第一图书网, tushu007.com

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787111335313

10位ISBN编号：7111335317

出版时间：2011-3

出版时间：机械工业出版社

作者：【美】A.A.Thompson等，【中】蓝海林等，合著

页数：247

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

内容概要

本书以资源基础论为视角，强调通过为顾客创造独特价值来获取竞争优势。
本书特别增加了对中国情境的分析和理解，根据获取和发挥竞争优势的要求来组织全书内容。
此外还增加了对资源、能力的介绍，增补了战略联盟、并购、重组等内容。

本书适用于管理类本科生和mba学生,也可作为相关专业人士参考用书。
本书融入了以资源为基础的企业理论，这是其他同类书籍无法比拟的。
本书特别修订或增补了关于企业的社会责任、商业伦理、文化价值观以及蓝海战略、实施跨国多元化经营之后的拓展、剥离、收缩、重组战略等。
本书的理论与案例分析涉及新兴行业、快速成长行业、成熟的低速成长行业、停滞或衰退行业、动荡和快速变化行业、零散行业六大板块，研究对象涵盖快速成长、处于行业领导地位、处于行业亚军地位、处于竞争劣势的公司等四种类型，兼顾不同国家、地区、行业、企业规模的实际情况。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

小阿瑟 A.
汤普森，亚拉巴马州立大学，先后从田纳西大学获得学士和博士学位，曾执教于弗吉尼亚理工大学和亚拉巴马州立大学。
1974年和1982年分别于哈佛商学院做访问学者。
他的研究主要集中于企业战略、竞争和市场分析等，发表论文近30篇，著有教材5部。

<<战略管理>>

书籍目录

总序
作者简介
前言
第1章　战略的定义及其重要性
　1.1　战略的定义
　1.2　战略的制定与执行过程
　1.3　战略制定者与董事会的角色
　1.4　战略的重要性
　本章要点
　练习
第2章　企业外部环境分析
　2.1　外部环境的要素
　2.2　外部宏观环境
　2.3　行业和竞争环境
　2.4　竞争对手的分析
　2.5　关键成功因素的识别
　本章要点
　练习
第3章　企业内部条件分析
　3.1　企业的资源和能力
　3.2　企业的核心竞争力
　3.3　swot分析
　3.4　评价当前战略与竞争优势
　本章要点
　练习
第4章　战略制定：发挥与建立竞争优势
　4.1　五种竞争战略
　4.2　外包战略
　4.3　进攻与防御战略
　4.4　基于互联网的竞争战略
　4.5　职能战略的选择
　本章要点
　练习
第5章　国际化战略
　5.1　国际化的动因
　5.2　国际化的外部环境差异
　5.3　多国竞争和全球竞争
　5.4　国际化进入与竞争的战略选择
　5.5　国际竞争优势的获得
　5.6　进入新兴市场中竞争
　5.7　新兴市场企业的国际化
　本章要点
　练习
第6章　多元化：业务组合的战略
　6.1　多元化的时机

6.2　多元化的理论依据
6.3　多元化战略的类型
6.4　垂直一体化战略
6.5　多国多元化战略
6.6　评估多元化公司的战略
本章要点
练习
第7章　战略的推进方式
7.1　战略推进方式的分类
7.2　战略联盟与合作
7.3　兼并与收购战略
7.4　业务重组
本章要点
练习
第8章　构建适合的组织
8.1　战略执行的框架
8.2　构建一个合适的组织
8.3　人员配备
8.4　构建核心竞争力
8.5　组织结构
本章要点
练习
第9章　管理内部流程
9.1　整合资源
9.2　制定政策和程序
9.3　持续改进
9.4　建立信息与操作系统
9.5　建立与绩效挂钩的激励机制
本章要点
练习
第10章　企业文化和领导能力
10.1　建立促进战略实施的企业文化
10.2　领导战略的执行过程
本章要点
练习

章节摘录

版权页：插图：公司战略的核心是采取一系列步骤来加强公司的长期竞争地位和财务绩效。
杰出公司的战略通常同时包含了进攻和防御的元素——一些行动对竞争者的市场地位直接提出了挑战，并试图建立竞争优势；另外一些行动旨在防御来自竞争压力的威胁、竞争对手的策略以及其他威胁到公司安宁和发展的活动。
强大战略和普通或薄弱战略之间的最大区别是，管理者在市场和企业内部打造一系列行动步骤的能力，这些行动步骤能够产生可持续的竞争优势。
具有竞争优势的公司会有良好的发展前景，能够赢得市场并实现高于平均水平的利润，而没有竞争优势的公司，将冒着被对手战胜的风险，并且或者受困于表现平庸的财务业绩。
构筑竞争优势最常使用的四种战略方法是：（1）争取成为行业中的低成本供应商，由此获得相对于竞争对手的成本领先竞争优势。
沃尔玛和西南航空公司就是因为他们取得了领先于竞争对手的低成本优势而赢得了市场领先的地位。

编辑推荐

《战略管理:获取竞争优势(原书第17版)(中国版)》：联合国际顶尖教育出版机构，针对广大师生需求，精心制作推出精选国际经典畅销教材，邀请国内该领域最有影响的名家合著而成根据国内教学需要，对教学大纲要求的知识点进行整合，对与国内教学要求不符部分适当删改，既保留国外经典教材的原汁原味，又更符合中国教学的需要精选保留原书中经典案例，同时适量补充本土案例，以解决学生所反映的“与中国市场实践操作相脱节”的矛盾，使国际先进教学理论和中国实践更好结合系列囊括了经济管理领域各门核心课程

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