

<<公司战略>>

图书基本信息

书名：<<公司战略>>

13位ISBN编号：9787509614372

10位ISBN编号：7509614376

出版时间：2011-7

出版时间：经济管理

作者：理查德·林奇

页数：796

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>>

内容概要

本书是一个全面更新的修订版，继续对私营部门和国营部门的战略管理进行一次全面的、组织有序的、必要的处理。

本书既研究理性的方法。

也研究创造性的方法，以便使学生和实际管理者能够制定出成功的发展战略。

<<公司战略>>

作者简介

作者：（英国）理查德·林奇（Richard Lynch）译者：杨世伟 陈涛 徐芬丽 等

<<公司战略>>

书籍目录

关于本书

关于作者

如何使用本书

致谢

出版者致谢

第一部分 导言

公司战略关键问题

第一章 公司战略

学习目标

引言

案例研究

1.1 惠普的公司战略

1.1 什么是公司战略？

案例研究

1.2 IBM的灾难与复苏

1.2 公司战略的核心领域

1.3 过程、内容和背景

1.4 过程：连接三个核心领域

1.5 “好”战略的构成是什么？

1.6 公立组织和非盈利性组织的战略

1.7 国际视角的公司战略

案例研究

1.3 欧洲自助航空公司的高水平战略

重要阅读材料成功的公司战略

小结

问题

战略项目计算机行业的公司战略

深入阅读材料

注解和参考书目

第二章 理论与实践回顾

学习目标

引言

案例研究

2.1 向市场进攻的领导者：雀巢公司和General Mills公司的合资公司战略

2.1 战略历史背景

2.2 实践中的常规性公司战略

案例研究

2.2 Spillers公司的常规性战略设计案例研究

2.3 使用常规性战略来挽救境况不佳的英国国家医疗保健系统

2.3 实践中的突发性公司战略案例研究

2.4 spillers Baking公司的突发性战略

2.4 常规性公司战略理论

2.5 突发性公司战略理论，

案例研究2.5 Dalgety公司的崛起与衰落

<<公司战略>>

2.6 战略历史——彭罗斯和钱德勒的贡献

案例研究2.6 IBM的灾难与重生

重要阅读材料什么是公司战略？

小结

问题

战略项目食品行业的公司战略

深入阅读材料

注解和参考书目

第二部分 环境分析

公司战略关键问题

第三章 环境分析——基础知识

学习目标

引言

案例研究

3.1 欧洲主要钢铁公司联合以应对新的竞争环境

3.1 环境探索

3.2 分析环境的紊乱程度

3.3 一般环境分析

3.4 市场增长率分析案例研究

3.2 冰激凌市场上不同的战略案例研究

3.3 钢铁公司会采用全球战略吗？

3.5 行业的成功关键因素

.....

第三部分 资源分析

第四部分 组织的目标

第五部分 战略制定

第六部分 实施过程

词汇表

<<公司战略>>

章节摘录

版权页：插图：20世纪70年代，哈佛商学院的教授Christopher Argyris提出了“双环学习”的概念，这个概念对战略开发过程中的学习方法有非常大的影响。

从本质上讲，这种学习过程不仅包括与公认的标准做比较，还包括质疑公认的标准本身（在第11.1.4小节中有详细的解释）。

麻省理工学院的教授、组织体制与学习方面的专家Peter Senge认为最有效的学习是团体学习或者团队学习，而不是个人学习。

1990年，他运用学习原理，再加上反馈机制，将团体学习的概念应用到战略开发上。

他指出：在学习型的组织中……人们持续不断地提高他们获取自己想要的结果的能力；人们能够培养开阔的新思维方式；集体的理想得到释放；人们不断学习集体学习的技巧。

Senge认为，通过设定有吸引力和具有挑战性的目标并鼓励相互交流，就能够使团体获取最好的知识。这些思想推动了战略制定方法的发展。

在Senge的论文中，关键的一点是战略制定过程包含了知识创造的过程，而知识的创造由团体来完成。知识创造的目的是产生新的“思维模式”。

在学习过程中，有很多众所周知的机制能够改进思维模式。

其中最著名的或许就是Peter Senge的五项学习原则^①，它们主要用于帮助组织和个人学习。

不过，这里的“学习”并不是指简单的记忆和简单的应付环境变换，学习还有一个更加积极的和正面的含义：发挥创造性来制定新的战略和创造机会。

在文本框15.6中我们总结了五项学习原则。

为了在当今激烈动荡的商业氛围中生存，有人认为，组织的战略必须包括这样的机制，它能够将个体的学习转化为团体的学习^②。

团体学习和整个组织的学习有三大优点：1.通过学习产生关于组织经营的新鲜思想和新观点。

2.不断地更新能够提高适应能力，从而使组织保持永不衰败。

3.促进组织对外保持开放，使得组织能够对外部事件做出迅速反应——例如，原油价格的急剧震荡、欧洲移动电话市场的迅速发展等。

<<公司战略>>

编辑推荐

《公司战略(第3版)》的新特色：更紧凑、简洁的设计，并对原版主要内容全部予以保留。对所有案例都进行了更新。对竞争优势和泡沫式发展的动力学、顾客驱动战略、资源导向型战略、使命与目标的发展以及认知、创新和学习的新方法进行了修订。对第四章 竞争优势、第五章 顾客驱动战略、第六章 竞争资源、第十二章 使命与目标进行了充分修订。用通俗的新案例来激发读者的兴趣，使他们能够更好地理解这些复杂的、多角度的主题。传统特色：与其他的一些教科书相比。

《公司战略(第3版)》对各种主要战略概念的解释更加全面，包括的主题以组织行为学 and 经济学为基础。对战略发展的理性方法和创造性方法进行均等的、深入的研究是这本战略教科书所特有的。对"关键战略原则"，进行集中汇总并以实用清单形式列出，可以压缩和提高学习经历。设计焦点案例是为了深入研究战略概念，同时也是为了配合许多案例而提供的一个更广泛的观点。在理论和实际案例中都具有广泛的国际性。从市场营销、人力资源、财务和操作（生产）功能角度研究战略的作用。出色的教学支持包括一个分别为学生和讲师准备的交互式的网站、幻灯片和不断更新的案例资料、一份包括案例问题答案的汇总、对学术问题的简短注释以及为不同的学生课程准备的课程计划大纲。《公司战略》适合于研究生和MBA学生学习战略的基础课程之用。

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>