

<<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：9787811233698

10位ISBN编号：781123369X

出版时间：2010-7

出版时间：北京交通大学出版社

作者：张林格，刘玉斌 主编

页数：298

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

本书作为“现代国际商务系列教材”的一个分册，力求做到结合全球一体化的经济形势，在国际经济与商务的大背景中讨论公司战略管理的有关问题。

全书共12章，对公司战略管理的基本内容、战略分析、战略选择和战略实施等分别加以讲述；同时将传统的战略分析工具，如PEST分析、波特五力竞争模型、SWOT分析等融入到战略执行的操作步骤之中。

本教材的商务和实务特征鲜明。

在体例上，通过设置学习目标、本章小结、关键术语的中英文对照和思考题，使学生更好地掌握和巩固每章的学习内容，并且每章都配有开篇案例和结尾案例以供研究讨论。

本教材既适用于国际商务、工商管理及相关专业的本科学生，同时也可供经济管理类硕士研究生参考，亦可作为企业培训教材。

书籍目录

第1章 战略管理导论 开篇案例：宝洁的战略转型解读 1.1 战略与战术 1.1.1 战略的含义 1.1.2 战略与战术的区别 1.2 战略管理的兴起与演变 1.2.1 战略管理兴起的背景 1.2.2 企业战略管理理论的演变 1.3 战略管理流派 1.3.1 设计学派 1.3.2 计划学派 1.3.3 定位学派 1.3.4 企业家学派 1.3.5 认知学派 1.3.6 学习学派 1.3.7 权力学派 1.3.8 文化学派 1.3.9 环境学派 1.3.10 结构学派 1.3.11 战略学派比较 本章小结 结尾案例：吉利战略转型的支撑点 思考题 中英文对照第2章 战略管理的基本内容 开篇案例：上海锦江集团——以核心技术和市场资源为主导的多元化 2.1 战略管理的内涵 2.1.1 战略管理的定义 2.1.2 战略管理的主体 2.1.3 战略管理的特点 2.1.4 战略管理的任务 2.2 战略管理的层次 2.2.1 公司层战略 2.2.2 经营单位战略 2.2.3 职能层战略 2.2.4 三个层级之间的联系 2.3 战略管理过程 2.3.1 含义 2.3.2 战略管理的3个阶段 2.4 战略管理中的利益相关者 2.4.1 利益相关者与公司战略 2.4.2 利益相关者方法的优势和局限性 本章小结 结尾案例：用友聚焦重点行业 三年战略扩张新开局 思考题 中英文对照第3章 战略管理面临的环境变化 开篇案例：新郎希努尔股份有限公司战略发展 3.1 全球化对战略管理的影响 3.1.1 全球化时代的到来 3.1.2 全球化带来全新理念 3.1.3 中国企业面对全球化的应对策略 3.2 信息化对战略管理的影响 3.2.1 当代企业经营的信息化环境 3.2.2 信息化对企业的挑战 3.2.3 信息化对企业的影响第4章 企业战略外部环境分析第5章 企业内部资源与能力分析第6章 企业战略目标的制定第7章 企业的竞争战略第8章 战略态势选择第9章 国际化战略第10章 多元化战略第11章 企业战略与组织结构第12章 企业战略的控制参考文献

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>