第一图书网, tushu007.com

<<掌握战略管理>>

图书基本信息

书名：<<掌握战略管理>>

13位ISBN编号：9787801811561

10位ISBN编号：7801811569

出版时间：2004-1

出版时间：中国商务出版社

作者：汉纳根

页数：239

字数：205000

译者：北京世纪英闻翻译公司

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

内容概要

《掌握战略管理》一书对当今管理者面临的复杂问题进行了清晰而富有洞察力的探索。
它对私营部门、公共部门和非官方部门的一系列商业活动的成功都具有很重要的参考价值。
解释再分析了战略管理的特性及其在公司和其他机构的持续有效运作中的作用。
集中讨论了以下主要过程：规则和发展战略，获得竞争优势，创造核心能力，构建战略营销并应对战略变革。
通过对战略选择的分析，一步引引导读者解决管理方面的主要难题。
通过举列、说明和案例研究，及提出思考和讨论要点，帮助读者加强学习和理解。
本书生动有趣，对于任何学习商业和管理的人来说都是不可缺少的实践指南。
同时，对致力于战略发展及组织成功的管理人员来说，本书也是他们的理想伴侣。

作者简介

蒂姆·汉纳根是一位教育顾问兼作家。
他曾为英国国内和国外的公司工作，负责销售、市场营销和综合管理。
同时他还在继续教育和高等教育领域的公共部门工作，并在一家继续教育团体任主客和首席执行主管达十年之久。
他写过一系列关于商务和管理问题的著作，其中包括《掌握统计学》。

<<掌握战略管理>>

书籍目录

前言及本书梗概导言第1章 什么是战略管理 第一节 战略管理的性质 第二节 管理者的职责 第三节 运作管理和战略管理 第四节 确定战略事宜 第五节 "范围"."协调"和"扩张" 第六节 战略分析 第七节 战略的范畴 第八节 战略的层次 第九节 什么是战略管理第2章 战略分析 第一节 战略模式 第二节 战略选项 第三节 检验战略路线 第四节 可持续性 第五节 可采纳性 第六节 战略决策 第七节 基于市场的战略选项 第八节 基于资源的战略选项 第九节 战略分析第3章 战略选项 第一节 运作环境 第二节 战略资源 第三节 风险管理 第四节 运作控制 第五节 利益相关者 第六节 成功的关键因素 第七节 选择一种战略 第4章 战略行动规划 第一节 战略和战略规划 第二节 战略的产生 第三节 战略规划的目的 第四节 渐进式战略 第五节 规划式和渐进式的差别 第六节 任务和前景 第七节 目的和目标 第八节 战略方案 第九节 行动方案 第十节 监控战略方案第5章 战略营销 第一节 什么是营销 第二节 什么是销售 第三节 如何满足顾客 第四节 谁是顾客 第五节 了解顾客 第六节 顾客需要什么 第七节 市场调查的方法 第八节 预测 第九节 营销过程 第十节 营销战略第6章 满足客户需求的战略 第一节 顾客至上 第二节 市场细分 第三节 产品与服务 第四节 竞争 第五节 消费者策略 第六节 产品生命周期分析 第七节 产品／服务的组合 第八节 成功的关键因素第7章 保持竞争优势的战略 第一节 竞争优势 第二节 投资回报 第三节 产品和服务的地点与销售 第四节 价格策略 第五节 影响价格的因素 第六节 市场对价格的影响 第七节 消费者对价格的影响 第八节 环境对价格的影响 第九节 价格策略 第十节 促销策略 第十一节 广告 第十二节 公关与宣传 第十三节 保持竞争优势第8章 不同组织文化的战略管理 第一节 定义 第二节 文化类型 第三节 文化变革 第四节 对文化变革的管理 第五节 组织文化与战略的形成 第六节 战略管理与组织文化的联系的重要性第9章 战略领导 第一节 战略领导的重要性 第二节 战略构想 第三节 领导者的特点 第四节 领导风格 第五节 领导的权力来源 第六节 现代战略领导 第七节 战略领导的条件第10章 掌握战略变革 第一节 什么是战略变革 第二节 战略变革的过程 第三节 竞争与战略变革 第四节 变革技巧 第五节 战略变革的管理 第六节 战略变革的管理风格 第七节 战略变革与组织文化 第八节 引入战略变革 第九节 利益相关者 第十节 变革的一致性

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