

<<公司战略管理>>

图书基本信息

书名：<<公司战略管理>>

13位ISBN编号：9787801454669

10位ISBN编号：7801454669

出版时间：2001-10

出版时间：光明日报出版社

作者：（美）格兰特

页数：445

字数：600000

译者：胡挺

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>

<<公司战略管理>>

内容概要

战略是致胜之道。

本书的不同之处也一如既往。

对经营成功的决定因素的强调是本书的指导原则。

这种对基本原理的强调保证了本书的实用性。

与许多从业者导向的战略指导书不同，它们只限于提供一些清单和套话式的概要，本书则力图深入一步，形成一个有关企业、市场和竞争过程的关键特征的更加深刻的知识体系。

对卓越业绩的驱动力的强调，意味着本书的中心内容就是竞争优势。

作者简介

罗伯特·格兰特出生于英国的布里托尔，生活在美国华盛顿特区，是乔治敦大学商学院的教授。他曾经在加州工艺学院、伦敦商学院、城市大学和圣安德鲁大学任教。格兰特曾是伦敦经济学院的学生，商业经历十分丰富，从猪肉派生产（卡夫食品公司）和轮胎翻新（费尔斯通公司）到为美国快递、ENI和其他公司提供战略咨询，他都涉足过。他的研究兴趣在于公司多元化、组织能力和知识管理以及石油和天然行业的战略和组织变革。

<<公司战略管理>>

书籍目录

前言第一编 导言 第一章 战略的概念 介绍和目标 战略在成功中的作用 经营战略分析的框架 经营战略的简要历史 公司战略和经营战略的区别 对待战略的两种不同观点：设计和过程 战略在公司中的不同作用 分析在战略规划中的作用 小结第二编 战略管理工具 第二章 目标\价值与业绩 介绍和目标 追求利润的战略 以价值为基础的管理与战略相结合时的实际问题 价值和使命 小结 第三章 分析行业环境 介绍和目标 从环境分析到行业分析 行业利润的决定因素：需求和竞争 分析行业的吸引力 行业分析的应用 对行业进行定义：识别相关市场 超越五力量模型：动态化、博弈论和协作 竞争优势的机遇：识别关键的致胜因素 小结 第四章 行业内分析 介绍和目标 行业细分 战略组分析 竞争者分析 小结 第五章 分析资源和能力 介绍和目标 资源和能力在战略规划中的作用 公司的资源 组织能力 评估资源和能力的盈利潜力 开发公司的资源基础 小结 第六章 组织结构和管理系统 介绍和目标 公司的演化 组织设计的原则 其他结构形式 协调和控制的管理系统 小结第三编 竞争优势分析 第七章 竞争优势的本质和源泉 介绍和目标 竞争优势的产生 可持续竞争优势 不同市场类型中的竞争优势 竞争优势的类型 小结 第八章 成本优势 第九章 差异化优势第四编 不同行业背景的经营战略 第十章 产业的演进 第十一章 技术密集型产业与创新管理 第十二章 成熟产业的竞争优势第五编 公司战略 第十三章 纵向一体化和企业范围 第十四章 全球战略和跨国公司 第十五章 多元化战略 第十六章 多种经营公司的管理 第十七章 新世纪的战略

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>