

<<产业视角的企业战略>>

图书基本信息

书名：<<产业视角的企业战略>>

13位ISBN编号：9787564203979

10位ISBN编号：7564203978

出版时间：2008-12

出版单位：上海财经大学出版社有限公司

作者：余光胜

页数：348

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>

<<产业视角的企业战略>>

内容概要

过去企业战略理论中一直赖以为基础的隐含假设今日可能已不复成立，我们需要不断地反思企业战略理论。

产业命运决定了企业的命运，惟有懂得把握产业命运的企业，才能真正掌控自身的命运。当前许多企业陷入困境的深层原因，往往在于其忽视对产业层面问题的系统思考。

破解这种“有战无略”的企业困局，我们需要从产业运营的角度来重新审视企业战略理论。

产业视角的企业战略，既有对过去企业战略理论的认同和传承，也包括对其扬弃和拓展。

<<产业视角的企业战略>>

作者简介

余光胜，男，1966年10月生，安徽灵璧人。

1999年获复旦大学产业经济学博士学位，2001年从复旦大学工商管理博士后流动站出站并留校任教。

现为复旦大学管理学院产业经济学系副教授，中国工业经济学会理事。

长期从事战略管理、企业理论、企业知识与认知等相关领域的教学和研究工作，主持研究国家自然科学基金项目多项。

曾出版《企业发展的知识分析》、《产业致胜》等著作，在《管理世界》、《中国工业经济》等杂志上发表论文30余篇。

<<产业视角的企业战略>>

书籍目录

导论第一章 古典战略理论 第一节 企业战略管理的源起与发展 第二节 古典战略理论研究及其流派
第三节 古典战略理论的核心思想 第四节 古典战略理论的反思第二章 竞争战略理论 第一节 波特竞争战略理论的基本思想与分析框架 第二节 竞争战略理论的核心内容 第三节 竞争战略理论的贡献与局限 第四节 波特以后的企业战略动向第三章 企业能力战略理论 第一节 企业能力的理论渊源 第二节 竞争阶段的“冰山”模型 第三节 基于核心能力的企业战略理论 第四节 核心能力战略理论的困惑第四章 产业视角的企业战略理论思考 第一节 战略理论中不复存在的假设 第二节 他山之石：寻求战略新范式的理论借鉴 第三节 产业视角企业战略的多维透视 第四节 产业致胜战略的基本命题第五章 基于商业生态系统的产业定位选择 第一节 产业研究中的生态系统 第二节 商业生态系统中的企业战略定位 第三节 生态系统中基于能力要素的产业活动重组 第四节 生态系统的空间形态及企业战略空间定位第六章 基于价值创新的产业优化 第一节 企业持续战略优势的源泉：价值创造与保护 第二节 产业价值创新模式 第三节 多元产业价值创新管理第七章 构想未来产业 第一节 培育产业洞察力 第二节 顾客需求分析 第三节 技术发展分析 第四节 产业演化分析第八章 设定产业仓U新路径 第一节 产业创新的基本前提 第二节 技术创新的一般规律与模式 第三节 基于创新生态与知识演化设定产业创新路径 第四节 以默会知识共享与战略联盟建设促进产业创新第九章 开启大众市场 第一节 赢得产业标准 第二节 市场试探与学习 第三节 营造市场优势参考文献后记

<<产业视角的企业战略>>

章节摘录

产生这个问题的根本原因在于我们没有将运营效果与战略区分开来。对生产率、质量、速度等的要求产生了许多管理工具和技术，如前述的标杆学习、时基竞争、再造、转型等，尽管这些方法所产生的运营效果的改善在某些场合下是非常明显的，但是许多企业还是因不能将其转化为持续的盈利能力而受挫，而且逐渐地几乎是不知不觉地，注重这些管理工具取代了对战略的考虑，而管理者在大力改进这些方面效果的时候已与有活力的竞争地位背道而驰了。绩效是所有企业所追求的基本目标，运营效果与战略对企业的优良绩效都是必要的，但是两者作用的方式是不同的。

运营效果是指企业比竞争对手能够更好地完成相同的活动，如企业可以通过加快产品开发、减少生产中的次品、加强售后服务等提高运营效果。

相反，战略的本质则在于完成与竞争对手不同的活动或选择与竞争对手不同的方式，完成相同的活动。

在运营效果的层次上，差别化的影响是广泛的。

企业在减少浪费、使用更先进的技术、更有效地激励员工或对企业特定活动的管理更具洞察力等方面存在着较大程度的差别。

运营效果中的这些差别是企业获利能力差别的一个重要源泉，因为这些差别直接影响到企业的相对成本地位。

<<产业视角的企业战略>>

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>