

<<战略管理学>>

图书基本信息

书名：<<战略管理学>>

13位ISBN编号：9787811386981

10位ISBN编号：7811386984

出版时间：2010-3

出版时间：西南财经大学出版社

作者：石江华 编

页数：243

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>

<<战略管理学>>

前言

随着全民终身学习型社会的不断建立和完善，业余成人（网络）学历教育学生教材的质量要求越来越高。

为了进一步提高成人（网络）教育的人才培养质量，帮助学生更好地学习，依据西南财经大学成人（网络）教育人才培养目标、成人学习的特点及规律，西南财经大学成人（网络）教育学院和西南财经大学出版社共同规划，依托学校各专业学院的骨干教师资源，致力于开发适合成人（网络）学历教育学生的高质量优秀系列规划教材。

西南财经大学成人（网络）教育学院和西南财经大学出版社按照成人（网络）教育人才培养方案，编写了专科及专升本公共基础课、专业基础课、专业主干课和部分选修课教材，以完善成人（网络）教育教材体系。

由于本系列教材的读者是在职人员，他们具有一定的社会实践经验和理论知识，个性化学习诉求突出，学习针对性强，学习目的明确。

因此，本系列教材的编写突出了基础性、职业性、实践性及综合性。

教材体系和内容结构具有新颖、实用、简明、易懂等特点；对重点、难点问题的阐述深入浅出、形象直观，对定理和概念的论述简明扼要。

为了编好本套系列规划教材，在学校领导、出版社和其他学院的大力支持下，首先，成立了由学校副校长、博士生导师丁任重教授任主任，成人（网络）教育学院院长唐旭辉研究员和出版社社长、博士生导师冯建教授任副主任，其他部分学院领导参加的编审委员会。

在编审委员会的协调、组织下，经过广泛深入的调查研究，制定了我校成人（网络）教育教材建设规划，明确了建设目标，计划用两年时间分期分批建设。

其次，为了保证教材的编写质量，在编审委员会的协调下，组织各学院具有丰富成人（网络）教学经验并有教授或副教授职称的教师担任主编，由各书主编组织成立教材编写团队，确定教材编写大纲、实施计划及人员分工等，经编审委员会审核每门教材的编写大纲后再编写。

经过多方的努力，本系列规划教材终于与读者见面了。

在此之际，我们对各学院领导的大力支持、各位作者的辛勤劳动以及西南财经大学出版社的鼎力相助表示衷心的感谢！

在今后教材的使用过程中，我们将听取各方面的意见，不断修订、完善教材，使之发挥更大的作用。

<<战略管理学>>

内容概要

《战略管理学》将经济学、管理学、会计学、应用统计学、营销管理、生产运营管理、财务管理及人力资源课程的相关知识加以整合，综合运用来研究和解决企业带有全局性、长远性的发展方向和范围问题，为企业高层管理者拟定企业未来发展方向的分析与解决思路提供参数依据。

本教材着眼于培养学生战略性思维，开发战略性管理能力。

随着经济一体化和全球化发展，中国现代企业欲立足于市场，在强有力的竞争中，机遇与挑战、利益与风险同在，制定正确的战略，实施有效的战略管理，既是高层决策者的技能，也是企业立足于市场形成核心竞争力且可持续发展的基础。

战略管理是管理学科的一个新的重要分支，今天它已是工商管理、人力资源、市场营销等专业的一门核心专业课。

通过教学，使学生对战略管理中的基本原理、基本知识以及这些理论、知识在企业 and 行政单位中的应用有较深的理解，熟悉基本的战略分析、制定、实施等方法和工具，具备良好的战略管理实际应用能力；使学生学会观察和分析影响企业和社会经济环境的变化，时刻关注企业和行政单位的战略发展的新动向，能够作一个简单的战略方案，明确战略方案的基本组成部分。

对于经济学及相关联的本科生，我们的教学目的主要通过对企业战略管理的含义、性质、内容、意义、原则的了解，以及战略的类型及内容，战略的制定、实施、评价等战略管理的基础知识，通过战略实施、案例分析(未注明出处的案例大部分是作者合编而成)，使得学生掌握战略管理的结构性方法及各门专业课的综合运用，具备战略管理的基本技能、综合分析能力和应变能力。

<<战略管理学>>

书籍目录

第一章 战略管理概述 第一节 战略概念的演变 第二节 企业战略的含义 第三节 企业战略管理的含义 第四节 企业战略管理的作用和本质 第五节 战略管理的产生与发展 第六节 战略管理的要素和层次 第七节 战略管理的过程

第二章 企业愿景、使命和目标 第一节 企业愿景 第二节 企业使命 第三节 企业战略目标

第三章 企业战略的层次与类型 第一节 战略的层次 第二节 企业战略的类型

第四章 战略分析 第一节 战略环境分析 第二节 竞争对手分析 第三节 战略环境分析流程 第四节 战略分析的结果

第五章 战略方案的选择 第一节 战略选择过程 第二节 增长率—市场占有率矩阵法 第三节 行业吸引力—竞争能力分析法 第四节 生命周期法 第五节 产品—市场演化矩阵法 第六节 PIMS分析 第七节 汤姆森和斯特克兰方法 第八节 顾客与生产者价值矩阵

第六章 战略实施 第一节 战略实施的基本原则 第二节 企业组织的战略调整 第三节 战略实施的资源配置 第四节 战略实施中的企业家 第五节 适应战略实施的企业文化 第六节 企业战略的制定和实施

第七章 战略控制 第一节 战略控制的过程 第二节 战略控制的任務 第三节 战略的有效控制

第八章 公司战略 第一节 发展型战略 第二节 稳定型战略 第三节 收缩型战略 第四节 混合型战略

第九章 竞争战略 第一节 成本领先战略 第二节 差异化战略 第三节 集中化战略

第十章 职能战略 第一节 市场营销战略 第二节 财务战略 第三节 生产(作业)战略 第四节 研究与开发战略 第五节 人力资源战略参考文献

<<战略管理学>>

章节摘录

3.综合考虑企业环境,提高应对能力 战略管理可以促使企业将内部资源条件与外部环境因素结合起来考虑,对影响企业经营的种种重要的变化能有高度的警惕性,当一些问题发生后,不仅可以马上予以处置,而且可以预防某些不利问题的发生。

4.有利于促进我国企业参与国际竞争,获得竞争优势 我国现在已经加入世界贸易组织,目前一个经济全球化、竞争国际化的格局已经形成。

尤其值得重视的是,世界500强中已有300多家企业进入中国,这迫使我们不得不与这些世界强手进行竞争。

而这些强手不仅经济实力雄厚、科学技术先进,而且都是战略管理的高手,与它们相比,我们还相差很远。

因此我们只有很好地继承中华民族的战略文化遗产,同时又学好西方的战略管理科学和艺术,才可能在战略管理的某些方面赶上甚至超过竞争对手,实现战略制胜。

二、企业战略管理的本质 要具体地了解战略管理内容,首先有必要弄清楚战略管理与其他管理理论如生产(运作)管理、市场营销管理等的区别与联系——战略管理的研究对象和目的是什么;谁来执行战略管理等问题,即弄清楚战略管理的本质是什么。

1.战略管理是整合性管理理论,是企业最高层次的管理理论 以往的管理理论,如生产管理理论、财务管理理论、市场营销管理理论等所谓的职能管理理论,是从企业局部的角度来讨论管理问题。

企业战略管理理论从企业整体的、全局的角度出发,综合运用职能管理理论,处理涉及企业整体的和全面的管理问题,使企业的管理工作达到整体最优的水平。

从管理理论的层次来看,战略管理理论是最高层次的管理理论。

自20世纪初温斯顿·泰罗创立科学管理以来,企业管理理论有了极大的发展。

第二次世界大战后,管理理论的大发展使我们进入了“管理森林”时代,各派管理学说不断涌现。按照内容所涉及的范围和影响的程度,人们将管理理论分成下列三个不同的层次。

(1)管理基础——管理中带有共性的基础理论、基本原则和基本技术。

它主要包括管理数学、管理经济学、管理心理学、管理原理和原则、管理组织学以及管理思想等。

(2)职能管理——将管理基础与特定的管理职能相结合,以提高组织职能部门的效率。

它主要包括生产(运作)管理、市场营销管理、财务管理、人力资源管理、研究与开发管理等,是一种具体化的管理。

(3)战略管理——管理理论的最高层次的管理,它不仅要以管理基础和职能管理为基础,还融合了政治学、法学、社会学、经济学等方面的知识。

从这种分类中可知,战略管理是管理理论中顶级的和整合性的管理理论。

只有掌握了战略管理理论,企业管理人员才可能处理涉及企业整体性的管理问题。

<<战略管理学>>

编辑推荐

荣获全国高校现代远程教育协作组评比“网络教育教材建设金奖”。

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>