

<<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：9787300058115

10位ISBN编号：7300058116

出版时间：2004-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：林丹明

页数：338

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

这套教材具有以下特点： 第一，突出通俗性和趣味性。

本套教材尽量避免抽象的理论探讨和数学推导，将高深的企业管理理论用浅显的语言表达出来，并附有较多的案例分析，便于读者理解，这体现在每章的开篇案例及章后的案例分析讨论等内容中。

第二，强调权威性和实践性。

这套教材是由具有多年教学经验的教师编写的，他们能够将教学经验的总结贯穿和体现到教材中。

不仅如此，这套教材的作者大多有丰富的企业经营管理的实践经验，使教材能够紧密结合我国企业的实际情况，符合我国的文化、社会和经济环境的特点。

第三，注重系统性和适用性。

作为一套全面、系统的管理教材，这套书基本涵盖了工商管理专业的所有核心课程。

既包括经济学、管理学的基础课程，也包括财务管理、营销管理、人力资源管理、生产与运作管理的专业课程，还包括战略管理、信息管理等高层次管理课程。

同时，这套教材有良好的适用性，它既适合作为大学管理类专业学生的教材，也适合作为企业高级经理的培训教材；既适合非企业管理专业的公司经理、职能管理人员、企业家阅读，也适合中小企业、民营企业和高科技企业的管理人员和科技人员学习，还可以作为对现代管理有兴趣的政府公务员和其他人士的参考读物。

书籍目录

第一章 导论 第一节 战略与战略管理 第二节 战略管理过程 第三节 战略管理过程的补充
第四节 战略管理中的领导艺术 第五节 战略管理理论的价值 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第二章 企业的宗旨陈述 第一节 企业的利益相关者与价值创造 第二节 企业的宗旨陈述
第三节 企业道德和社会责任 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第三章 外部环境分析 第一节 五动力模型 第二节 宏观环境与行业环境的关系 第三节 行业内的战略集团 第四节 五动力模型和战略集团的局限性 第五节 行业演化与竞争变化 第六节 全球化和区位因素的影响 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第四章 企业的资源、能力和竞争优势 第一节 竞争优势的基本形式和获取战略 第二节 竞争优势的来源 第三节 企业的资源和能力 第四节 竞争优势的持久性 第五节 企业失败的原因 第六节 保持竞争优势的要点 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第五章 职能战略 第一节 价值链的概念 第二节 提高效率 第三节 改善质量 第四节 鼓励创新 第五节 改善对顾客需求的反应 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第六章 经营业务战略 第一节 经营业务战略的基础 第二节 通用的竞争战略 第三节 经营业务层次的投资战略 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第七章 不同行业环境中的经营业务战略 第一节 分散型行业的战略 第二节 发育期和成长期的战略 第三节 成熟期的战略 第四节 衰退期的战略 第五节 高科技行业的战略 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第八章 全球扩张战略 第一节 全球扩张的好处 第二节 成本压力和当地市场反应压力 第三节 战略选择 第四节 进入模式选择 第五节 全球性战略联盟 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第九章 公司战略：纵向一体化和多元化 第一节 纵向一体化战略 第二节 替代纵向一体化战略的战略联盟 第三节 多元化战略 第四节 替代多元化战略的战略联盟 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第十章 公司战略：扩张与重组 第一节 进入战略：收购与新设投资 第二节 收购的问题与成功的要点 第三节 新设投资的问题与成功的要点 第四节 合资经营 第五节 企业重组 第六节 组合计划方法 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第十一章 组织结构设计 第一节 组织结构的作用 第二节 纵向差别化 第三节 横向差别化 第四节 整合与整合机制 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第十二章 战略控制系统的设计 第一节 战略控制系统 第二节 市场控制 第三节 产出控制 第四节 行政控制 第五节 文化控制 第六节 报酬系统 本章小结 思考题 实践题 案例分析
第十三章 战略、结构和控制的匹配 第一节 职能战略、组织结构和控制系统 第二节 经营业务战略、组织结构和控制系统 第三节 全球扩张战略、组织结构和控制系统 第四节 公司战略、组织结构和控制系统 第五节 收购、新设投资、组织结构和控制系统 本章小结 思考题 实践题 案例分析
主要参考书目

编辑推荐

公司战略管理理论近年来在国内成为一个热点，有关教材已经大量面世，同时读者群体也在不断扩大，而且呈现出不同的需求特征。

我们编写《公司战略管理》的目的就是为那些具有一定的管理知识，并且有志于成为中高级管理人员的读者提供一本兼具可扩展性、可操作性和可读性的教材，这也是本书有别于其他同类读物的主要特点。

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>