

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787300158556

10位ISBN编号：7300158552

出版时间：2012-8

出版时间：中国人民大学

作者：弗雷德·R·戴维

页数：480

字数：773000

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

弗雷德·R·戴维所著的《战略管理(概念与案例第13版全球版)》是战略管理的经典教材，自1986年出版以来为全球众多高校选用，其中包括哈佛大学、杜克大学、卡内基梅隆大学、约翰·霍普金斯大学、马里兰大学、北卡罗来纳大学、佐治亚大学、佛罗里达州立大学、旧金山州立大学和维克森林大学等。

《战略管理(概念与案例第13版全球版)》分为战略管理概论、战略制定、战略实施、战略评价、战略管理的重要问题和战略管理案例分析六大部分，涵盖战略管理的核心内容。全书材料丰富全面，论述简明扼要，同时，提供了一套系统的对中小企业、跨国公司和非营利组织均适用的矩阵分析方法，包括SWOT矩阵、BCG矩阵、IE矩阵、大矩阵、SPACE矩阵和QSPM矩阵等。书中还配有大量来自不同产业的综合案例。

<<战略管理>>

作者简介

弗雷德·R·戴维(Fred R. David)

南卡罗来纳州弗朗西斯马里恩大学战略管理TranSouth教授，曾任教于奥本大学、密西西比州立大学、北卡罗来纳大学Pernbroke分校等。

出版和发表的著述达152篇，包括40篇期刊论文和55篇会议论文。

荣获秘鲁Ricardo PairTla大学颁发的终身荣誉教授奖、管理促进协会(SAM)颁发的Phil Carroll管理促进奖。

徐飞博士

上海交通大学战略学教授，博士生导师，美国哈佛大学、麻省理工学院高级访问学者，教育部新世纪优秀人才，教育部高等学校创新与创业教育指导委员会委员，中国管理学会组织与战略专业委员会副主任，中国企业管理研究会副理事长，上海市行为科学学会会长，《管理学家》特邀主编，《战略管理》副主编，《系统管理学报》编委，Frontie

of Business Reseachin

China学术顾问，出版《战略管理》、《企业战略管理》、《二象对偶空间与管理学二象论》、《中小企业创业管理》、《管理学中的伟大思想》、《赢利模式3.0：变革时期的竞合》等著作和译著。

<<战略管理>>

书籍目录

第1篇 战略管理概论

第1章 战略管理的性质

什么是战略管理？

战略管理中的关键术语

战略管理模型

战略管理的益处

为什么有些企业不做战略规划？

战略规划中的陷阱

有效的战略管理指南

商业战略与军事战略的异同

第2篇 战略制定

第2章 企业愿景与使命

我们想成为什么？

我们的业务是什么？

愿景和使命陈述的重要性

使命陈述的特点

撰写和评价使命陈述

第3章 外部分析

外部分析的性质

产业组织的观点

经济因素

社会、文化、人口和自然环境因素

政治、政府和法律因素

技术因素

竞争因素

竞争分析：波特的五力模型

外部信息来源

预测方法和技术

产业分析：外部因素评价矩阵

竞争态势矩阵

第4章 内部分析

内部分析的性质

资源理论

整合战略与文化

管理

营销

财务 / 会计

生产 / 运营

研究与开发

管理信息系统

价值链分析

内部因素评价矩阵

<<战略管理>>

第5章 行动中的战略

长期目标

平衡计分卡

战略的种类

一体化战略

加强型战略

多元化战略

防御型战略

迈克尔·波特的五大基本战略

实现战略的途径

非营利和政府组织中的战略管理

中小企业的战略管理

第6章 战略分析与选择

战略分析与选择的本质

战略制定综合框架：

输入阶段

匹配阶段

决策阶段

战略选择中的文化因素

战略选择中的政治因素

治理问题

第3篇 战略实施

第7章 战略实施：管理与运营

战略实施的性质

年度目标

政策

资源配置

冲突管理

将组织结构与战略匹配

重组、再造和网络重组

将业绩与报酬挂钩

克服变革阻力

培育支持战略的文化

战略实施中的生产 / 运营问题

战略实施中的人力资源问题

第8章 战略实施：营销、财务、研发与管理信息系统

战略实施的性质

当前的营销问题

市场细分

产品定位

财务 / 会计问题

研发问题

管理信息系统问题

第4篇 战略评价

第9章 战略评价与控制

战略评价的性质

战略评价的框架

<<战略管理>>

平衡计分卡

公开的战略评价信息来源

有效评价系统的特征

权变计划

审计

21世纪战略管理的挑战

第5篇 战略管理的重要问题

第10章 商业伦理、社会责任和环境可持续性

商业伦理

社会责任

环境可持续性

第11章 全球化 / 国际化

跨国公司

跨国经营的优势和劣势

全球化挑战

美国与他国的商业文化

全球税率

在印度的合资企业

第6篇 战略管理案例分析

如何分析经营战略案例

什么是战略管理案例？

准备案例分析的准则

为课堂讨论准备案例

准备书面案例分析报告

口头案例分析演示

案例1雅芳公司

案例2百事公司2009

案例3 IBM公司2007

案例4哈雷-藏维森公司2009

案例5卡夫食品有限公司2009

案例6德国默克公司2009

案例7沃特福德·韦奇伍德2008

案例8 E” Frade财务公司2007

案例9富国银行股份有限公司2009

案例10西南航空公司2007

案例11万豪国际集团2007

案例12易趣公司2009

案例13墨巴克公司2009

案例14沃尔玛有限公司2009

<<战略管理>>

章节摘录

版权页：插图：愿景与使命 许多企业同时提出使命陈述和愿景陈述（vision statement）。

使命回答“我们的业务是什么”，愿景则回答“我们想成为什么”。

有人争辩，企业的原动力是利润而非使命或愿景。

但是，利润本身不足以激励员工，企业的某些员工对利润持消极态度。

员工可能会认为，利润是他们创造、管理、使用甚或是赐予股东的东西。

尽管这种认识并非我们所期望的，而且会干扰管理活动，但它清晰表明，在有效激励员工时，利润和愿景都不可或缺。

当员工和经理共同为企业制定、修改愿景和使命时，最终陈述可以折射出每个人内心深处对未来的美好憧憬。

愿景恰如其所言，愿望+远景，反映出共同的利益，这将使员工从单调的日常工作中升华，并将他们带入一个充满机遇和挑战的全新世界。

制定愿景和使命的过程正如战略管理模型所示，在制定和实施战略前，企业需要清晰的愿景和使命陈述。

应该让尽可能多的管理者参与制定这些陈述，因为通过亲身参与，管理者会更深切地感受到对企业的责任。

一种广泛采用的方法是，首先，挑选一些有关使命陈述的文章，作为背景材料发放给管理者，要求他们研读。

其次，要求每位管理者独立撰写愿景和使命陈述并提交，专门机构或由高层管理者组成的委员会综合大家提交的使命陈述，形成企业使命陈述的初稿。

然后，将初稿分发给所有管理者，征求修改意见。

最后，召开会议形成最终文本。

在这一过程中，管理者参与投入得越多，企业就越容易获得他们对其他战略制定、实施和评价活动的支持。

因此，制定愿景和使命陈述的过程为战略制定者提供了一个非常好的赢得员工支持的机会。

在制定愿景和使命时，一些企业采用小组讨论方式来拟定和修改；另一些企业聘请外部专家或专业人员对制定过程进行管理，并帮助起草。

有时，外部人士身份超脱，可避免偏见或思维定式，在管理制定使命陈述过程方面，比企业内部团队或管理者委员会更为有效。

当最终文稿形成后，需要决定以何种最佳方式，将愿景和使命传达给所有管理者、雇员及外部利益相关者。

为此，一些企业甚至制作视频，解释愿景和使命及其形成过程。

坎贝尔（campbell）和杨（Yeung）最近撰写的一篇文章强调，制定使命陈述的过程，应当在企业和员工之间创造“感情纽带”，树立“使命感”。

5 因为对公司战略的口头认同和理性承认，并非一定能形成感情纽带，战略未必能得到有效执行。

他们进一步指出，只有当员工发自内心地接受企业潜在的价值和行为，并将理性承认与承诺转变为使命感时，感情纽带才会形成。

坎贝尔和杨还对愿景和使命作了区分，他们认为，愿景是“组织未来可能的和人们希望达到的状态”，其中包含许多具体目标；使命则更多与现实情况及行为相联系。

<<战略管理>>

编辑推荐

《工商管理经典译丛:战略管理:概念与案例(第13版)(全球版)》符合AACSB国际规范,是一本以实践为导向而不是以理论、研究为导向的教材。

关于制定愿景和使命陈述,对外部环境进行分析,实行内部审查,制定、实施和评价战略,书中提供了一整套基于技巧的方法。

作者的写作风格是对话式的,简洁干练、生动有趣、逻辑严密,并且用大量当下的例子加以佐证。

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>