

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787111326663

10位ISBN编号：7111326660

出版时间：2011-1

出版时间：机械工业出版社

作者：王方华

页数：355

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>>

内容概要

本书保持了第1版在经典战略理论学术基础上的务实风格，参考国际经典战略管理教材与企业所面临的新的内外部竞争环境，对部分章节结构与内容做了适当的调整，使之与国际最新战略管理课程接轨，反映了最新的企业界管理实践。

同时，本书更新了大量案例，使其更具时效性，使案例教学更贴合时代发展，具有实际意义，是一本实践性和操作性极强的教材。

本书适用于管理学类专业本科生、研究生、MBA以及企业管理人员和相关领域的学者。

<<战略管理>>

书籍目录

出版说明 第2版前言 第1版前言 教学建议 第1章 战略管理导论 开篇案例 星巴克的咖啡宗教—基于星巴克案例的品牌战略分析 1.1 战略管理的产生与发展 1.1.1 战略管理的产生 1.1.2 战略管理在西方的发展 1.1.3 战略管理在现代中国的发展 1.2 战略管理的内涵 1.2.1 战略的定义 1.2.2 战略管理的定义 1.2.3 战略管理的构成要素 1.3 战略管理层次 1.3.1 公司层战略 1.3.2 业务层战略 1.3.3 职能层战略 1.4 战略管理过程 1.4.1 企业战略的形成 1.4.2 企业战略的执行 1.4.3 企业战略的控制 1.4.4 企业战略的修订 1.5 战略管理的利益相关者 1.5.1 利益相关者 1.5.2 战略决策者 1.5.3 战略实施者 1.6 危机时代战略管理面临的主要挑战 1.6.1 国际经济秩序调整带来的挑战 1.6.2 对金融危机背后原因的思考 1.6.3 其他国际环境的变化带来的挑战 附录1A 西方学者眼中战略的定义第2章 企业外部战略环境分析 开篇案例 肯德基在中国 2.1 企业的宏观环境 2.1.1 政治法律环境 2.1.2 经济环境 2.1.3 社会文化环境 2.1.4 技术环境 2.2 行业结构的战略分析 2.2.1 行业结构 2.2.2 潜在的参加竞争者 2.2.3 行业内现有企业间的竞争 2.2.4 替代品生产者的威胁 2.2.5 供应商讨价还价的能力 2.2.6 购买者讨价还价的能力 2.3 企业战略环境分析技术 2.3.1 战略环境要素评价模型 2.3.2 行业关键战略要素评价矩阵 2.3.3 战略环境预测方法和技术第3章 企业内部战略条件分析 开篇案例 应对创新与效率之间的对立 3.1 企业的资源和能力 3.1.1 企业的有形资源 3.1.2 企业的无形资源 3.1.3 人力资源 3.2 企业的能力 3.2.1 企业的基本能力 3.2.2 核心竞争力 3.2.3 核心竞争力的标准 3.3 企业内部战略条件的分析技术 3.3.1 雷达图分析法 3.3.2 产品评价法 3.3.3 内部战略要素矩阵评价法 3.4 综合战略分析技术 3.4.1 SWOT分析法 3.4.2 波士顿矩阵分析法 3.4.3 通用矩阵分析法 3.4.4 生命周期分析 3.4.5 经验曲线分析工具第4章 竞争优势的战略分析第5章 价值链与竞争优势第6章 企业战略目标的制定第7章 战略态势选择第8章 企业的竞争战略第9章 企业购并与战略联盟第10章 企业的战略实施第11章 企业的战略控制第12章 企业国际化经营战略第13章 企业的战略变革附录A 企业战略管理与《孙子兵法》

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>