1.3 企业战略管理流派

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第2章 企业内部环境分析

- 2.1 企业经营资源分析
- 2.2 企业战略能力分析
- 2.3 企业核心能力分析
- 2.4 内部环境分析技术

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第3章 企业外部环境分析

- 3.1 外部环境概述
- 3.2 宏观外部环境分析
- 3.3 产业竞争性分析
- 3.4 竞争对手分析
- 3.5 市场信号辨识

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第4章 企业使命与战略目标

- 4.1 企业使命
- 4.2 企业愿景
- 4.3 企业战略目标

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第5章 公司战略选择

- 5.1 发展型战略
- 5.2 稳定型战略
- 5.3 紧缩型战略
- 5.4 公司战略的实施方法

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第6章 企业竞争战略的选择

- 6.1 竞争战略的基本类型
- 6.2 竞争战略的风险
- 6.3 提高市场占有率的途径

本章小结

案例分析

<<企业战略管理>>

战略管理实务操作

第7章 国际经营战略

- 7.1 企业国际化经营的动因
- 7.2 企业国际化经营的环境因素分析
- 7.3 企业国际化战略的选择
- 7.4 企业进入国际市场的方式
- 7.5 中国企业的海外市场进入模式

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第8章 企业战略的选择分析

- 8.1 行业评价方法
- 8.2 投资组合分析方法
- 8.3 战略环境分析方法
- 8.4 SWOT分析方法
- 8.5 战略影响因素

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第9章 企业战略的实施

- 9.1 企业战略实施概述
- 9.2 资源配置与战略实施
- 9.3 组织结构与战略实施
- 9.4 管理制度与战略实施

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第10章 企业战略的控制

- 10.1 战略控制概述
- 10.2 战略控制过程
- 10.3 战略控制方法

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

第11章 变化环境下的战略管理

- 11.1 变化的环境
- 11.2 动态竞争的性质与特点
- 11.3 竞争对手的选择
- 11.4 竞争对手反应的预测
- 11.5 变革和竞争优势
- 11.6 产业生命周期
- 11.7 产业组织的演变
- 11.8 管理战略性变革

本章小结

案例分析

战略管理实务操作

参考文献

章节摘录

1. 初创期 不确定性和动荡性是产业初创期的两大特点。

比如汽车产业早期是创业者采用不同技术方法和战略的试验阶段，使用汽油引擎技术作为动力的企业不仅互相竞争，而且也与那些试图开发电力或蒸汽动力车型的企业竞争。

不同方法之间的竞争是产业初创期的主要竞争方式。

很显然，某种方法会在市场中获胜，这个时期的成功取决于对正确方法的选择，选用方法失误将导致很多企业失败，电动小汽车企业就是早期汽车技术之争的牺牲品。

如果企业想在产业的早期阶段有所作为，就必须把多种技术和战略性资产整合在一起。

新的风险事业获得成功的关键要素是发明一项新技术、新产品或新方法，然而，发明只是早期企业所要完成的部分任务，更大的挑战还在于理解创新带来的机遇，并将资源整合起来以抓住这个机遇。

由于可供选择的竞争方法之间存在冲突致使环境极不确定，因而在新兴产业中很难计划新的风险事业。

要想吸引局外企业投入大部分新投资活动所需的资源，首先要说服它们本企业选定的方法有望获得成功。

在新兴市场上，企业家和投资者面临四个方面的不确定性，即技术、市场、组织和战略。

(1) 技术的不确定性 重大的技术变革可能创造出新的产业。

‘ 固态物理学在电子开关和放大方面的应用创造了半导体产业，信息技术产业兴起于电脑技术的变革。

正因为新技术能催生新的产业，早期参与者必须在哪些技术将会普及的问题上下赌注。

部分赌注是纯技术性的。

技术能发挥什么作用？

在创新的发现阶段，新技术的可行性总是十分模糊。

在晶体管发明之前，谁也不知道固态器件是否能增大电流。

当美国国防部要求IBM公司和其他研究实验室开发一种新型计算机时，谁都没有料到它的前途会远远超过用于加减计算的机器。

现在谁也不知道对付艾滋病毒的预防疫苗何时或是否能开发出来，更不要说治愈了。

如果存在几种相互冲突的技术设计，问题会变得更加复杂，此时的问题不仅是什么东西管用，而且是哪种设计比其他设计效果更好。

(2) 市场的不确定性 如果一种产品有别于当前市场上的产品，很难预测它的需求到底有多大。

例如，在500个有线电视频道中，需求到底是多少呢？

人们愿意为电动小汽车付多少钱呢？

‘ IBM公司当初曾预测只需不到20台电脑就可以满足整个世界的需要。

同样，百代唱片公司大大低估了CT扫描技术的市场需求。

然而，更多的情况是企业过高估计最终需求。

工程师们过分迷恋于自己的新技术，误以为整个世界都会欢迎这种技术。

新技术成本的不确定性使估计市场接受程度问题变得更为复杂，企业应该为新产品定多少价呢？

编辑推荐

《企业战略管理》B&F (Business & Economic) 系列包括了工商管理核心课程、经济学、金融学、会计学、财务学、营销学、管理学等各子系列，出版规模将超过百本，可谓“百门精品教材”。 “百门精品教材”坚持“新观念与本土化”的创作思想，力图与海外教材接轨，既有海外经典教材的严密逻辑，又结合中国的实际，配有丰富的本土化案例。

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>