

<<动态竞争优势>>

图书基本信息

书名：<<动态竞争优势>>

13位ISBN编号：9787802075726

10位ISBN编号：7802075726

出版时间：2006-5

出版时间：经济管理

作者：霍春辉

页数：295

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>

## <<动态竞争优势>>

### 内容概要

本书着力于从理论和逻辑角度来分析可持续竞争优势问题。这种理论性研究的主要目的是为进一步的实践验证和应用奠定基础，为动态复杂环境下企业可持续竞争优势问题的理论研究和实践应用提出一个新的研究视角和分析方法，从而为这一领域相关研究的继续深入做出贡献。

## <<动态竞争优势>>

### 作者简介

霍春辉（1977 - ），管理学博士，辽宁大学新华国际商学院讲师，辽宁大学35岁以下优先资助青年骨干教师，兼任辽宁省经济体制改革学会会员。

先后担任北京，沈阳等地多家管理顾问、公司的管理咨询师，曾参与沈阳黎明航空发动机（集团）有限公司、辽宁移动通信有限责任公司、红塔辽宁烟草有限责任公司等大型企业的备询策划和管理培训。

为MBA和本科学生主讲《公司战略管理》、《市场营销学》等课程。

研究领域为：公司发展战略、市场营销、企业可持续发展。

先后参与8项国家、省、市级课题和5项横向课题，在国家、省级期刊发表学术论文10余篇，部分论文被人大复印资料及学术出版物转载，发表国际学术会议论文2篇，译著1部。

曾获辽宁省自然科学学术成果三等奖，沈阳市社科优秀成果一等奖，沈阳市社会科学课题优秀成果二等奖，辽宁大学研究生优秀科研成果二等奖。

## &lt;&lt;动态竞争优势&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论第一节 问题的提出一、企业竞争环境的变迁二、企业竞争优势的可持续性第二节 研究的前提假设一、环境不确定性假设二、有限理性及路径依赖性假设三、资源异质性假设第三节 理论基础与研究方法一、理论基础二、研究方法三、创新点第四节 研究技术路线第一章 环境与可持续性竞争优势第一节 环境与企业战略一、企业、环境与战略之间的耦合关系二、环境的动态复杂性三、动态复杂环境对战略管理的挑战第二节 环境的性质与竞争优势的持续一、静态环境视角的竞争优势二、动态环境视角的可持续竞争优势第三节 本章小结第二章 竞争优势相关研究的文献综述第一节 企业竞争优势研究的主要理论流派一、企业竞争优势外生论二、企业竞争优势内生论三、企业竞争优势综合论第二节 传统理论面临的动态复杂环境挑战一、竞争优势防护机制失灵二、传统的竞争模式失效三、线性思维模式的局限性四、竞争优势趋于动态性五、竞争战略呈现融合互动性第三节 本章小结第三章 动态复杂环境下SCA系统模型的诠释第一节 动态系统模型的构建一、动态系统思想阐述二、动态系统模型结构第二节 动态系统模型的作用机理一、竞争优势产生的基础二、竞争优势的跃迁动力三、竞争优势的跃迁路径第三节 动态系统模型的应用分析一、系统模型要素的耦合性分析二、系统模型结构的稳定性分析三、系统结构的衍生性分析第四节 本章小结第四章 可持续竞争优势的产生基础第一节 产业环境基础一、产业环境对持续竞争优势的作用力二、动态复杂环境下战略环境分析的方法和程序三、企业网络与集群环境第二节 战略资源基础一、资源价值的决定因素二、战略性资源及其类型三、战略性资源对竞争优势的作用第三节 竞争能力基础一、能力与核心能力二、核心能力与可持续竞争优势三、核心能力的培育第四节 制度规范基础一、公司治理与可持续竞争优势的关系二、产权制度在竞争优势生成中发挥的作用三、经营者激励与约束机制对可持续竞争优势的作用第五节 可持续竞争优势的钻石基础模型及其协同互动机理第六节 本章小结第五章 可持续竞争优势的跃迁动力第一节 组织学习与竞争优势的跃迁一、组织学习在竞争优势跃迁过程中的作用二、学习型组织及其构建要求三、基于动态能力的学习型组织构建原则第二节 企业家精神与竞争优势跃迁一、企业家精神的特征二、企业家创新精神对竞争优势跃迁的作用三、企业家社会责任精神与持续竞争优势第三节 企业文化与竞争优势的跃迁一、企业文化的VIRN属性特征二、企业文化在竞争优势跃迁中的作用三、推动竞争优势跃迁的优秀企业文化构建第四节 动态能力与竞争优势的跃迁一、动态能力及其形成因素二、动态能力在竞争优势跃迁过程中的作用三、动态复杂环境下企业动态能力的源泉第五节 竞争优势跃迁动力要素之间的耦合性机理分析第六节 本章小结第六章 可持续竞争优势的跃迁路径第一节 持续创新一、创新与持续创新二、持续创新与可持续竞争优势的路径选择三、持续创新能力的评价第二节 企业战略柔性一、战略柔性的内涵二、战略柔性 with 可持续竞争优势的实现路径三、提高战略柔性的途径第三节 顾客价值一、顾客价值的内涵与理论模型二、顾客价值的动态性及其驱动因素三、顾客价值战略与可持续竞争优势四、顾客价值战略的构建与实施第四节 本章小结结束语参考文献后记

<<动态竞争优势>>

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>