

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787810848701

10位ISBN编号：7810848704

出版时间：2007-1

出版时间：辽宁东北财经大学

作者：陈忠卫 主编

页数：289

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>

<<战略管理>>

内容概要

本教材有以下特色： 1.更加符合本科教学特点。

本书每一章均新增了“学习目标”、“引例”等栏目，有助于读者把握学习重点，激发起学生的学习兴趣。

每章章后的“本章小结”全面梳理了相关的重要知识点，帮助生理清章节结构，掌握学习重点。

每章后还安排了一个案例作业题，旨在启发学生理论联系实际地开展战略分析，培养学生的创造性思维。

2.补充最新的战略知识点。

我们在教材编写过程中，补充增加了许多新的内容，如愿景管理、利益相关者管理、合作型战略、集群化发展战略、平衡计分卡、价值创新、创业型战略等。

将这些内容及时地补充到教材中，既适应了读者要求紧跟理论发展的步伐，又满足了企业战略实践的需要。

虽然我们坚持认为，按迈克尔·波特竞争战略的思维来设计战略管理教材体系将不断凸现其应用的局限性，而以利益相关者关系管理为基础的合作型战略将成为未来的战略主流，但真正想突破既有的战略管理教材体系绝非易事。

3.全面更新所选用的案例。

第一版教材所选择的案例大多是发生在20世纪90年代的事件，虽然当时能够满足教学的需要，但时过境迁，企业所面临的竞争环境远比那时要复杂得多，所以，我们更新了全部的教学案例，并且努力体现出案例选择的时代性、广泛性和代表性，案例选择兼顾知识巩固与思维拓展的双重需要，案例编写是在搜集、综合、整理多种信息资源的基础上完成的。

“附录”还提供了我们在案例教学中的点滴经验，供广大教师参考。

4.满足读者拓展知识的需要。

考虑到越来越多的本科生、MBA、MPA等研究生在学习结束前都喜欢选择战略管理作为毕业论文选题，以及不少在校生对研究战略管理产生了浓厚的兴趣，我们特地在每章安排了“推荐阅读资料”，旨在为大家搜集有价值资料提供方便，也在一定程度上引导读者从事战略管理相关领域的研究。

5.突出培养战略实践的能力。

战略管理是一门实践性很强的课程，虽然教师竭力从外部到内部、从公司到业务、从竞争到合作进行战略分析，但学生们仍倍感空洞。

如何让战略真正在实践中落地、生根、开花、结果呢？一条切实可行的途径是尽可能采取灵活多样的案例教学形式，努力把案例教学与企业家报告、企业调研相结合，并且拟讨论的问题最好能够从经济学、社会学、管理学等多学科角度加以综合性分析，强调思维开放性，而不是只局限于知识巩固性。

为了努力做到这一点，本教材对案例作了精心的选择和改编，“引例”不设具体讨论题，旨在开启思想的闸门，“案例分析题”所设计的讨论题则突出启发多角度思维，“附录”中关于战略规划报告的写作建议对实践工作也极具参考价值。

<<战略管理>>

作者简介

陈忠卫，管理学博士，安徽财经大学管理学院教授、企业管理专业硕士生导师，安徽财经大学企业成长研究所所长，兼任南开大学创业管理研究中心研究员、安徽工商管理学院MBA导师、安徽省滁州市企业家培训中心教授以及多家企业管理顾问，是安徽省省级精品课程“管理学”、“企业战

<<战略管理>>

书籍目录

第1编 战略基础	第1章 导论	学习目标	引例 英特尔之奔腾方向	1.1 战略的概念与性质
	1.2 战略的构成要素	1.3 战略的层次性	1.4 战略管理过程	1.5 竞争优势
	本章小结	复习思考题	案例分析题	推荐阅读资料
第2章 愿景与使命	学习目标	引例 国内外部分知名企业关于企业愿景与企业使命方面的表述	2.1 组织愿景	2.2 组织使命
	2.3 利益相关者	2.4 社会责任与企业公民行为	2.5 目标体系	本章小结
	复习思考题	案例分析题	推荐阅读资料	第2编 战略环境
第3章 战略环境评估	学习目标	引例 美标公司开拓韩国洁具市场	3.1 宏观环境分析	3.2 行业结构分析
	3.3 投资组合分析技术	本章小结	复习思考题	案例分析题
	推荐阅读资料	第4章 内部资源与核心竞争力	学习目标	引例 挑战微软：Google进军商用软件市场
	4.1 企业资源分析	4.2 企业活力分析	4.3 核心竞争力	4.4 价值链
	4.5 SWOT分析	本章小结	复习思考题	案例分析题
	推荐阅读资料	第3编 战略类型	第5章 基本竞争战略	学习目标
	引例 大众与通用对决录	5.1 概述	5.2 总成本领先战略	5.3 差别化战略
	5.4 重点集中战略	5.5 竞争对手分析	本章小结	复习思考题
	案例分析题	推荐阅读资料	第6章 行业经营战略	学习目标
	引例 通用汽车的困境	6.1 行业生命周期	6.2 新兴行业的经营战略	6.3 成熟行业的经营战略
	6.4 衰退行业的经营战略	本章小结	复习思考题	案例分析题
	推荐阅读资料	第7章 多元化战略	第8章 并购战略	第9章 合作型战略
	第10章 国际化战略	第4编 战略实施	第11章 战略制定与战略实施	第12章 组织结构与战略
	第13章 组织文化与战略	第5编 战略创新	第14章 战略控制与战略变革	第15章 战略管理理论发展的新趋势
	附录1 “战略管理”案例教学法的探索	附录2 公司战略规划报告的撰写		

<<战略管理>>

编辑推荐

企业战略管理理论的发展归纳为三个阶段，即企业环境综合范式分析阶段，以环境适应范式为核心的分析阶段，多种范式并存阶段；提出了战略管理学说体系的总体框架；探讨了战略管理面临的挑战及理论研究的基本趋势。

战略管理学科被赋予了三个基本特性：第一，对战略管理理论的研究以探索性研究为主。一方面，现实中企业形态多种多样，不仅包含众多的内部因素，而且外部环境又在发生持续的变化，过去的成功模式难以延续到未来；另一方面，成功只是一些企业相对于另一些企业所取得的实绩，后进企业简单地模仿、照搬领先企业的成功模式不可能取得有战略意义的突破。因此，战略管理理论中不可能出现放之四海而皆准的永恒真理，而不断探索新时期、新环境下的成功之路，却是战略管理领域中的永恒课题。

第二，战略管理是实践性极强的学科。

战略管理的理论源于实践，而且主要是源于一些成功企业的实践经验，甚至对外部环境的研究也需要和一些企业的实践结合起来。

譬如情景分析法，只是被一些企业的实践证明的确可以帮助企业增强其应变能力后，才成为战略分析中的一种方法。

战略管理学科的实践性也对这一领域的理论研究提出了挑战，研究人员只有了解研究对象的真实情况，才可能获得有意义的结果。

第三，战略管理理论的价值主要在于它能够丰富和启发企业管理人员的思路。

同其他管理科学的分支一样，战略管理理论也是经由对研究对象的系统分析而逐步生成的。

尽管这些理论总是在尝试着对企业的成功给予系统的解释，却不意味着企业运用这些理论可以直接推导出战略方案。

事实上，现实世界中企业的成功是一种极其复杂的现象，即使对少数人们耳熟能详的优秀企业，战略管理的理论研究也远未揭示出其成功的全部原因。

如果把战略管理的理论简单地用于一些企业之中，断言这些企业应该如何如何，不该如何如何，恐怕达不到指导实践的目的。

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>