

<<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：9787010077338

10位ISBN编号：7010077339

出版时间：2009-3

出版时间：人民出版社

作者：赵春明

页数：499

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>

内容概要

《企业战略管理：理论与实践（第2版）》分为总体分析和竞争战略两篇，从战略分析与制定、战略选择及其评价、企业核心竞争能力战略、企业品牌发展战略等方面对企业战略管理的理论与实践进行了系统的介绍。

战略分析可以了解组织所处的环境和相对竞争地位；战略选择是战略制定、评价和选择；战略实施是采取措施发挥战略作用；战略评价和调整可以检验战略的有效性；竞争战略分析是核心能力战略、国际化战略等。

作者简介

赵春明，男，1964年生，江西省崇义县人，1994年获经济学博士学位，同年破格晋升为副教授，1997年破格晋升为教授，1998 - 1999年在美国加州位克利大学做高级访问学者，现任北京师范大学经济与工商管理学副院长、中国美国经济学会副秘书长，中国国际易学会理事、中国亚太学理事、北京经济学总理事、中国社会科学院正高级职称评审委员会委员、国家图书馆专家咨询委员会委员、中国博士后基金项目评审委员会委员、教育部留学回国人员科研启动基金项目评审委员会委员、中央国家机关青年联合会委员、世界与中国竞争力研究评价中心专家委员会委员、国务院海峡两岸关系研究中心兼职研究员、南开大学兼职教授、中国外交学院客座教授、河南财经学院兼职教授、《中国报道》学术顾问、《亚太经济》学术顾问等。

主要研究领域为国际贸易、国际投资、世界经济、战略管理等。

独立和合作出版学术著作及教材22部，译著5部，发表论文190余篇。

主持国家社会科学基金项目等各类课题16项，成果多次获奖，其中包括“中国图书奖”、“教育部人文社会科学优秀成果奖”及“北京市哲学社会科学优秀成果奖”等。

教学方面获得的奖励和荣誉主要有“教育部高校青年教师奖”、“北京市优秀青年教师”、“北京市精品课程”、“北京市优秀教学教育成果奖”、“北京师范大学教学名师”、“北京师范大学最受学生欢迎的十佳教师”、“北京师范大学优秀教学成果奖”及“北京师范大学本科教学优秀奖”等。

在企业管理方面，除担任北京师范大学MBA的教学外，还受聘为清华大学、北京大学、华中科技大学、香港公开大学等MBA及EMBA培训班教授，同时担任北京欧亚斯诺管理咨询有限公司董事、河北明珠塑料有限公司等上市企业独立董事等职，兼任北京市企业文化研究中心、汉帝管理咨询公司、博文开拓管理有限公司等高级培训师，先后为联想集团、北京同仁堂集团、首旅集团、中国国际航空公司、长城饭店、长城润滑油公司、上海佳通以及广东、浙江、江苏、海南、辽宁、山东等省数十家企业提供咨询和培训讲座。

书籍目录

上篇 总体分析第一章 导论第一节 战略管理思想的起源与演变第二节 战略管理的基本涵义与特征
 第三节 战略管理的作用及容易出现的问题本章案例分析 太阳马戏团开创蓝海战略的启示第二章 战
 略分析与制定第一节 国际环境分析第二节 外部环境分析第三节 内部环境分析本章案例分析1 对空
 运产业竞争结构的个案分析本章案例分析2 通用电器公司的战略管理第三章 战略选择及其评价第
 一节 稳定战略第二节 发展战略第三节 防御战略第四节 综合战略本章案 例分析福特汽车公司
 的战略选择与演变本章案 例讨论IBM的灾难与重生第四章 战略实施及其控制第一节 导致战略规
 划及实施失败的常见错误第二节 战略实施成功的五要素第三节 战略控制的类型及过程本章案例分
 析 进行科学管理和控制的小天鹅本章案例讨论1 爱多神话的兴衰始末本章案例讨论2 麦当劳是否
 太多了第五章 战略分析的主要方法第一节 价值链分析法第二节 SWOT分析第三节 波士顿矩阵
 分析法本章案例分析 对G集团发展战略的SWOT分析下篇 竞争战略第六章 企业核心竞争能力战
 略第一节 核心竞争能力的涵义与特征第二节 企业核心竞争能力的识别第三节 核心竞争能力的内
 部构建第四节 中国企业培育核心竞争能力的基本对策本章案例分析 耐克的创新与保守本章案例讨
 论 海尔模式第七章 企业品牌发展战略第一节 品牌的涵义与价值构成第二节 品牌的设计与定位
 第三节 品牌培育与品牌战略的制定第四节 品牌延伸与国际化策略本章案例分析1 罗拉品牌的定位
 与决策本章案例分析2 企业品牌的整合营销本章案例讨论 非常可乐向可口可乐宣战第八章 成本
 优势与产品差异化战略第一节 成本优势战略第二节 产品差异化战略本章案例分析 沃尔·马特与
 邯钢以低成本保持竞争优势的比较分析本章案例讨论 简单加法造就强大梦——福中电脑成功的启示
 第九章 企业多元化发展战略第一节 多元化战略的分类第二节 多元化战略的目标第三节 实施多
 元化战略的途径第四节 实施多元化战略的风险本章案例分析1 一个战略两种结果——北大方正集团
 与巨人集团多元化战略对比分析本章案例分析2 三九：多元化进程中的狂欢与伤痛本章案例讨论
 佳能的快速扩张与百事可乐的主业回归第十章 企业战略联盟发展战略第一节 战略联盟的涵义与特
 征第二节 战略联盟的收益与发展第三节 战略联盟的风险与策略第四节 国际战略联盟本章案例分
 析 相逢一笑泯恩仇——美国和日本运输公司重建战略联盟的成功案例本章案例讨论 联想与跨国公
 司巨头的携手合作第十一章 企业国际化发展战略第一节 企业国际化的发展阶段和经营方式第二节
 企业国际化进程中的出口营销策略第三节 企业国际化进程中的对外直接投资策略本章案例讨论1
 日本丰田公司进军美国市场的策略本章案例讨论2 格兰仕——比较优势下的选择本章案例讨论3
 TCL：坎坷的国际化之路主要参考文献

章节摘录

第一章 总论 第一节 战略管理思想的起源与演变 战略 (strategy) 一词最早起源于军事活动。

从发展历史来看,其渊源可以追溯到古希腊时期。

当时出现的最早的词为“Strategos”,是“军队”和“率领”两个词意的结合,意指军事指挥官,后来被解释为领导艺术和统治方法。

战略作为战争科学的概念是由中国在同时期发展起来的。

这方面首推孙子及其《孙子兵法》。

孙子主张在战前必须认真分析政治和经济形势,强调谋略先于军事力量,并认为除了赢得战争外,更重要的是要达到政治目的。

这种战略见解连同许多其他希腊思想通过古罗马传人西方。

战略概念便在这样一个知识力量和军事实力逐渐强大的社会找到了其发展的沃土。

这种战略观念在欧洲中世纪早期不乏支持者,在18世纪后期的拿破仑战争时期更是受到推崇,战略被认为是赢得一场战争的宏大而周密的计划。

.....

<<企业战略管理>>

编辑推荐

《企业战略管理：理论与实践（第2版）》主要特色：
和相对竞争地位；
战略作用；
国际化战略等。

- 战略分析——了解组织所处的环境
- 战略选择——战略制定、评价和选择；
- 战略实施——采取措施发挥战略作用；
- 战略评价和调整——检验战略的有效性；
- 竞争战略分析——核心能力战略、国际化战略等。

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>