

<<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：9787302256168

10位ISBN编号：7302256160

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：刘平 编

页数：247

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>

## <<企业战略管理>>

### 内容概要

本书是省级精品课程企业战略管理的配套教材。  
本精品课程建设的指导思想，是以企业战略管理知识的综合运用为导向，以战略规划规范流程和方法为基础，以辩证思维为核心，以实际运用为重点，以综合的教学改革为突破口，促进学生对企业战略管理基本理论的掌握和运用技能的提升。  
重点突出应用能力和辩证思维的培养。  
本书的编写充分体现了上述指导思想。

本书适合作为高职高专相关专业企业战略管理课程的教材，也可作为企业战略管理的培训用书或参考书，以及企业战略管理实务工作者的学习用书。

## <<企业战略管理>>

### 书籍目录

#### 第一篇 战略管理的基本框架

##### 第一章 企业战略管理概论

###### 第一节 企业战略的基本概念

一、战略的内涵

二、战略的特征

三、战略的结构

###### 第二节 战略管理的内涵

一、战略管理的概念

二、战略管理的性质

三、战略管理的作用

###### 第三节 战略管理的过程

一、确定企业使命

二、战略分析

三、战略选择及评价

四、战略实施及控制

###### 第四节 战略规划及编制

一、战略规划的含义

二、战略规划的作用

三、战略规划制定应遵循的基本原则

四、战略规划的基本内容

五、战略规划的形成过程及基本格式

###### 第五节 战略管理的利益相关者

一、相关利益者

二、战略管理者

三、战略实施者

本章内容结构

综合练习

综合案例

阅读材料1-1

阅读材料1-2

#### 第二篇 战略环境分析

##### 第二章 企业外部环境分析

###### 第一节 宏观环境分析

一、政治法律因素

二、经济因素

三、社会文化因素

四、科学技术因素

###### 第二节 行业结构分析

一、现有竞争者之间的竞争程度

二、行业新加入者的威胁

三、替代产品的威胁

四、购买商讨价还价的能力

五、供应商讨价还价的能力

###### 第三节 竞争对手分析

一、竞争对手的未来目标

## <<企业战略管理>>

- 二、竞争对手的假设
- 三、竞争对手的现行战略
- 四、竞争对手的能力

### 第四节 客户分析

- 一、客户需求分析
- 二、客户行为分析
- 三、客户让渡价值分析

### 第五节 外部环境分析方法

- 一、战略环境要素评价模型
- 二、行业关键战略要素评价矩阵
- 三、战略环境预测方法和技术
- 四、行业中取得成功的关键因素分析

本章内容结构

结合练习

综合案例

## 第三章 企业内部环境分析

### 第一节 企业资源分析

- 一、企业资源的分类
- 二、企业资源分析过程

### 第二节 企业能力分析

- 一、财务能力分析
- 二、营销能力分析
- 三、生产管理能力分析
- 四、组织效能分析
- 五、企业文化分析

### 第三节 企业核心能力分析

- 一、企业核心能力的概念
- 二、企业核心能力的判断标准
- 三、企业核心能力分析的内容
- 四、企业核心能力的获得方法
- 五、企业核心能力的培育

### 第四节 内部环境分析方法

- 一、雷达图分析法
- 二、内部战略要素评价矩阵

本章内容结构

综合练习

综合案例

讨论案例

## 第三篇 企业使命与战略选择

### 第四篇 战略选择模式

### 第五篇 战略执行

## 尾声 高成长企业的长赢基因

## 参考文献

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>