

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787564114831

10位ISBN编号：7564114835

出版时间：2009-1

出版时间：东南大学出版社

作者：石盛林，贾创雄 著

页数：224

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>>

前言

战略管理是工商管理类专业的核心专业课程之一。

就专业课程、知识和能力而言，工商管理分为略为不同的两类课程，第一类课程是工商管理的具体业务和职能，其特点是具有更多的操作性，例如会计、财务、营销等；第二类课程的目标是培养统筹把握业务的思维能力和眼光，战略管理就属于第二类课程，此外管理学原理也可以归属于这一类。

一般说来，统筹把握业务的思维能力和眼光一部分来自与生俱来的天赋，另一部分来自后天的经验积累，以及书本知识的学习。

对于尚无或极少经验积累的大学生，书本知识的学习就成为他们进入这一思维空间的第一步。

因此，尽管学习了一部分具体业务知识，战略管理课程对他们来说仍然有一种别样的困难，这就是如何真正把握看起来抽象的公司战略并能够运用，我从学生们在对我给他们的长达数页的公司案例进行分析时无从下手的状况可以看到这一点。

不少人认为战略管理太空洞，离实际太远，不好学。

因此，如何上好这一门课就需要多加钻研，特别是如何将手中的教材转化为生动活泼的课堂教学，那么有没有一本好教材就非常重要了。

和我在读书的时候尚不知战略管理为何物完全不同，当今市面上关于公司战略管理的教材令人目不暇接——有多种从市场经济历史久远的发达国家翻译过来的经典教材，历经千锤百炼，新的版本成熟而又前沿；由身处我国实际的教师们编写的本土教材，也经历了十几年的积累，不断进步；由中外学者共同编写的经典教材的中国版也已经问世。

可以说，在众多教材中进行选择都会煞费心思。

那么在这种情况下，还有没有可能和必要再编写战略管理教材呢？

看了石盛林副教授主持策划多时、终于完稿的这本新书书稿，听了他说明编写这本书的思路，我感到这本书正在走一条创新的路子：以企业生命周期为主线，将通常是静态的、逻辑的战略管理知识体系，按照企业成长的历史进行重整，从公司创业所遇到的战略问题——业务选择开始，渐次过渡到多元化公司的总体战略，再到公司战略转型和变革，将逻辑上战略管理的三个阶段——战略分析、战略制定和战略实施的相关原理和知识进行重组，其目的正在于为涉世未深的大学生更加生动地阐述战略管理的基本原理。

这正是为解决这门课程的特殊教学难点而进行的一次创新性尝试。

<<战略管理>>

内容概要

《战略管理实践 理论与方法：以企业生命周期为主线》创新性地提出了以“企业生命周期”为思维主线的实践导向型战略管理架构，围绕企业在成长、成熟、老化阶段所面临的战略问题，展开战略管理的“质疑、探思、求解”。

通过“质疑”提出战略实践问题，经过“探思”找到解决问题的理论基础，然后以理论为基础“求解”战略实践方法，由此形成战略管理的主体——事业战略，总体战略，战略实施、评价与变革。

《战略管理实践 理论与方法：以企业生命周期为主线》以实践应用为研究思路，主要为工商管理本科阶段战略管理课程学习要求而写，同时兼顾了中小企业战略管理者的需求。

《战略管理实践 理论与方法：以企业生命周期为主线》附录还提供了《卓越绩效评价准则》及其实施指南，以便于企业战略管理者对企业绩效进行评价。

<<战略管理>>

书籍目录

序自序——以企业生命周期为主线的实践导向型战略管理架构第一篇 战略管理导论开篇案例 联想的发展历程第1章 战略与战略管理1.1 战略是什么？
 案例1-1 实达集团1.2 战略管理案例1-2 谭木匠工艺品有限公司1.3 战略管理者案例1-3 安踏（中国）有限公司总裁丁志忠本章小结思考题第2章 战略管理思考方法2.1 理论导向型战略管理思维案例2-1 联想战略规划2.2 企业生命周期理论案例2-2 乐美：一枝笔打造4亿王国2.3 实践导向型战略管理思维本章小结思考题第3章 战略管理研究方法3.1 理论研究方法3.2 实证研究方法案例3-1 日本和美国企业竞争战略的对比本章小结思考题第二篇 成长阶段——事业战略开篇案例 联想的事业战略第4章 基于顾客价值的战略范式4.1 企业理论4.2 顾客价值案例4-1 IBM：把你最难的问题给我4.3 基于顾客价值的战略范式案例4-2 方太：“三大定位”凸显品牌差异化和聚焦战略本章小结思考题第5章 环境分析5.1 产业分析5.2 宏观环境分析5.3 资源与能力分析5.4 SWOT分析案例5-1 格力公司SWOT分析本章小结思考题第6章 经营优势6.1 基本竞争战略案例6-1 西南航空公司的成本领先战略案例6-2 联想：用户至上的产品哲学案例6-3 冠捷冠军的法宝：专注、品牌及国际化6.2 经营优势6.3 盈利模式案例6-4 百度盈利模式：客户导向、推出竞价排名案例6-5 TCL与长虹案例6-6 科龙的多品牌战略案例6-7 “太太”的拳头案例6-8 驴皮的利润之泉案例6-9 华为巨舰的速度案例6-10 木业大王的植树经案例6-11 日丰管——铝塑管的代名词案例6-12 “红星”路线案例6-13 金山软件公司的“反病毒体验”行动案例6-14 “九阳王”磨豆浆案例6-15 柯达相机播种计划案例6-16 珠江啤酒产量第三、人均利税第一的奥秘案例6-17 利润惊人的航母案例6-18 QQ的宝藏案例6-19 “光电”利润之门案例6-20 “海澜之家”品牌战略透视本章小结思考题第7章 关系定位战略7.1 博弈论简介7.2 关系类型7.3 关系策略案例7-1 百度与Google的竞合之“道”案例7-2 宝洁VS沃尔玛本章小结思考题第三篇 成熟阶段——总体战略开篇案例 联想的总体战略第8章 国际化战略8.1 国际化动因案例8-1 联想国际化发力8.2 国际化理论案例8-2 格力国际化：先有市场，后投资建厂8.3 国际化策略案例8-3 TCL的国际化之“痛”本章小结思考题第9章 整合战略9.1 整合动因9.2 整合理论9.3 整合策略案例9-1 青岛啤酒的横向整合案例9-2 乳企的后向整合案例9-3 圣雅伦的前向整合本章小结思考题第10章 多元化战略10.1 多元化动因案例10-1 海澜集团的多元化10.2 多元化理论案例10-2 阳光集团的多元化战略10.3 多元化策略案例10-3 春兰的多元化之“痛”本章小结思考题第四篇 战略实施、评价与变革开篇案例 联想的战略评价与变革第11章 战略实施11.1 建立组织机构案例11-1 联想的“大船结构”管理模式11.2 战略控制系统案例11-2 圣雅伦“战略规划”11.3 企业文化案例11-3 华为的高绩效文化本章小结思考题第12章 战略评价12.1 关键绩效指标12.2 平衡计分卡案例12-1 A银行战略导向绩效考评12.3 卓越绩效评价案例12-2 华为的全面效率管理本章小结思考题第13章 老化阶段——战略变革13.1 战略变革动因案例13-1 天朗的战略转移13.2 战略变革类型案例13-2 IBM价值观变革13.3 战略变革成功要素案例13-3 旭日升：变革的痛与思案例13-4 杏花村的品牌再造本章小结思考题附录1 GB/T 19580-2004卓越绩效评价准则附录2 GB/T 19579-2004卓越绩效评价准则实施指南附录A（资料性附录）附录B（资料性附录）附录C（资料性附录）后记

章节摘录

第二篇 成长阶段——事业战略 本篇由“联想的事业战略”作为学习的开始，围绕企业在单一业务领域中创业、成长所面临的战略问题，分三章分别讨论以下内容： 第4章“基于顾客价值的战略范式”从质疑企业“是什么？”

”“为什么？”

”作为思维起点，简要回顾7种主要的企业理论；基于顾客价值基础观，对顾客价值的内涵作了综述，并给出了本书的顾客价值定义，分析了两种视角的顾客价值评价方法；提出了基于顾客价值的企业战略范式。

第5章“环境分析”从与“顾客价值基础战略范式”直接相关的产业着手，介绍了波特的产业结构分析模型（五力量模型），以及影响产业竞争结构的宏观环境因素的五个方面。分析了企业拥有或控制的资源分类、主要特征、关键评估指标，阐述了识别和评价企业内部环境优势和劣势的价值链分析法。

第6章“经营优势”首先简要评述了取得竞争优势的基本竞争战略，阐释了经营优势的基本内涵，提出了基于企业自身资源与能力的特色策略组合——“盈利模式”，介绍了常见的15种盈利模式。

第7章“关系定位战略”简要介绍了博弈论的基本概念，回顾相关研究，然后通过构造一个完全信息静态博弈模型，提出了合作竞争的四种关系类型，即竞争—竞争关系、竞争—合作关系、合作—竞争关系、合作—合作关系，以及相应的两类应对策略，竞争性策略，如对抗策略、差异策略、占优策略，合作性策略，如避让策略、共生策略、联盟策略。

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>