

<<企业战略管理理论与案例>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理理论与案例>>

13位ISBN编号：9787509603468

10位ISBN编号：7509603463

出版时间：2008-8

出版时间：谭忠富、侯建朝、王成文 经济管理出版社 (2008-08出版)

作者：谭忠富等著

页数：298

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>

## <<企业战略管理理论与案例>>

### 前言

我国企业所处的环境正在不断地、迅速地发生着变化，企业作为市场竞争的主体，除必须具有较强的市场适应能力外，还必须在激烈的竞争中谋求发展。

于是，企业需要具有战略发展规划，通过一系列有目的的战略步骤，培育竞争优势，实现长期战略目标。

通过战略分析，分清哪些环境变化会给企业带来挑战，哪些环境变化会给企业带来机遇，进而确定企业的发展方向，使其与环境变化更相适应，提高企业的效能；通过战略规划，找到企业存在的问题、潜力、优势、劣势，挖掘潜力，发挥优势，弥补劣势，建立合理的组织机构，优化配置资源，确立合理的盈利模式；通过战略设计，为企业指明发展方向，找准市场定位，制定出好的经营管理模式，推动企业的健康发展。

可见，当今的企业竞争已经由低层次的产品竞争发展到高层次的战略竞争。

企业战略管理最基本的两个问题就是回答：企业是什么？

企业应该是什么？

前一个问题是对企业历史及现状的综合评述，即对自身内部条件的全方位评估，如对企业的资金、技术、设备、员工素质、产品、市场、管理技能等各个组成要素的全面评价，以认清企业当前经营状况的好坏，并根据对环境、对手、市场的深入分析与预测，综合评判企业目前的人力资源配置情况、财务资源配置情况、技术储备情况、业务开展状况、市场需求状况、财务结构状况等是否适应环境及市场的变化趋势。

后一个问题则是分析企业外部环境中的机会、对企业有利的因素，以及对企业的威胁、不利的因素等，在此基础上决定企业选择“做哪些事和不做哪些事”，使企业在其业务经营方向、产品与服务定位上进行优化调整。

战略是什么？

简单地说，战略就是思考未来，战略就是决策未来。

思考未来是个永无止境的过程，决策未来是个充满智慧的判断，因为机会孕育于未来变化之中，未来并不存在于现实之中，事物在变化之前并不变化，市场唯一不变的是一切都在变。

## <<企业战略管理理论与案例>>

### 内容概要

《企业战略管理》介绍了战略管理的基本思想，按照战略管理的基本逻辑和思维过程分别论述了战略环境分析、战略设计类型、战略实施途径和战略控制手段等。

《企业战略管理》是作者在多年企业战略管理课程教学、企业战略管理理论研究、企业战略管理咨询经验的基础上，借鉴目前国内外学者在战略管理研究领域方面的最新理论撰写而成。

其最大特点是通过大量的、有针对性的管理案例对理论内容进行阐述，以便于读者对战略管理理论深刻把握；为了使读者对理论内容掌握得更加扎实，各章均配备了一定的习题。

## <<企业战略管理理论与案例>>

### 作者简介

谭忠富，男，华北电力大学教授、博士生导师、电力经济研究所所长。

1964年出生于吉林省长岭县。

1988年12月于大连理工大学获得硕士学位；1994年9月于大连理工大学获得博士学位；1996年10月于哈尔滨工业大学完成了博士后的研究工作；1996年10月至今在华北电力大学（北京）工作。

现担任：北京能源发展研究基地首席专家；中国市场学会常务理事；中国商业经济学会商业经济应用与管理研究分会常务理事；全国管理学科博士学位点评估专家组成员；河北省学位委员会经济学科评议组成员；中国电力教育协会电力市场专委会主任；中国电机工程学会动力经济委员会委员；中国电力企业联合会专家组成员；国家电网公司经济技术研究院专家；北京电力公司用电市场专委会成员。曾担任原国家经贸委培训司专家组成员。

曾获得北京市“优秀青年教师”、教育部新世纪优秀人才殊荣。

## &lt;&lt;企业战略管理理论与案例&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 企业战略管理思想的发展过程一、战略管理的历史沿革1.20世纪50年代2.20世纪60年代3.20世纪70年代4.20世纪80年代5.20世纪90年代二、传统战略理论1.设计学派2.计划学派3.定位学派4.企业家学派5.认识学派6.学习学派7.权力学派8.文化学派9.环境学派10.结构学派三、竞争战略理论1.行业结构学派2.核心能力学派3.战略资源学派四、动态竞争战略理论1.动态能力论2.竞争动力学方法五、企业战略管理基本介绍1.企业战略的概念2.企业战略要素3.企业战略特征4.企业战略设计层次5.战略管理的基本过程六、我国企业战略管理需要注意的问题1.防止战略管理形式化2.防止战略管理机械化3.防止战略设计一人化4.防止战略设计短视化5.防止战略目标模糊化6.防止战略管理趋同化7.防止战略管理西方化案例：德隆公司战略失败破解第二章 宏观环境的PEST分析一、政治法律环境1.政治环境2.法律环境案例：我国农产品出口战略的国际法律环境分析二、经济环境1.社会经济结构2.经济发展水平3.经济体制4.经济政策案例：经济收入对不同消费品需求会产生不同的影响三、社会环境1.人口因素2.文化因素案例：麦当劳在印度销售的汉堡不加牛肉四、科技环境1.社会科技水平2.社会科技力量3.国家科技体制4.国家科技政策和科技立法案例：铱星公司破产的原因和启示第三章 行业竞争环境分析一、行业竞争结构分析1.供方的讨价还价能力2.买方的讨价还价能力3.新进入者的威胁4.替代品的威胁5.行业内现有竞争者的竞争案例：我国补血制品企业之间的激烈竞争二、行业关键成功因素1.与技术相关的关键成功因素2.与制造相关的关键成功因素3.与分销相关的关键成功因素4.与市场营销相关的关键成功因素5.与技能相关的关键成功因素6.与组织能力相关的关键成功因素7.其他类型的关键成功因素案例：沃尔玛百货零售业的关键成功因素三、行业价值链分析1.后向价值链2.前向价值链案例：小卡式瓶带动起大产业链四、行业生命周期分析1.初创阶段2.成长阶段3.成熟阶段4.衰退阶段案例：我国装载机行业的生命周期分析五、企业战略群分析1.战略群图的绘制方法2.战略群图提供的信息3.战略集团间的竞争决定因素案例：电脑游戏行业中竞争者的战略群图第四章 企业内部条件分析一、企业资源分析1.企业资源类型2.企业资源培育案例：提升品牌资源的价值第五章 战略分析的基本工具第六章 企业竞争战略第七章 企业成长战略



<<企业战略管理理论与案例>>

编辑推荐

<<企业战略管理理论与案例>>

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>