

<<公司战略>>

图书基本信息

书名：<<公司战略>>

13位ISBN编号：9787111174455

10位ISBN编号：7111174453

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业

作者：[美]戴维J.科利斯

页数：186

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>

<<公司战略>>

内容概要

出版前言前言《西方经济学》(宏观部分)教学建议第一章 宏观经济问题与理论争论第一节 宏观经济学与微观经济学第二节 宏观经济问题和政策目标第三节 学派之争第二章 国民收入核算第一节 国内生产总值的概念第二节 核算国内生产总值的三种方法第三节 衡量国民收入的其他指标第四节 关于国民收入核算的几点说明第三章 简单的国民收入决定模型第一节 总需求、总供给与国民收入第二节 凯恩斯主义者宏观模型第三节 乘数理论第四节 缺口理论与宏观经济失衡第五节 经济周期波动的凯恩斯主义解释第四章 经济增长理论第一节 哈罗德——多马经济增长模型第二节 新古典经济增长模型第三节 经济增长因素分析第四节 内生经济增长模型第五章 金融、货币与利率的决定第一节 金融体系第二节 货币基本理论第三节 货币市场第四节 均衡利率水平的决定第六章 产品市场和货币市场的一般均衡第一节 IS曲线第二节 LM曲线第三节 IS—LM模型第七章 总需求—总供给模型《公司战略：译者序译者简介前言作者简介第1章 公司战略导论 1.1 为什么需要公司战略 1.2 什么是公司战略 1.3 一种新的公司战略框架 1.4 未来之路附录A 以前的公司战略方法第2章 资源与租金 2.1 引言 2.2 业务单位战略 2.3 资源 2.4 经济租金 2.5 基于资源的战略附录B 业务战略和行业分析第3章 产业的规模与范围 3.1 引言 3.2 范围的维度 3.3 规模经济 3.4 范围经济 3.5 开发利用规模和范围经济的障碍 3.6 寻求规模与范围交应第4章 多角化扩张 4.1 引言 4.2 公司为什么要实施多角化扩张 4.3 导向成功 4.4 业务的选择 4.5 多角化经营与公司绩效 4.6 扩张模式 4.7 合并与收购 4.8 内部发展 4.9 联盟第5章 公司范围的组织边界 5.1 引言 5.2 公司的范围：资源与竞争优势 5.3 公司的范围：市场或层阶组织 5.4 市场 5.5 层阶组织 5.6 结论：在市场与层阶组织之间做出选择 5.7 选择公司的范围 5.8 决策过程第6章 管理多业务公司 6.1 引言 6.2 行政体系 6.3 组织结构 6.4 系统与过程 6.5 公司总部的角色 6.6 愿景 6.7 资源监护人 6.8 一般管理职能 6.9 设置行政体系第7章 营造竞争优势第8章 公司治理第9章 公司转型：公司战略的动态性 基于资源论的观点》立足于从企业资源的观点来分析战略问题，其核心思想是：公司及竞争优势是建立在公司所拥有的独特资源的基础之上的，是建立在公司于特定的竞争环境中配置这些资源的独特方式的基础之上的。

同时，鉴于有关公司的边界选择和促使战略获得预期成功的组织机制等因素也至关重要，所以本书也对这些重要问题进行了十分深入的阐述和剖析。

本书适合于企业管理人员、从事企业管理与战略管理研究的学者以及高等院校管理类师生。

第一节 总需求 第二节 总供给 第三节 总需求—总供给模型 第四节 理性预期条件下的总需求和总供给模型 第八章 失业与通货膨胀 第一节 失业 第二节 通货膨胀 第三节 菲利普斯曲线 第九章 宏观经济政策 第一节 宏观经济政策目标 第二节 财政经济政策 第三节 货币政策 第四节 宏观经济政策效果分析 第五节 促进经济稳定增长政策 第十章 开放条件下的宏观经济政策 第一节 对产品跨国流动的解释：国际贸易理论 第二节 汇率和国际收支 第三节 内部均衡和外部均衡 第四节 开放经济条件下的宏观经济政策效应 参考文献

<<公司战略>>

作者简介

戴维J.科利斯：哈佛商学院、耶鲁大学管理学院和哥伦比亚商学院教授，全球竞争与公司战略专家。

王永贵，南京大学商学院市场营销系教授，市场营销学科带头人，南开大学工商管理博士、香港城市大学管理科学博士（双博士），系英国Journal of Technology Management in China杂志副主编（Emerald Group Publishing, UK）。

系美国市场学协会会员、美国信息系统协会会员、中国管理研究国际协会会员、中国注册会计师协会会员。

1) 系加拿大约克大学访问学者、加拿大维多利亚大学访问学者、香港城市大学研究员； 2) 国家自然科学基金委管理科学部通信评议外审专家 3) 第7和第8届全国青年管理科学与系统科学学术会议特邀专家(2003/2005)（大会主题报告） 4) 第二届IEEE系列会议-服务系统与服务管理国际研讨会特约专家并担任两个小组的主持人（Session Chair）。

5) 系Academy of Management Journal、Management Decisions, Journal of Engineering and Technology Management, Journal of Business Research, 《管理科学学报》、《南开管理评论》等国内外知名期刊的特约审稿人。

<<公司战略>>

书籍目录

译者序译者简介前言作者简介第1章 公司战略导论 1.1 为什么需要公司战略1.2 什么是公司战略1.3 一种新的公司战略框架1.4 未来之路附录A 以前的公司战略方法第2章 资源与租金2.1 引言2.2 业务单位战略2.3 资源2.4 经济租金2.5 基于资源的战略附录B 业务战略和行业分析第3章 产业的规模与范围3.1 引言3.2 范围的维度3.3 规模经济3.4 范围经济3.5 开发利用规模和范围经济的障碍3.6 寻求规模与范围交应第4章 多角化扩张4.1 引言4.2 公司为什么要实施多角化化扩张4.3 导向成功4.4 业务的选择4.5 多角化经营与公司绩效4.6 扩张模式4.7 合并与收购4.8 内部发展4.9 联盟第5章 公司范围的组织边界 5.1 引言5.2 公司的范围：资源与竞争优势5.3 公司的范围：市场或层阶组织5.4 市场5.5 层阶组织5.6 结论：在市场和层阶组织之间做出选择5.7 选择公司的范围5.8 决策过程第6章 管理多业务公司6.1 引言6.2 行政体系6.3 组织结构6.4 系统与过程6.5 公司总部的角色6.6 愿景6.7 资源监护人6.8 一般管理职能6.9 设置行政体系第7章 营造竞争优势第8章 公司治理第9章 公司转型：公司战略的动态性

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>