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：9787310019564

10位ISBN编号：7310019563

出版时间：2003-12

出版时间：南开大学出版社

作者：王迎军

页数：338

字数：323

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

第一图书网, tushu007.com

<<战略管理>>

内容概要

战略管理理论所研究的并不是大多数企业必须遵循的一般规则，而是企业的对抗性环境中如何获得成功，这种成功或者表现为企业在一定时期内的高速成长，或者表现为稳固的市场地位和超额收益，在这种成功导向的支配下，战略管理学科被赋予了三个基本特性；第一，对战略管理理论的研究以探索性研究为主，一方面，现实中企业形态多种多样，不仅包含众多的内部因素，而且外部环境又在发生持续的变化，过去的成功模式难以延续到未来；另一方面，成功只是一些企业相对于另一些企业所取得的实绩，后进企业简单地模仿、照搬领先企业的成功的模式不可能取得有战略意义的突破。
因此，战略管理理论中不可能出现放之四海而皆准的永恒真理，而不断探索新时期、新环境下的成功之路，却是战略管理领域中的永恒课题。
第二，战略管理是实践性极强的学科，战略客量的理论源于实践，而且主是源于一些成功企业的实践经验，甚至对外部环境的研究也需要和一些企业的实践证明的确可以帮助企业增强其应变能力后，才能成为战略分析中的一种方法。
战略管理学科的实践性也对这一领域的理论研究提出了挑战，研究人员只有了解研究对象的真实情况，才可能获得有意义的结果。
第三，战略管理理论的价值主要在于它能够丰富和启发企业管理人员的思路。
同其他管理科学的分支一样，战略管理理论也是经由对研究对象的系统分析而逐步生成的。
尽管这些理论总是在尝试着对企业的成功给予系统的解释，却不意味着企业运用这些理论可以直接推导出战略方案。
事实上，现实世界中企业的成功是一种极其复杂的现象，即使对少数人们耳熟能详的优秀企业，战略管理的理论研究也远未揭示出其成功的全部原因。
如果把战略管理的理论简单地用于一些企业之中，断言这些企业应该如何如何，不该如何如何，恐怕达不到指导实践的目的。
　　本书为工商管理研究生编写的一部教科书。
为了使学生在学习时能够更容易掌握战略管理的理论架构，并能够对1990年以来出现的新学说、新观点有所了解，本书在内容安排上沿循了大多数战略管理教科书通用的结构，以战略管理为主线，以环境分析为重点，并注意吸收这一领域的新研究成果。
编者希望，书中的一些内容也能为企业管理者提供参考。

第一图书网, tushu007.com

<<战略管理>>

书籍目录

前言第一章　企业战略与战略客理　第一节　演化中的竞争观　第二节　企业战略的含义与内容　第三节　战略客理过程第三章　外部环境分析　第一节　一般环境分析　第二节　产业竞争环境分析　第三节　产业演变第三章　内部环境分析　第一节　波士顿矩阵方法　第二节　战略——事业矩阵方法　第三节　价值链分析　第四节　企业的资源　第五节　核心能力第四章　设定战略目标　第一节　企业使命　第二节　战略目标第五章　竞争互动和竞争对策　第一节　市场竞争的互动过程　第二节　领先与追随　第三节　竞争对策第六章　竞争战略　第一节　竞争优势与竞争战略　第二节　成本领先战略　第三节　差别化战略　第四节　价值创新战略第七章　多样化战略　第一节　多样化战略的含义、内容与动机　第二节　横向战略　第三节　企业并购与重组第八章　纵向一体化与资源外取战略　第一节　纵向战略的理论基础　第二节　纵向一体化战略　第三节　资源外取战略第九章　国际化战略　第一节　国际经济环境的变化与挑战　第二节　国际化经营与战略选择　第三节　国际化方式第十章　战略实施与控制　第一节　战略实施　第二节　战略控制后记

第一图书网, tushu007.com

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