

<<战略管理学(国际版.第十二版)>>

图书基本信息

书名：<<战略管理学(国际版.第十二版)>>

13位ISBN编号：9787111064015

10位ISBN编号：7111064011

出版时间：2001-1-1

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）托马森等著

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>

<<战略管理学(国际版.第十二版)>>

内容概要

本书是一部具有划时代意义的战略管理名著，它在分析公司所处的市场环境，自身资源及竞争力的基础上，用全新的技术工具对一个公司如何制定，完善和实施战略等问题进行了深入浅出的阐述。

书籍目录

PART ONE THE CONCEPTS AND TECHNIQUES OF STRATEGICAL MANAGEMENT

1.THE STRATEGIC MANAGEMENT PROCESS:AN OVERVIEW

2.THE THREE STRATEGY-MAKING TASKS:Developing a Strategic Vision,Setting Objectives,and Crafting a Strategy

3.INDUSTRY AND COMPETITIVE ANALYSIS

4.EVALUATING COMPANY RESOURCES AND COMPETITIVE CAPABILITIES

5.STRATEGY AND COMPETITIVE ADVANTAGE

6.MATCHING STRATEGY TO A COMPANY'S SITUATION

7.STRATEGY AND COMPETITIVE ADVANTAGE IN DIVERSIFIED COMPANIES

8.EVALUATING THE STRATEGIES OF DIVERSIFIED COMPANIES

9.IMPLEMENTING STRATEGY:BUILDING RESOURCE CAPABILITIES AND STRUCTURING THE ORGANIZATION

10.IMPLEMENTING STRATEGY :BUDGETS,POLICIES,BEST PRACTICES,SUPPORT SYSTEMS,AND REWARDS

PART 2 CASES IN STRATEGIC MANAGEMENT

A GUIDE TO CASE ANALYSIS

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>