

<<现代竞争分析>>

图书基本信息

书名：<<现代竞争分析>>

13位ISBN编号：9787300059983

10位ISBN编号：7300059988

出版时间：2004-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：沙伦·奥斯特

页数：439

译者：张志奇

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>

<<现代竞争分析>>

内容概要

本书可以帮助任何组织理解其资源配置中面临的特殊机遇与困难。

从具体的应用和各大公司，经理的反应来看，本书非常值得一读，在战略方面，本书对人的考察的范围最为广泛。

这本精彩的教科书涵盖了战略方面的最新成果并针对实际演绎了一些新的概念，书中有大量关于竞争理论的生动案例，从而使这一本来令人困惑的领域变得清晰明了。

为什么在同一行业有的厂商发展兴旺而有的却逐渐衰败！

一个努力进取的厂商怎样获得更高的年度收入呢？

是什么使得新时入的厂商在高度竞争的行业中取得成功？

本书将经济学和管理学的理论有机地加以结合，对组织的战略规划性质加以区分并提供了有效的公司战略指导方针。

本书从现代网络业中提取案例并将分析重点放在刚刚解除管制的市场。

案例的选择非常广泛，包括大小各异的公司、服务商、制造商、美国和其他国家的组织以及其他非营利性机构，本书运用经济学的方法研究战略规则，用最新理论来解释目前经营业务面临的情况。

与其他管理和战略规划书籍不同，本书揭示出崭新而且重要的经济学领域的内容并明确了这些概念的含义，《现代竞争分析》对于当前和未来的经理人而言，是不可不读的一本好书。

<<现代竞争分析>>

作者简介

沙伦·奥斯特任教于耶鲁大学组织管理学院，她是经济管理专业教授，获得弗雷德里克·乌尔夫教授称号。

1994年，《商业周刊》在工商专业前44位学校进行调查并选出最优秀的教师，而在耶鲁大学，沙伦·奥斯特就是最优秀的教授。

<<现代竞争分析>>

书籍目录

第一章 介绍与概念 第一部分 竞争环境 第二章 效率市场 第三章 行业分析 第四章 进入壁垒分析 第五节 行业内分组 第六章 全球市场上的竞争 第二部分 组织内部 第七章 优势竞争 第八章 组织目标：组织中的政治和权力 第九章 组织结构与战略规划 第十章 公司的多元化 第十一章 垂直一体化 第十二章 合并、收购和战略性联合 第三部分 竞争 第十三章 竞争分析：博弈论 第十四章 产品定位和市场营销策略 第十五章 竞争性定价 第十六章 竞争性研发和创新 第十七章 战略规划中的管制问题 第四部分 规划过程 第十八章 战略规划的过程 附录一 有关案例的建议 附录二 财务比率分析 附录三 利用统计数据确定优势 附录四 投资组合技术的讨单词表

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>