

<<战略管理学>>

图书基本信息

书名：<<战略管理学>>

13位ISBN编号：9787810829083

10位ISBN编号：7810829084

出版时间：2007-3

出版时间：北方交通大学

作者：高红岩

页数：250

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>

## 前言

1996年，迈克尔·波特在《哈佛商业评论》上指出：“日本企业很少有战略”。

这个评价对于一直热衷于经营管理革命的日本企业而言，无疑是令人费解的。

日本企业在20世纪七八十年代推动了全球的经营绩效的变革，在全面质量管理、持续改进等方面引领了全球的潮流，日本的消费电子、汽车等产品依靠巨大的成本和质量优势，在国际市场上占据了重要的地位。

尽管如此，波特仍旧认为日本企业很少有独特的战略定位，只有索尼、佳能等少数企业拥有较为明晰的战略定位，多数日本企业处于相互模仿状态，产品大同小异，销售渠道也是别无二致。

尽管依托国内经济的发展及国际市场的开拓，日本企业取得了瞩目的经营业绩，但是随着对手经营业绩的改善，这种一味依靠提高经营绩效的竞争方式的风险也凸显出来，它们不断陷入自己制造的怪圈之中，过度竞争成为企业无法摆脱的创痛。

波特十年前对日本企业提出的批评，也对今天的中国企业敲响了警钟。

一些中国企业在创业阶段很少进行战略考虑，其成功的原因很大程度上是由于抓住了市场机遇。

随着行业竞争的日趋白热化，很多企业陷入恶性竞争或者盲目发展的境地，这种单纯依靠外部机遇的发展模式已经无法支持企业的长期发展，这也是许多企业走向失败的重要原因。

## <<战略管理学>>

### 内容概要

本书系统概述了战略管理的理论和实践，按照战略方向确立、战略环境分析、发展战略选择、竞争战略选择、企业战略实施、企业战略评价与控制六大板块的逻辑主线，结合国内外战略管理的理论前沿及实际案例，为企业和各类组织实现竞争优势、谋求可持续发展提供借鉴。

本书可作为高等院校经济类、管理类相关专业学生的教材，也可以作为战略管理研究人员及教师的参考书。

## &lt;&lt;战略管理学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 战略管理导论 开篇案例 澳柯玛失利引起的战略思考 1.1 战略管理理论的发展轨迹  
 1.1.1 第一阶段(1960年以前):萌芽期 1.1.2 第二阶段(1960-1979年):成长期 1.1.3  
 第三阶段(1980至今):发展期 1.2 战备管理的相关概念 1.2.1 战略 1.2.2 战略管理  
 1.2.3 战略家 1.3 战备管理的层次和过程 1.3.1 战略管理的层次 1.3.2 战略管理过程  
 复习思考题 案例讨论 新希望集团的发展轨迹 阅读材料1-1 《蓝海战略》作者访谈 阅读材  
 料1-2 《孙子兵法》与战略管理 阅读材料1-3 企业战略十大学派第2章 战略方向的确立 开篇案  
 例 盛大网络公司的战略转型 2.1 企业使命和愿景的制定 2.1.1 企业使命和愿景的内涵 2.1.2  
 企业使命和愿景的构成要素 2.1.3 制定企业使命和愿景的意义及原则 2.2 企业目标的制定  
 2.2.1 企业目标的内涵 2.2.2 企业构成要素 2.2.3 企业目标体系 2.2.4 战略目标的制  
 定过程 复习思考题 案例讨论 沃尔玛的中国战略 阅读材料2-1 Andrew Campbell访谈 阅读材  
 料2-2 建立公司愿景第3章 战略环境分析 开篇案例 变革中的招商银行 3.1 宏观环境分析  
 3.1.1 政治法律环境 3.1.2 经济环境 3.1.3 社会文化环境 3.1.4 技术环境 3.2 竞争  
 环境分析 3.2.1 竞争对手之间的竞争 3.2.2 潜在加入者的威胁 3.2.3 替代品的竞争  
 3.2.4 买方的讨价还价力量 3.2.5 供应商的讨价还价力量 3.3 内部环境分析 3.3.1 核心  
 竞争力分析 3.3.2 价值链分析 3.4 战略环境分析方法 3.4.1 外部因素评价矩阵 3.4.2  
 战略群体分析 3.4.3 内部因素评价矩阵 3.4.4 竞争态势矩阵 3.4.5 SWOT分析法 复习思  
 考题 案例讨论 长春电影制片厂的新生 阅读材料3-1 Alfred Chandle访谈 阅读材料3-2 虚拟整  
 合的力量 - - 迈克尔·戴尔访谈第4章 发展战略选择第5章 竞争战略选择第6章 战略实施第7章  
 战略评价与控制参考文献

## 章节摘录

(2) 拟定目标 根据条件分析, 确定目标方向, 并对沿着目标方向所要达到的水平做出初步的规定, 从而形成可供决策选择的目标方案。

在拟定目标的过程中, 需要考虑不同利益主体之间、近期目标和远期目标之间, 以及总体战略目标、经营单位战略目标及职能战略目标之间的关系。

同时, 还需要根据权变原则, 针对内外部环境变化的不确定性, 提出多种方案, 以供评价选择。

(3) 评价选择 战略目标拟定之后, 就要组织人员进行评价选择。

通过对比, 权衡利弊, 找出各种目标方案之间的优劣所在, 并列出具体的综合排列次序。

目标的评价过程, 也是目标方案的完善过程。

通过评价论证, 找出目标方案的不足, 并使之完善。

如果通过论证发现拟定的目标方案都不合理, 就需要重新拟定目标方案, 并重新评价选择。

(4) 目标确定 目标的确定需要根据目标方向的正确程度、实现的可能性大小及期望效益的大小等方面进行综合考虑, 权衡定夺。

在确立目标时, 既要防止轻易决断, 又要防止优柔寡断, 需要掌握好决断的时机, 适时地推出选定的目标, 从而为企业的各项活动提供方向和依据。

此外, 企业目标的制定不仅是一个科学理性的过程, 而且还受到企业高层领导的价值观及企业权力结构等行为因素的影响。

例如, 有的决策者崇尚冒险精神, 有的则崇尚小心谨慎, 有的竞争意识非常强, 有的则更重视合作精神。

各种不同的个人价值观将对企业的战略决策产生不同的影响, 在选择企业目标所涉及的内容、目标水平、时限及优先顺序的确定等方面都将产生重大影响。

同时, 企业内部的权力结构也将影响到目标的制定。

企业内部不同的经营单位、职能单位及个人的权力分配是不均等的, 因此企业战略目标的制定也受到权力结构的影响。

例如, 营销部门权力过大的企业, 营销部门在制定营销目标时就有较大的自主权, 将获得更多的资源支持。

<<战略管理学>>

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>