

<<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：9787811229479

10位ISBN编号：7811229471

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：刘平

页数：310

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

企业战略管理是管理学科工商管理类各专业的一门主干课程，近年来得到了理论界和教育界的普遍重视。

在高等院校，不仅相关专业把企业战略管理作为必修的考试课程开出，主动选修企业战略管理课程的大学生也越来越多。

目前，企业战略管理的教材很多，虽各有特点，但主要是基于MBA的教育需要，适合应用型本科的企业战略管理教材却凤毛麟角。

目前，应用型本科培养的人才既不可能马上就参与到大企业的战略规划指定，也不可能参与到真正的执行部分，真正的执行需要经验的积累。

然而，却很有可能自主创业或参与小企业的发展，懂得战略规划（以企业规划为主，兼顾人生规划）制定的理论、流程、方法与实践就显得更有非常实际的现实意义，故本教材一反目前流行的做法，做此安排与尝试，并在实际教学中进行了多轮的尝试，取得了较好的成效。

2007年10月，在党的十七大上胡锦涛总书记明确提出了“实施扩大就业的发展战略，促进以创业带动就业”，把“以创业带动就业”上升到了党和国家的战略高度。

报告进一步指出，“完善支持自主创业、自谋职业的政策，加强就业观念教育，使更多劳动者成为创业者”。

应用型本科责任重大，而要成功创业，制定出符合实际的创业规划必不可少。

内容概要

在编写的过程中特别注意把握了以下三点：1.理论与实践相结合，突出应用性和实践性，加强分析方法、战略规划文本等实践性较强且又非常有用的内容，同时结合分析企业战略规划的实际案例，做到较好地满足应用型和技能型人才培养的需要。

2.构建符合面向实践应用的企业战略管理知识和方法体系，在分章编写关于企业战略规划的重点内容和实用内容时，注重语言的表达方式，努力做到像讲故事一样娓娓道来，使学生易于理解和接受。

3.在教材体例上充分考虑案例教学法和模拟演练的需要，在每章开篇引入案例，在每章正文中穿插个案研究，以加深对重点问题和难点问题的理解和掌握；同时穿插部分专论摘要，介绍当今的一些新趋势和观点，开阔视野；在每章后设有阅读材料，以拓宽学生的知识面，加深对正文内容的理解和认识。

书籍目录

第一篇 战略管理的基本框架第一章 企业战略管理总论引入案例：成也战略，败也战略——百年柯达的成与危第一节 企业战略的内涵、特征与结构第二节 战略管理的概念、性质与作用第三节 战略管理的过程第四节 战略管理的利益相关者本章内容结构阅读材料1-1：战略管理理论的演进阅读材料1-2：战略管理主要学派简介第二篇 战略环境分析第二章 企业的外部环境分析引入案例：变革中的招商银行第一节 宏观环境分析第二节 行业（产业）结构分析第三节 竞争对手分析第四节 客户分析第五节 外部环境分析方法本章内容结构第三章 企业的内部环境分析引入案例：家电连锁业——极度扩张理论与现实的悖论第一节 企业资源分析第二节 企业能力分析第三节 企业核心能力分析第四节 内部环境分析方法本章内容结构讨论案例：贝塔斯曼为何失利中国？

第三篇 企业使命与战略选择第四章 企业使命与战略目标引入案例：贝塔斯曼中国之必然第一节 企业愿景与使命第二节 企业功能的定位第三节 企业战略目标体系本章内容结构阅读材料4-1：全面认识战略和战略决策阅读材料4-2：社会责任与企业公民行为第五章 战略选择方法与评价（环境、战略与能力的匹配）引入案例：新华VS友邦，条条大路通罗马——重视战略制定的方法论第一节 SWOT分析第二节 波士顿矩阵（BCG矩阵）第三节 GE矩阵（九宫格）第四节 战略方案的评价及选择本章内容结构实训练习：为自己做SWOT分析阅读材料5-1：平衡计分卡简介第四篇 战略选择模式第六章 企业总体战略引入案例：波导，手机黑马何去何从第一节 稳定型战略第二节 发展型战略：战略类型第三节 发展型战略：实现方式第四节 防御型战略第五节 战略选择实践本章内容结构阅读材料6-1：国际化经营战略简介讨论案例：“走出去”真的准备好了吗？——冲击国际龙头的代价与反思第七章 企业竞争战略引入案例：中国首富王传福——比亚迪的低成本策略第一节 基本竞争战略第二节 不同产业结构下的竞争战略第三节 不同市场竞争地位下的竞争战略本章内容结构阅读材料7-1：竞合战略简介第五篇 战略规划第八章 战略规划编制第一节 战略规划概述第二节 新华“二五”规划解析（上）第三节 新华“二五”规划解析（下）本章内容结构实训练习：为家乡企业制定战略尾声 高成长企业的长赢基因

章节摘录

10.风险性 企业战略是对未来发展的规划，然而环境总是处于不确定的、变化莫测的趋势中，任何企业战略都伴随着风险。

企业战略的根本要求 / 根本特点：创新性思维和差异化战略。

三、战略的结构 一般来说，一个企业的战略可划分为三个层次，即总体战略、竞争战略和职能战略。

1.总体战略 总体战略，也称为公司战略，是企业总体的、最高层次的战略，是有关企业全局发展的、整体性的、长期的战略规划，是企业最高管理层指导和控制企业一切行为的最高行动纲领。从参与战略形成的人员看，企业总体战略的制定者主要是企业的高层管理者。

总体战略的着重点在于：（1）根据内外部环境情况，从公司全局出发，选择企业所从事的经营范围和领域，即确定企业从事哪些业务领域，为哪些消费者服务以及向哪些市场发展。

（2）在确定所从事的业务后，在公司层面对各项业务进行资源分配，以实现公司整体战略的意图，这也是公司战略实施的关键措施（内容）。

2.竞争战略 竞争战略，也称为经营战略，是企业内战略经营单位竞争战略的简称，处于战略结构中的第二个层次。

竞争战略着眼于在选定的业务范围、市场应在什么样的基础上来进行竞争，以取得超越竞争对手的竞争优势。

总体战略主要由企业的最高层参与决策、制定和组织实施；而经营战略制定的参与者主要是具体的事业部或子公司的决策层。

竞争战略的侧重点在于：一是如何贯彻企业的宗旨；二是企业发展的机会与危险分析；三是企业内在条件分析；四是确定经营单位战略的重点和主要战略措施。

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>