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：9787811382310

10位ISBN编号：7811382318

出版时间：2009-10

出版时间：西南财经大学出版社

作者：李成文 主编

页数：228

字数：335000

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

詹姆士．布莱恩·恩在《应变战略：逻辑增值主义》中指出：“ 战略就是将一个组织的主要目标、政策和行动过程整合为一个整体的方式或计划。
一个明确的战略有助于组织根据自己的相对优势和劣势，预期的环境变动以及明智的竞争对手的意外举措来规划和配置资源。
”显然战略的本质是抉择、权衡和适得其位。
战略是保证一个组织尽可能去“ 做正确的事 ”，而战术是一种“ 正确地做事 ”的手段或方法。
“ 战略决策的错误，是不可以用战役和战斗的胜利来弥补的 ”。
由此可见，战略思维已成为管理中不可缺少的工具，也是管理类专业的学生强化战略思维训练的必修课之一。
对于普通高等院校管理专业的学生而言，如何学习好“ 企业战略管理 ”这门课程的一个关键问题是选择一本合适的教材。
基于此，我们以基本理论介绍、应用能力培养、技能训练为脉络，编写了本教材。
各章都有小结、案例、思考题等内容，力求帮助学生增强学习能力、实践能力以及研究能力，同时形成科学、规范、简约的教材特色。
　本书由四川省企业战略管理精品课负责人宜宾学院李成文教授任主编，西华大学王相平副研究员、西昌学院汪腾副教授任副主编。
全书写作大纲由李成文教授拟订，并与两位副主编沟通商定。
本书编写分工情况为：第一章，李成文（宜宾学院）；第二章，汪腾（西昌学院）；第三章，王相平（西华大学）；第四章，罗丹（西华师范大学）；第五章，龚勋（西昌学院）；第六章，王山宝（宜宾学院）；第七章，牟绍波（西华大学）；第八章，白如彬（宜宾学院）；第九章，杨波（宜宾学院）。
本书统稿、审稿工作由李成文教授完成。
　本书在编写和出版过程中，得到了参编者所在院系领导和西南财经大学出版社的关心、支持和指导。
同时，本书还参考、借鉴了国内外企业战略管路的研究成果和诸多同仁的教学科研信息。
在此，一并表示最诚挚的谢意。
同时，也希望广大读者能够对本书的瑕疵之处不吝赐教，以便本书再版时修订。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第一章 战略与战略管理 第一节 战略的定义与特点 第二节 企业战略管理 第三节 战略家和高层管理团队第二章 企业战略管理理论的产生与发展 第一节 西方企业战略管理理论的演进 第二节 当代企业战略管理理论流派 第三节 我国企业应用战略管理的概况第三章 战略分析的基本框架 第一节 战略分析的功能 第二节 一个基本的战略分析框架 第三节 SWOT分析方法 第四节 战略管理的环境分析 第五节 企业的宏观环境分析第四章 产业结构分析与竞争对手分析 第一节 产业分类法 第二节“ 结构一行为一绩效 ”范式 第三节 产业结构分析 第四节 产业内部结构分析 第五节 竞争对手分析第五章 企业资源与能力组合 第一节 资源与能力 第二节 资源本位企业观 第三节 资源与能力的基本分析框架 第四节 资源独特性的进一步探讨 第五节 资源本位企业观与产业分析理论的关系第六章 公司战略 第一节 公司战略的任务 第二节 经营领域与业务范围 第三节 纵向一体化 第四节 多元化战略 第五节 多元化战略的管理第七章 业务战略 第一节 业务战略概述 第二节 基本竞争战略 第三节 竞争优势 第四节 动态竞争与竞争优势第八章 战略的实施 第一节 战略实施的基本模式 第二节 战略实施的领导者 第三节 战略实施的组织结构 第四节 战略实施的评估与控制第九章 企业战略管理实践案例精选 第一节 企业战略管理实践典范 第二节 工业企业战略规划 第三节 商业企业战略规划参考文献

章节摘录

第一章 战略与战略管理　　第二节 企业战略管理　　一、企业战略的概念　　企业战略是企业根据其外部环境及企业内部资源和能力状况，为求得企业生存和长期稳定发展，为不断地获得新的竞争优势，对企业的发展目标及达到目标的途径和手段的总体谋划。

根据上述定义，可以看出企业战略要素包括六个方面：　　（1）企业应该认真研究企业的外部环境。

20世纪90年代以前的战略管理理论比较偏重于静态地分析企业外部环境及竞争优势，而之后，尤其是在进人21世纪以来，国际、国内环境日益动态化，即：环境变化的速度加快；技术创新日益加剧并产生新的竞争来源及新的竞争对手；市场和消费者的需求越来越复杂多变和不可预测。

因此，一种新的动态竞争的战略观正在形成，它要求我们在分析企业外部环境方面具有更前瞻的眼光和更强的战略主动性，而不仅仅是适应环境。

（2）企业应该认真分析企业的内部资源及能力状况。

20世纪90年代以前，在分析企业内部环境时比较偏重于静态地分析企业优势和劣势，而20世纪90年代以来，尤其是在进入21世纪后，企业优势理论的重点开始转向以资源为基础的竞争优势观，并出现了核心竞争力等一系列新的理论与模型，强调战略形成的学习观，并认为唯一可持续的竞争优势就是具有比对手更快的学习能力。

因此，核心竞争力是企业可持续竞争优势和新事业发展的源泉，企业只有形成核心能力、核心产品和市场导向的最终产品这种层次结构时，才能在全球竞争中取得持久的领先地位。

……

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