

<<边缘竞争>>

图书基本信息

书名：<<边缘竞争>>

13位ISBN编号：9787111086543

10位ISBN编号：7111086546

出版时间：2001-2

出版时间：机械工业出版社

作者：[美] 肖纳 L.布朗,[美] 凯瑟琳 M.艾森哈特

页数：397

译者：吴溪

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>

<<边缘竞争>>

内容概要

在当今市场变革日益普遍与激烈的情况下，美国管理学专家布朗与艾森哈特主张，必须彻底打破原有那种标准的生存战略，取而代之一种全新的战略——边缘竞争。

边缘竞争战略是一种不确定和不可控的战略，它甚至还常常是低效率的战略，但是在变革的市场环境下它却是一种有效的战略。

该战略的核心在于利用变革的动态本质来构建一系列的竞争优势。

它力图捕捉无序平衡的边缘状态，使得公司在无序和有序之间保持微妙的平衡状态。

熟练地掌握了边缘竞争的时间边缘的平衡方法之后，管理人员便可避免单纯的市场反应，设定自己的变革节拍，迫使竞争对手跟随自己的战略方向，从而控制市场的竞争格局，最终掌握自己的命运。

通过对12个分布于全球的公司深入调查以及对上百位管理人员的访谈，作者用大量的案例阐述了边缘竞争战略的具体应用。

在《边缘竞争》一书中，科学与商业得到了完美的结合，这不仅使得本书成为具有开创性和革命性意义的著作，也为管理人员开辟新思路，从更高层次更好地理解 and 实践战略提供了很好的指导。

从本质上讲，边缘竞争战略解决了公司在高度变革和高度不确定性的市场上所面临的战略挑战，那就是不断地创新和变革公司本身，以取得连续的竞争优势。

本书针对的读者主要是管理人员（或者是准管理人员），主要的目的便是向读者阐述清楚，最大的管理挑战并不是在变革环境中消极地生存，而是如何积极利用变革取得竞争的优势。

《边缘竞争》为读者提供了一种开创性的、空前的战略观，帮助管理人员及时抓住变革的契机，设定竞争的变革节拍，最终成为整个市场上的业界霸主。

<<边缘竞争>>

作者简介

肖纳L.布朗是麦肯锡咨询公司的咨询顾问。
她主要从事综合性技术行业以及消费行业方面的咨询。
布朗博士致力于创新管理、战略管理、不确定性市场的管理以及快速变革市场的管理等领域的研究。
她获得了美国斯坦福大学的博士学位，在此期间的研究课题是战略与组织理论。
她还曾经以罗氏奖学金（Rhodes Scholarship）获得者的身份到英国牛津大学留学，并获得了经济学和哲学的硕士学位。
为此，布朗还在卡尔顿大学获得了系统与计算机工程学的工程学士学位。

<<边缘竞争>>

书籍目录

译者序

前言

第1章 变革环境下的战略挑战 1

1.1 变革管理 4

1.2 边缘竞争 9

1.3 研究方法 31

1.4 结论 36

第2章 即兴发挥 38

2.1 调查你的公司 45

2.2 即兴发挥的基本知识 45

2.3 过少的组织结构：无序陷阱 50

2.4 过多的组织结构：官僚主义的陷阱 59

2.5 穿越无序边缘 68

2.6 即兴发挥战略的具体实施 84

2.7 当竞争的游戏规则改变时应注意的
几个问题 87第3章 获取跨业务部门之间
的协作优势 89

3.1 考察你的公司 94

3.2 互适应法基本概念 94

3.3 过多的协作：教条主义的陷阱 100

3.4 不充分的协作：个人主义的陷阱 112

3.5 无序边缘平衡的互适应行为 124

3.6 创造互适应系统 135

3.7 本章小结 138

第4章 从过去获取优势 141

4.1 调查你的公司 147

4.2 再造工程的基本概念 148

4.3 经验主义：关联过多的陷阱 153

4.4 忽视过去的经验：割裂主义的陷阱 163

4.5 时间边缘的再造工程 172

4.6 再造工程的实施 192

4.7 关于开创发展机会的小结 195

第5章 在今天为明天的胜利
做好准备 197

5.1 调查你的公司 203

5.2 abc公司实践的基本概念 204

5.3 过多的规划：“不切实际”的陷阱 211

5.4 过于被动的战略：缺乏远见的陷阱 222

5.5 时间边缘上的实践探索 232

5.6 实施探索实践 248

5.7 战略规划应注意的问题 251

第6章 设定竞争节奏 253

6.1 调查你的公司 264

6.2 舞步式的变革转换 265

<<边缘竞争>>

6.3 设定节拍	278
6.4 时间节奏的具体掌握	290
6.5 掌握时间节奏的节拍	293
6.6 时间节奏应注意的几个问题	295
第7章 培养公司的战略	297
7.1 建设大草原	303
7.2 边缘竞争战略的培育与成长	310
7.3 转向边缘竞争的战略模式	317
7.4 开发边缘竞争战略	333
第8章 领导战略	337
8.1 领导战略的基础概念	343
8.2 整合的艺术	350
8.3 综合战略	367
8.4 管理边缘竞争战略	371
第9章 边缘竞争战略的原则	374
9.1 战略	375
9.2 组织	377
9.3 领导职能	381
附录a 研究方法	384
a.1 研究方案	385
a.2 案例分析的选择	386
a.3 数据收集	389
a.4 数据分析	390
注释	393

<<边缘竞争>>

媒体关注与评论

本书是哈佛商学院出版社近期出版的管理学著作，作者分别为麦肯锡公司的资源咨询师与斯坦福大学教授。

<<边缘竞争>>

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>