

<<战略财务管理>>

图书基本信息

书名：<<战略财务管理>>

13位ISBN编号：9787509509746

10位ISBN编号：7509509742

出版时间：2008-12

出版时间：中国财政经济出版社

作者：陈亚民 编

页数：361

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>

## <<战略财务管理>>

### 内容概要

本书是上海交通大学财务系列教材之一，可供设置MBA、EMBA、MPAcc专业硕士点的高等学校以及设置财务管理本科专业高等学校选用，也可以用作在职工商管理人员继续教育的参考书。

战略财务管理是一个新概念，也是一门新课程，对于“战略财务管理”的认识尚未有一致看法，本书结合平时教学的实际情况，根据财务管理发展的现状，提出战略财务管理是以企业战略目标为基点，以资本市场为依托，通过对各种资源的估值、取得、调配以实现企业的价值最大化。

本书在对有关章节内容安排上，主要是在有关理论的简单梳理基础上，着重介绍了战略财务管理各种模式的具体操作方式与方法，突出了财务管理的实践性和可操作性。

本书在体系上突破通常的财务管理教材在内容安排“融资、投资、营运、分配”的模式，按照扩张型战略财务、防御型战略财务展开讨论，尽可能地把企业战略与财务管理结合起来，使本书有别于一般的财务管理教材，具有一定的先进性和独特性。

## &lt;&lt;战略财务管理&gt;&gt;

## 书籍目录

基础篇第1章 战略财务管理绪论1.1 企业发展战略1.2 企业组织形式与治理结构1.3 战略财务管理及其内容第2章 资本市场2.1 资本市场概述2.2 证券市场2.3 发行市场2.4 交易市场2.5 证券市场的法律制度第3章 企业价值评估3.1 企业价值概念3.2 企业价值评估3.3 企业价值评估方法本篇主要参考文献案例：NS公司价值评估战略财务扩张——融资篇第4章 融资概述4.1 融资概念与分类4.2 资本结构与融资理论4.3 融资战略规划与实施第5章 债权融资5.1 银行借款5.2 发行债券5.3 融资租赁5.4 资产证券化第6章 上市前股权融资6.1 私募股权融资概述6.2 私募股权融资方式6.3 私募股权融资程序6.4 私募股权融资中的问题第7章 上市融资7.1 上市融资概述7.2 IPO程序7.3 IPO过程的特别关注问题7.4 证监会IPO审核中重点关注的问题7.5 境外上市第8章 上市后再融资8.1 再融资概述8.2 配股8.3 增发8.4 定向增发8.5 可转换债券8.6 分离交易式的可转换公司债券本篇主要参考文献案例1：东方航空公司融资租赁案例2：中集集团应收账款证券化案例3：中国神华A股上市案例案例4：无锡尚德海外上市案例案例5：深南光（000043）定向增发案例战略财务扩张——并购篇第9章 并购概述9.1 并购概念9.2 并购动因9.3 并购战略9.4 并购分类9.5 并购程序第10章 并购实务一：特殊形式的并购10.1 杠杆收购与管理层收购（MBO）10.2 买壳（借壳）上市10.3 造壳上市（SPAC）10.4 换股并购10.5 反收购第11章 并购实务二：并购中的法律与会计问题11.1 并购中的法律问题11.2 并购中的会计问题11.3 国有资产并购本篇主要参考文献案例1：清华同方并购鲁颖电子案例案例2：宝安收购延中案例案例3：宇通客车的MBO案例4：第一百货吸收合并华联商厦案例案例5：戴姆勒—奔驰与克莱斯勒换股合并案例战略财务防御篇第12章 收缩型战略12.1 收缩型战略概述12.2 资产剥离12.3 公司分立与分拆12.4 股份回购第13章 重组清算型战略13.1 概述13.2 资产重组13.3 债务重组13.4 重整与和解13.5 破产清算本篇主要参考文献案例1：南方证券案例案例2：湘酒鬼主动破产案例案例3：ST星源债务重组案例案例4：沧州化学工业股份有限公司重整案例案例5：ST圣方资产重组案例后记

## 章节摘录

基础篇 第1章 战略财务管理绪论 1.1 企业发展战略 1.1.1 战略与战略管理 战略是企业的灵魂。

古人云：谋定而后动。

此处的谋就是战略，谋定意为制定了战略，后动则是指战略的实施。

一家企业，唯有制定了清晰、正确的发展战略，才有可能实施运作，企业才可以从小到大，从弱到强。

没有人才，可以引进或招聘；缺少技术，可以研发或购买；生产能力不足，可以新建或购并；生产资金匮乏也可以通过融资来解决。

但企业不可一天没有发展思路，否则就失去了发展方向，所谓“谋先事则昌，事先谋则亡（刘禹锡）”。

在当今时代，企业战略的重要性毋庸置疑。

关于战略的定义流派林立，《战略历程：纵览战略管理学派》一书将其总结为十个学派。

设计学派：将战略形成看作是一个概念作用的过程。

战略是一种匹配，是在企业所处环境中能够决定其地位的机遇与限定条件之间的匹配。

计划学派：将战略形成看作是一个正式的过程。

战略是一项长期的计划，即在企业战略意图的指导下，对企业的资源和活动进行规划，使企业形成一个高度计划性的、有机的整体，从而提高企业的经营效率。

定位学派：将战略形成看作是一个分析的过程。

战略是一种定位，即寻找一个良好的产业定位，从而使企业获得高于平均收益的资本回报，同时避免相互模仿而发生恶性竞争、进而导致收益水平下降。

企业家学派：将战略形成看作一个预测过程。

认识学派：将战略形成看作一个心理过程。

<<战略财务管理>>

编辑推荐

《战略财务管理》是上海交通大学财务系列教材之一，可供设置MBA、EMBA、MPAcc专业硕士点的高等学校以及设置财务管理本科专业高等学校选用，也可以用作在职工商管理人员继续教育的参考书。

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>