

<<现代企业战略学>>

图书基本信息

书名：<<现代企业战略学>>

13位ISBN编号：9787300010748

10位ISBN编号：7300010741

出版时间：1991-04

出版时间：中国人民大学出版社

作者：谷方

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>

## <<现代企业战略学>>

### 内容概要

本书着重讲述水轮机、水轮发电机安装、检修的基本工艺和安装程序，对安装、检修的主要环节作了较详细地叙述；介绍了一些小型机组的安装调整方法；对水轮发电机组经常出现的故障、原因及处理方法作了简单介绍。

# <<现代企业战略学>>

## 书籍目录

### 目录

#### 第一章 绪论

##### 第一节 企业战略研究的兴起

- 一、企业战略理论的产生
- 二、70年代的“战略热”
- 三、中国企业战略研究的进展
- 四、本书的主要特点

##### 第二节 企业战略研究的对象

- 一、企业战略及其特征
- 二、企业战略体系及其层次

#### 第二章 企业总体战略

##### 第一节 企业总体战略的构成

- 一、战略指导思想
- 二、战略目标
- 三、战略重点
- 四、战略对策

##### 第二节 战略管理

- 一、战略管理概述
- 二、战略管理研究的现状与发展动向
- 三、战略制定
- 四、战略执行
- 五、战略控制
- 六、战略修订

#### 第三章 企业家的战略意识和战略观念

##### 第一节 企业家的战略意识

- 一、企业家必须具有战略意识
- 二、企业家的战略意识体系

##### 第二节 企业家的战略观念

- 一、企业家必须具有战略观念
- 二、企业家的战略观念体系

#### 第四章 企业家的战略决策

##### 第一节 战略决策及其依据

- 一、战略决策的含义
- 二、战略决策的特征
- 三、战略决策的依据

##### 第二节 战略决策的基本要求

- 一、把握住决策目标的准确性
- 二、坚持决策主体的群众性
- 三、提高企业家的决策素质

##### 第三节 战略决策的一般程序

- 一、提出问题
- 二、确定目标
- 三、制定方案
- 四、评估选优
- 五、实施追踪

## <<现代企业战略学>>

### 第五章 市场战略

#### 第一节 市场战略环境

- 一、什么是市场战略环境
- 二、分析市场战略环境的意义
- 三、企业和战略环境的关系

#### 第二节 国内市场战略

- 一、市场细分化
- 二、市场细分化战略
- 三、市场战略的选择
- 四、市场定位

#### 第三节 国际市场战略

- 一、开拓国际市场的意义
- 二、打入国际市场的战略
- 三、转移国际市场的战略

### 第六章 竞争战略

#### 第一节 竞争与竞争规律

- 一、竞争是商品经济的产物
- 二、竞争是经济发展的动力
- 三、优胜劣汰是竞争的规律

#### 第二节 竞争策略

- 一、知己知彼正确妙算
- 二、掌握时机争取主动
- 三、适应需要贵在创新
- 四、扬长避短发挥优势

#### 第三节 竞争战略

- 一、战略在竞争中的地位
- 二、竞争战略的重要支柱
- 三、竞争的道德和法律

### 第七章 产品质量战略

#### 第一节 产品质量对企业的意义

- 一、产品质量是企业的生命
- 二、产品质量是企业的形象
- 三、产品质量是不断提高企业经济效益的重要条件

- 四、创优质名牌产品是企业长盛不衰的重要保证

#### 第二节 产品质量的战略模式

- 一、产品功能战略
- 二、产品性能战略
- 三、产品使用寿命战略
- 四、产品经济性战略
- 五、产品外观战略
- 六、产品包装战略

#### 第三节 产品质量的战略管理

- 一、质量战略管理的基本模式
- 二、质量战略管理的基本内容

### 第八章 价格战略

## <<现代企业战略学>>

### 第一节 价格战略的目标和类型

- 一、价格战略实施的条件
- 二、价格战略目标
- 三、价格战略类型

### 第二节 价格战略的选择

- 一、高档商品价格战略选择
- 二、中档商品价格战略选择
- 三、低档商品价格战略选择
- 四、新产品价格战略选择
- 五、滞销产品价格战略

### 第三节 产品定价策略

- 一、产品定价策略的依据
- 二、需求弹性定价策略
- 三、心理价格策略
- 四、折扣价格策略
- 五、差别定价策略

## 第九章 新产品开发战略

### 第一节 新产品开发的特征和方向

- 一、新产品开发的特征
- 二、产品以新取胜
- 三、新产品开发方向
- 四、新产品开发程序

### 第二节 新产品开发的战略类型

- 一、领先型开发战略
- 二、追随型开发战略
- 三、替代型开发战略
- 四、惰性型开发战略
- 五、混合型开发战略

### 第三节 产品寿命周期及其应用

- 一、产品寿命周期
- 二、产品寿命周期的延长
- 三、新产品的储备与投放

## 第十章 多种经营战略

### 第一节 多种经营战略及其分类

- 一、多种经营战略的含义
- 二、多种经营战略的分类
- 三、多种经营战略的意义

### 第二节 决定多种经营战略的因素

- 一、决定多种经营战略的外部因素
- 二、决定多种经营战略的内部因素

### 第三节 多种经营战略的选择

- 一、选择的原则
- 二、选择的程序
- 三、战略的实施

## 第十一章 人才战略

### 第一节 人才在企业中的地位和作用

- 一、企业人才的定义

## <<现代企业战略学>>

- 二、人才是企业的宝贵财富
- 三、企业家要树立正确的人才观
- 第二节 企业人才战略的制定与实施
- 一、制定实施企业人才战略的指导思想和基本方法
- 二、人才开发与培训战略
- 三、人才使用战略
- 四、人才战略的组织实施
- 第十二章 企业成长战略
- 第一节 企业成长与规模经济
- 一、企业成长的条件
- 二、企业成长的动力
- 三、使企业永葆青春
- 四、适度规模经济
- 第二节 企业成长战略类型与选择
- 一、密集型成长战略
- 二、一体化成长战略
- 三、多样化成长战略
- 四、生产要素的优化组合
- 五、企业成长战略模式的选择
- 第十三章 科技战略
- 第一节 科学技术是生产力
- 一、什么是科学技术
- 二、科学技术是生产力
- 三、科学向生产力的转化
- 第二节 科技战略的选择和制定
- 一、企业科技战略模式的选择
- 二、企业科技战略目标的确定
- 三、企业技术结构的设计
- 第三节 科技战略的指标体系
- 一、新技术节约劳动量的确定
- 二、技术水平的计算
- 三、技术进步对产值增长速度的贡献
- 四、技术进步对新增产值的贡献
- 五、技术进步对劳动生产率增长速度的贡献
- 六、技术改造年效益指标
- 第十四章 企业文化战略
- 第一节 企业文化战略的作用和特点
- 一、企业文化战略的概念
- 二、企业文化战略的地位和作用
- 三、企业文化战略的特点
- 第二节 企业文化战略的构成
- 一、企业文化战略的指导思想
- 二、企业文化战略的目标
- 三、企业文化战略的重点
- 四、企业文化战略的措施
- 第十五章 小企业发展战略

## <<现代企业战略学>>

### 第一节 小企业发展战略的意义

- 一、战略学意义上的“小企业”概念
- 二、小企业的地位和作用
- 三、小企业发展战略的意义

### 第二节 小企业发展战略的类型

- 一、资源导向型战略
- 二、产业结构导向型战略
- 三、依附型战略
- 四、在“夹缝”中求发展的战略
- 五、联合竞争型战略

### 第三节 小企业发展战略的制定与实施

- 一、正确选择发展目标与战略模式
- 二、采取适合小企业特点的方法和手段

后语

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>