

<<经营战略>>

图书基本信息

书名：<<经营战略>>

13位ISBN编号：9787507815474

10位ISBN编号：7507815471

出版时间：1998-01

出版时间：中国国际广播出版社

作者：MBA必修核心课程编组

页数：695

字数：543000

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>

<<经营战略>>

内容概要

战略就是一个企业的长期目标和目的，以及为实现这些目标所要采取的行动方案和必要的资源分配方案。

竞争战略就是在一个产业里(即竞争产生的基本角斗场上)寻求一个有利竞争地位。
竞争战略的目的是针对决定产生竞争的各种影响力而建立一个有利可图的和持之以久的地位。

我们对于战略的观点，已经从可口可乐公司与百事可乐公司争夺市场份额的经典战争转变到如何对新出现的发展机会的领域施加影响，不论是无分支机构的银行业，人造卫星电话制造业，还是基因工程业。

经营目标可以被比做是轮船航行用的罗盘。
罗盘是准确的，但在实际航行中，轮船却可以偏离航线很远。
然而如果没有罗盘，航船既找不到它的港口，也不可能估算到达港口所需要的时间。

有什么样的战略，就应有什么样的组织结构。
然而这一真理往往被人们忽视。
有太多的企业试图以旧的组织结构实施新的战略。

<<经营战略>>

书籍目录

第一篇 经营战略管理导论 第一章 经营战略管理 第一节 经营战略概述 第二节 企业战略的构成要素和层次 第三节 企业战略管理过程 第四节 战略管理系统模式 第二章 企业外部环境分析 第一节 外部环境的特征和内容 第二节 企业宏观环境 第三节 企业微观环境 第四节 企业未来环境状况预测 第三章 企业内部条件分析 第一节 内部条件的分析程序 第二节 企业内部战略要素的确定 第三节 内部战略要素评价 第四章 目标整合和战略制订方法 第一节 长期目标和短期目标 第二节 战略目标整合 第三节 战略形成 第五章 战略方案识别 第一节 战略方案 第二节 稳定增长战略 第三节 增长战略 第四节 企业购并 第五节 合资经营 第六节 收割战略 第七节 紧缩战略 第八节 战略组合 第六章 战略选择 第七章 战略实施 第八章 战略控制 第二篇 竞争战略：一般性分析技术 第九章 竞争战略概述 第十章 行业的结构分析 第十一章 一般性竞争战略 第十二章 竞争者分析的结构 第十三章 竞争行动 第十四章 针对买方和供应商的战略 第十五章 行业内的结构分析 第十六章 行业演变 第三篇 竞争优势的原则 第十七章 价值链和竞争优势 第十八章 成本优势 第十九章 差异化 第二十章 多样化 第二十一章 技术与竞争优势 第二十二章 企业核心能力 第二十三章 对竞争者的选择 第四篇 进攻性和防御性竞争战略 第二十四章 防御战略 第二十五章 向行业领先者进攻战略 第二十六章 国际化经营战略 第二十七章 战略联盟参考文献

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>