

<<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：9787308033787

10位ISBN编号：7308033783

出版时间：2003-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：魏江 编

页数：280

字数：368000

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

本教材写作的基本思路主要体现在以下五个方面： 1、战略管理是一门在系统整合各个职能战略基础上，实施资源有效配置，构筑企业整体优化和持续发展的课程，学习之后，学员能够融会贯通、系统思考。

2、战略管理围绕的本质问题是“企业为什么能够得回报和如何获得回报”，从这一本质问题入手，从“可做什么、能做什么、拟做什么”三个基本问题做深入分析。

3、三个基本问题的解决，从战略管理理论上，表现为各个理论学派的有效整合，寻求具体的思路 and 手段，概括起来，是企业发展目标确定业务发展和选择、企业竞争优势持续等三个问题。

4、在战略制定和实施过程中，不能为了战略而战略，不能让战略成为装饰品，而是一个能够实实在在指导具体行为的思路。

因此，战略的落实，需要各个职能的支撑和区配。

5、案例教学和理论讲授紧密结合，并提高案例教学的分量，案例以国内企业为主。

本书在系统整合各个职能基础上，从管理高层分析和指示企业战略管理的核心内容，并从企业发展目标的确定、业务发展和选择、企业持续竞争优势提出企业发展的总体、长远发展战略。

全书共五大部分，具体为：战略管理总论、业务选择和发展、竞争优势战略、战略实施措施、战略管理案例。

适用：大专院校学生教材和广大企业管理人员阅读及各类培训，进修班使用。

## 书籍目录

第一部分 战略管理总论 第1章 绪论 1.1 战略管理性质与发展 1.2 实践中的战略问题 1.3 课程内容设计原则 第2章 战略管理体系架构 2.1 战备管理体系前提 2.2 战略管理整体框架 2.3 战略管理过程分析 2.4 战略管理角色定位 第二部分 业务选择与发展 第3章 战略使命目标 3.1 业务选择根本 3.2 顾客价值分析 3.3 企业使命表述 3.4 战略目标表述 第4章 业务选择环境 4.1 环境战略互动 4.2 外部环境分析 4.3 内部环境分析 4.4 环境分析工具 第5章 业务演化发展 5.1 业务展开途径 5.2 纵向整合拓展 5.3 横向多元经营 5.4 业务组合重构 第三部分 竞争优势战略 第6章 竞争优势基础 6.1 竞争优势涵义 6.2 战略性要素审计 6.3 知识资源管理 6.4 顾客价值评估 第7章 竞争优势创造 7.1 创造优势途径 7.2 战略取舍整合 7.3 优势创造战略 7.4 分析工具运用 第8章 竞争优势持续 8.1 核心能力涵义 8.2 竞争优势演进 8.3 动态价值创新 8.4 动态组织学习 第9章 竞争合作互动 第四部分 战略实施措施 第10章 战略方案评选 第11章 资源组织优化 第12章 实施过程控制 第五部分 战略管理案例 案例一 如何应对媒体影响 案例二 电信实业业务发展 案例三 佳能公司能力制胜 案例四 “山泉、纯净水之战”与“默多克的纸老虎” 案例五 扬帆组织变革发展 案例六 万向战略文化匹配 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:<http://www.tushu007.com>