第一图书网, tushu007.com

<<开创型战略>>

图书基本信息

书名：<<开创型战略>>

13位ISBN编号：9787501763207

10位ISBN编号：7501763208

出版时间：2006-1

出版时间：中国经济出版社

作者：刘松柏

页数：314

字数：330000

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

<<开创型战略>>

内容概要

本书的特点：一是以国际经营管理型企业为主要分析对象；二是全面系统地分析各种国际化经营管理战略；三是在简述各种国际企业战略的基础上，用大量的国内外企业的实例对企业开创性运用不同战略的方法和效果进行研究。
本书突出战略研究的理论性和实用性，希望能对我国企业的国际化经营管理研究和实践有一定的帮助。
　开创型战略通常是指企业独创的新战略或创造性、开拓性地运用已有各种战略。
本书对开创型战略的分析，既包括一个企业运用的与其他企业完全不同的战略，也包括一个企业运用的与其自己以前相比不同的战略。
既包括创新型战略，也包括老战略的新使用。
总之，本书是在一个较广的意义上，从新的角度审视和研究国际企业的开创型战略的。

作者简介

刘松柏，1954年生，黑龙江省哈尔滨市人。
毕业于奥地利维也纳经济大学，获工商管理专业经济学博士学位。
现任北京师范大学经济学院副院长，兼任欧美同学会理事，欧美同学会德奥分会副会长，北京市侨联委员。

作者从事教学和研究工作30年，曾任教于奥地利维也纳经济大学和德国马格德堡大学经经济管理系，现任教于北京师范大学经济学院。
主要研究领导为管理学、国际管理和欧盟经济。
近年来在德国和中国出版专著和教材5部，发表学术论文10余篇，参加国家社会科学重点研究项目及奥地利和德国合作研究项目，以及北京师范大学研究项目10余项。

<<开创型战略>>

书籍目录

第一章 国际企业战略概述 第一节 企业战略与战略管理 第二节 企业的国际战略 第三节 企业的国际经营战略 第四节 企业的国际人力资源管理战略第二章 企业的通用战略：成长战略、稳定战略与防御战略 第一节 新加坡电信公司的稳定战略和成长战略 第二节 菲亚特汽车公司：政府保持下的稳定战略 第三节 伊藤忠商事株式会社的“ A&P ”战略第三章 企业的通用战略：总成本领先战略、差异化战略与专一化战略 第一节 格兰仕微波炉的总成本领先战略 第二节 吉列公司的差异化战略 第三节 格力空调公司的专一化战略第四章 企业的国际战略：多国战略、全球战略与跨国战略 第一节 宏基集团和宝洁公司的多国战略 第二节 大众公司和雀巢公司的全球战略 第三节 联合利华公司和宜家公司的跨国战略第五章 企业的国际战略：国际市场进入战略 第一节 摩托罗拉在中国的整体进入战略 第二节 富士——施乐公司的合资进入战略 第三节 麦当劳的特许经营进入战略第六章 企业的国际战略：国际市场扩张战略 第一节 新BP公司的企业扩张策略 第二节 海尔的地域扩展型战略 第三节 微软公司的职能扩展型战略第七章 企业的国际经营战略：国际市场营销战略第八章 企业的国际经营战略：国际生产战略第九章 企业的国际经营战略：国际财务管理战略第十章 企业的国际人力资源管理战略：国际管理人员国籍策略与培训策略第十一章 企业的国际人力资源管理战略：国际管理人员薪酬支付与绩效考评策略参考文献

章节摘录

鼓励企业"走出去"是我国中央政府和地方政府引导企业向国际化发展的重要方针。
"走出去"通俗地反映了当今经济全球化和企业国际化发展的特征和趋势。
21世纪是各国企业走向国际化、进行跨国界和无国界经营管理的时代。
企业国际化将成为21世纪企业发展的主要趋势。
经济全球化是当代企业经营环境发展的最重要变化。
随着经济全球化向广度和深度的发展，各国经济之间的相互依赖程度不断加强，各国之间的经济贸易往来和企业的经营管理活动向跨国界和无国界化发展。
经济全球化改变了各国企业之间经济活动的行为主体，以往主要由各国政府作为各国企业之间经济贸易活动的行为主体的现象，正在随着跨国公司的迅猛发展、国际性经济组织机构的建立和发展壮大，向非国家化转变。
也就是说，各国企业之间的经营活动越来越多地受着非国家化的国际性组织和跨国公司所制约。
企业经营环境的变化，要求企业的经营管理要由国内向国际，由一国向多国、向跨国，并向无国界的方向发展。
经济全球化给企业带来的另一个重要的变化，是企业必须面对日益加剧的全球竞争。
这种全球竞争是跨国界的、全方位的、多层次交叉的竞争。
所有企业，不管是中国企业还是外国企业，不管是国内企业还是跨国企业，都不可避免地要面对全球竞争。
全球竞争环境呼唤着企业向国际化发展。
那种不想向国际化发展、只想做一个不参与全球竞争的纯国内企业的想法，随着经济全球化的发展只能是一种不切实际的幻想。
各国企业发展的事实正在证明着这一点。
例如，在我国，不管是国有企业还是民营企业，不管是有国际业务的企业还是没有国际业务的企业，企业仅在国内市场上就已经能够深深感受到来自国外企业的巨大压力和竞争。
很多国内企业不得不与在国内的外资企业和合资企业的竞争中苦苦寻求自己生存和发展的道路。
随着中国加人WTO后，已使越来越多的国内企业开始逐渐认识到企业向国际化发展和进行国际化经营管理的重要性和必要性。
但是，企业如何能够成功地由国内经营向国际化经营转变，如何能够获得和保持国际竞争力，有效地进行跨国经营，这是我国企业管理人员必须面对的全新的、具有挑战性的任务。
与企业的国内经营相比，企业国际化经营的成败，更大程度上依赖于企业的管理者是否能够用站在战略的高度，进行正确的战略分析，选择适合于自己企业的战略。
因为在全球竞争条件下，企业间的竞争不再主要表现为依靠传统的营销手段、追求市场占有份额的扩大和销售额的增加，而是要求企业在全球范围内进行资源、资金、信息和人员方面的竞争，进行生产、营销、研究与开发、财务、人力资源方面的竞争，进行计划、组织、人事、领导和控制管理方面的竞争，还要进行与发达工业国的企业、与新兴工业国的企业，以及与处在相同发展水平的发展中国家的企业的竞争。
在错综复杂的竞争环境下，企业如果不从全局、不从战略的角度思考问题，就无法在全球竞争中占据竞争制高点，无法获得和维持自己的竞争优势。
因此也可以这样说，企业的竞争，根本上就是战略的竞争。

编辑推荐

成也战略，败也战略。
企业的成功，根本上就是战略的成功，企业的失败，关键是战略的失败。
《开创型战略》的特点，一是以国际经济管理型企业为主要分析对象，二是全面系统地分析各种国际化经营管理战略，三是在简述各种国际企业战略的基础上，用大量的国内外企业的实例对企业开拓性运用不同战略的方法和效果进行研究。

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