

<<资源、能力与企业战略>>

图书基本信息

书名：<<资源、能力与企业战略>>

13位ISBN编号：9787802074934

10位ISBN编号：7802074932

出版时间：2006-12

出版时间：经济管理出版社

作者：刘东 著

页数：314

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>

<<资源、能力与企业战略>>

内容概要

本书首先对企业资源基础理论的演变背景进行了简要的回顾，然后在详细回顾企业资源基础理论主要文献的基础上，指出企业资源基础理论目前存在的概念定义问题、内在逻辑的缺陷、动态性问题和战略管理框架的整合问题及其相关的发展方向。

企业资源基础理论目前尚未在资源这一概念定义上取得统一，部分原因是因为在观察和分析企业资源时实际上存在三个不同的视角，本书分析了这三个视角的特点，指出了企业资源定义的困难及其要求，并给出了一个新的企业资源定义：企业资源是企业所具有的、能够在一定程度上控制其在生产过程中的投入的有形或无形的投入品。

依据此定义，本书提出了一个企业资源的连续分类方法，将企业资源划分为有形资产、无形资产、人力资本、知识资本、组织资本、市场资本和社会资本，并对此进行了初步的讨论。

<<资源、能力与企业战略>>

作者简介

刘东，1971年生，四川盐亭人。
2003年毕业于南京大学，获管理学博士学位。
目前任教于南京理工大学经济管理学院企业管理系。

主要研究方向：企业战略、营销战略与策划。

<<资源、能力与企业战略>>

书籍目录

绪论第一章 资源观、能力观的回顾与评析 第一节 企业资源基础理论的演变背景 第二节 企业资源基础理论的回顾 第三节 企业资源基础理论评述——问题与发展第二章 企业资源的重新定义和分类 第一节 观察和分析企业资源的三个一般角度 第二节 企业资源的重新定义 第三节 企业资源的分类 第四节 不同类别的企业资源第三章 企业资源的七维特征分析 第一节 企业资源的共性特征 第二节 企业资源的表现特征 第三节 企业资源的变化特征 第四节 企业资源的比较特征 第五节 企业资源的内在特征 第六节 企业资源的市场特征 第七节 企业资源的生产性特征第四章 重新界定和分析企业能力 第一节 现有的能力概念定义的问题 第二节 现有能力概念的逻辑困境 第三节 企业资源与能力的关系以及企业能力的一般定义 第四节 企业能力的特征分析 第五节 资源、能力与活动的关系 第六节 资源—能力—活动分析树第五章 基于资源和能力的价值创造与竞争优势 第一节 市场需求特征分析 第二节 异质性市场需求下的价值分析 第三节 消费者价值最大化与企业竞争优势 第四节 竞争优势的实现——资源、能力与价值链第六章 基于资源和能力的企业战略 第一节 基于资源和能力的企业战略基础框架 第二节 基础框架的延伸和扩展 第三节 企业资源的配置 第四节 企业资源的发展第七章 实例分析：默克制药公司的战略变革结束语参考文献重要译名索引后记

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>