

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787111322313

10位ISBN编号：7111322312

出版时间：2010-10

出版时间：机械工业出版社

作者：李新春 等著

页数：300

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

《战略管理（中国版）（原书第3版）》是第一本用统一的理论框架来组织各个章节的战略管理教科书，与其他战略管理教材相比，本书具有如下优势：第一，本书是第一本由国内外学者共同完成的战略管理教材，既保证了与国际接轨，也具有众多中国特色的内容，更适合中国读者阅读。

第二，虽然本书相对薄一些，但与一本厚厚的教科书却只用不到一半内容相比，我们更希望本书使用者能用足用透本书，达到事半功倍的效果。

第三，也是最关键的一点，本书涵盖了能通过VRIO框架更紧密联系在一起的对数不多的主题，这样做是为了鼓励真正的理解，而非机械的记忆。

是否有助于读者的“真正理解”，是本书筛选战略分析工具的唯一标准。

《战略管理（中国版）（原书第3版）》既可作为战略管理专业高年级本科生、研究生和MBA教材，也可供对战略管理理论与实务感兴趣的人士研读。

<<战略管理>>

书籍目录

本书特色 作者简介 作者致辞 第一部分 战略分析工具 第1章 什么是战略管理过程 学习目标 1.1 战略和战略管理过程 1.2 什么是竞争优势 1.3 战略管理过程回顾 1.4 衡量竞争优势 1.5 自发型战略vs.意图型战略 1.6 为什么需要了解战略 本章小结 第2章 评估企业的外部环境 学习目标 2.1 了解企业的一般环境 2.2 企业绩效的结构-行为-绩效模型 2.3 环境威胁的五力模型 2.4 产业结构和环境机会 2.5 国际环境中的威胁和机会分析 本章小结 第3章 评估企业的内部能力 学习目标 3.1 内部分析的重要性 3.2 企业的资源基础观 3.3 VRIO框架 3.4 VRIO框架的应用 3.5 行业中的模仿及竞争动态 3.6 资源基础观的启示 3.7 国际背景下的内部分析 本章小结 第二部分 业务层战略 第4章 成本领先 学习目标 4.1 什么是业务层战略 4.2 什么是成本领先 4.3 成本领先的价值 4.4 成本领先和持续竞争优势 4.5 成本领先实施的组织设计 4.6 国际背景下的成本领先 本章小结 第5章 产品差异化 学习目标 5.1 什么是产品差异化 5.2 产品差异化的价值 5.3 产品差异化与持续竞争优势 5.4 产品差异化实施的组织设计 5.5 公司能否同时实施产品差异化和成本领先战略 5.6 国际背景下的产品差异化 本章小结 第三部分 公司层战略 第6章 纵向一体化 学习目标 6.1 什么是公司层战略 6.2 什么是纵向一体化 6.3 纵向一体化的价值 6.4 纵向一体化和持续竞争优势 6.5 纵向一体化实施的组织设计 6.6 国际背景下的纵向一体化 本章小结 第7章 公司多元化 学习目标 7.1 什么是公司多元化 7.2 公司多元化的价值 7.3 公司多元化与持续竞争优势 7.4 国际背景下的公司多元化 本章小结 第8章 组织实施公司多元化 学习目标 8.1 组织结构和实施公司多元化 8.2 管理控制和实施多元化战略 8.3 实施多元化战略的薪酬政策 8.4 国际背景下公司多元化战略的组织实施 本章小结 第9章 战略联盟 学习目标 9.1 什么是战略联盟 9.2 战略联盟怎样创造价值 9.3 联盟威胁：欺骗战略联盟协定的动机 9.4 战略联盟和持续竞争优势 9.5 战略联盟实施的组织设计 9.6 国际背景下的战略联盟 本章小结 第10章 兼并与收购 学习目标 10.1 什么是兼并与收购 10.2 兼并与收购的价值 10.3 关于并购收益的研究 10.4 并购与持续竞争优势 10.5 并购战略实施的组织设计 10.6 国际背景下的兼并与收购活动 本章小结 第11章 国际化战略 学习目标 11.1 国际化战略的价值性 11.2 为现有产品或服务寻找新的顾客 11.3 国际化战略如何帮助企业降低生产成本 11.4 发展新的核心竞争力 11.5 用新的方法杠杆现有的核心能力 11.6 管理企业风险 11.7 本地响应与全球整合之间的权衡 11.8 跨国战略 11.9 实施国际化战略的财务和政治风险 11.10 有关国际化战略的调查 11.11 国际化战略与可持续竞争优势 11.12 国际化战略的有效组织 本章小结 术语表

章节摘录

3.6.3难于实施的战略 第三,当企业面临不同的战略选择时,它们通常会问,实施不同的战略需要面临多大的困难以及需要付出多高的成本。

只要战略实施的成本小于战略实施所创造的价值,在资源基础观看来,此时企业面临的最重要问题不是“这个战略容易实施吗”,而是“比起竞争对手,我们实施这个战略更容易吗”。

与那些必须首先开发出所需资源,而后才能实施计划战略的企业相比,那些已经拥有有价值、稀缺且难于模仿的资源的企业,通常更容易实施战略(也就是说,成本更低)。

已拥有资源的企业在实施战略时通常更自然,也更快速。

在理解战略实施的相对成本时,企业有可能会犯两个错误。

一方面,它们可能过高地评价自身拥有资源的独特性。

尽管每家企业的历史都是独特的,没有任何两个管理团队是完全相同的,但这并不总意味着企业的资源和能力是稀缺的。

拥有相似的历史背景,并在相似的行业中运营的企业通常也能开发出相似的能力。

如果一家企业过高地估计其资源和能力的稀缺性,那么它可能会高估自身获得竞争优势的能力。

例如,当被问及什么是最重要的竞争优势来源时,许多企业会提到高绩效的高层管理团队、技术以及高度的责任与投入。

当其竞争对手也被问及同样问题时,它们同样也会提到这些。

尽管这三种特征可能是竞争均势的来源,但是它们不大可能成为企业竞争优势的来源。

另一方面,企业有时会低估其独特性,因而低估它们所采取的战略对持续竞争优势的贡献。

当企业拥有有价值、稀缺且难于模仿的资源时,战略的实施通常相对容易一些。

这种情况下,似乎有理由相信其他企业能够快速模仿这些易于实施的战略。

然而,如果这些资源事实上是稀缺且难于模仿的,则上述判断就是不准确的了。

总的来说,企业既不能高估,也不能低估其所具有的独特性。

对资源的价值、稀缺性及可模仿性的正确评价,对于正确理解战略实施所需的相对成本以及这些战略所能产生的竞争优势是至关重要的。

尽管企业的管理者通常比外部人员更熟悉自身资源,但是,企业通常会聘请外部评估机构来帮助其判断企业资源的稀缺性及可模仿性。

外部人员通常会对企业的独特性做出相对客观的评价。

3.6.4社会复杂性资源 在过去几十年中,关于员工授权的重要性、组织文化以及团队协作对于企业绩效的影响已经有大量研究,大部分研究指出,员工授权、组织文化以及团队协作,通常会使得企业战略的选择和实施比其他不拥有这些组织特性的企业更有效。

基于资源基础观,大部分研究指出,至少在某些情况下,员工授权、组织文化以及团队协作等是具有经济价值的。

基于资源的逻辑强调了这些组织特性价值的重要性。

但是,它也指出,这些具有社会复杂性的资源和能力是稀缺且难于模仿的,而且正是由于这些特性,使得具有社会复杂性的资源和能力成为持续竞争优势的来源。

换句话说,资源基础观实际上扩大了对于企业具有社会复杂性资源的传统分析,这些特性不只是有价值的,而且也是稀缺的、难于模仿的,因此成为了持续竞争优势的重要来源。

.....

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>