第一图书网, tushu007.com

<<企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787811178012

10位ISBN编号：781117801X

出版时间：2009-7

出版时间：中国农业大学出版社

作者：陈英梅，尹少华　主编

页数：339

字数：420000

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

前言

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学6个二级学科门类和22个专业的庞大学科体系。
2006年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点1518个，管理类专业布点4328个。
其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。
经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且还要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。
这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。
要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新，特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定组织相关老师编写并出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于21世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

（1）关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识，着眼于增强教学内容的联系实际和应用性，突出创造能力和创新意识。

内容概要

本书由多位多年从事企业战略管理教学与研究、具有丰富教学经验的教师共同编写而成，既系统深入地阐述了企业战略管理的理论及其发展前沿，又及时全面地反映了企业战略管理的实际，同时弥补了原有企业战略管理教材本土案例不足，缺乏生动性、启发性和可操作性的缺陷，理论与实践紧密结合，知识性与实用性融为一体。

本书共分11章。

第1章战略管理概论，第2章企业外部环境分析，第3章企业内部环境分析，第4章企业文化因素分析，第5章企业总体战略，第6章企业经营战略，第7章企业国际化经营战略，第8章企业战略的评价与选择，第9章企业战略的制定与实施，第10章企业战略控制，第11章企业战略和组织结构。

本书可作为高等学校经管专业的本科生教材，也可以供相关工作人员参考阅读。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1章　战略管理概论　1.1　战略的基本概念　　1.1.1　企业战略　　1.1.2　企业战略的特征　　1.1.3　企业战略的构成要素　　1.1.4　企业战略的层次　1.2　战略管理的产生与发展　1.3　战略管理的概念与内容　　1.3.1 战略管理的概念　　1.3.2　战略管理的内容　1.4　战略管理的作用与本质　　1.4.1　战略管理的作用　　1.4.2　战略管理的本质　1.5　战略管理的过程与模式　　1.5.1　战略管理的过程　　1.5.2　战略管理的模式　1.6　企业使命与战略目标　　1.6.1　企业的使命　　1.6.2　战略目标　本章小结　习题第2章　企业外部环境分析　2.1　外部环境概述　　2.1.1　企业外部环境的分类　　2.1.2　企业外部环境的特点　　2.1.3　企业外部环境的评价　2.2　宏观外部环境分析　　2.2.1　政治与法律环境　　2.2.2　经济环境　　2.2.3　社会文化因素分析　　2.2.4　技术环境分析　2.3　行业环境分析　　2.3.1　行业环境分析思路　　2.3.2　行业竞争影响因素分析　　2.3.3　行业发展因素分析　　2.3.4　行业吸引力分析　　2.3.5　行业成功关键因素分析　2.4　运营环境分析　　2.4.1　企业主要竞争对手分析　　2.4.2　市场信号　　2.4.3　市场分析　2.5　战略集群分析　　2.5.1　战略集群概念　　2.5.2　战略集群分析方法　2.6　外部环境的描述与评价　　2.6.1　企业外部环境的分析方法　　2.6.2　外部环境的机会与威胁评价(OT分析法)　本章小结　习题第3章　企业内部环境分析　3.1　企业资源分析　　3.1.1　企业的有形资源　　3.1.2　企业的无形资源　3.2　企业能力分析　……第4章 企业文化因素分析第5章 企业总体战略第6章 企业经营战略第7章 企业国际化经营战略第8章 企业战略的评价与选择第9章 企业战略的制定与实施第10章 企业战略控制第11章 企业战略和组织结构参考文献

章节摘录

第1章　战略管理概论　　1.2　战略管理的产生与发展　　20世纪，随着企业经营环境的迅速变化，企业管理也越来越复杂。
回顾企业管理的发展史，从投入产出要素的视角可以把企业管理的发展划分为生产管理阶段、经营管理阶段和战略管理阶段。
生产管理阶段的突出特征是“现场管理”，即考虑如何去高效率地生产。
19世纪末至20世纪初，由于电力和内燃机的应用推动了科学技术的发展，以美国为代表的资本主义国家的经济高速增长，其中，制造业的发展尤为突出，整个市场呈现出供不应求的状况。
在这样的背景下，企业管理的核心问题必然是如何提高生产效率、提高产量和降低成本。
经营管理阶段的主要特征体现在企业的管理目标、领导作用和企业组织等几个方面。
当整个市场由卖方市场转变为买方市场，当生产企业面临的首要问题不再是如何扩大生规模和提高生产效率，而是从整个企业的投入要素与产出成果去考虑企业的经营问题时，管理也就从生产管理阶段进入了经营管理阶段。
然而，经营管理基本上还是停留在对短期、局部利益的追求而缺乏长远目标的阶段上。
对于日趋复杂多变的环境，这种管理思想的局限性显得越来越明显。
在这样的历史条件下，企业战略管理思想开始形成。
与企业管理中的生产管理、财务管理等方面相比，企业战略管理无论是实践还是理论，产生得都比较晚。
从其理论发展的时间顺序来看，企业战略管理萌发于20世纪30年代，形成于20世纪60年代，20世纪70年代还一度产生过“战略热”，20世纪80年代以后，战略管理理论已向更成熟的深层次发展。
企业战略管理理论的发展大体上经历了3个阶段，如图1.3所示。

编辑推荐

1科学实用：面向应用型人才就业，具备大量当前实用案例，注重培养学生实践能力　　2．内容新颖：借鉴国内外最新教材，融会当前最新理论，遵循最新发布的各项准则、规范　　3．系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整　　4方便教学：网上提供完备的电子教案、习题参考答案等教学资源，适合教学需要

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