

<<现代竞争战略>>

图书基本信息

书名：<<现代竞争战略>>

13位ISBN编号：9787300061450

10位ISBN编号：7300061451

出版时间：2005-2

出版单位：人民大学

作者：戈登·沃克

页数：290

字数：459000

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>

<<现代竞争战略>>

内容概要

本书吸取产业经济学、进化经济学、主流战略理论及组织社会学的精华，提出了一个严谨的、可读性很强的有关战略理论和实践的综合框架。

产业实践与教学方面丰富的经历使作者能够提出一个平衡的视角，包容众多不同的观点，并将每个观点提炼为学生易于掌握的最本质的原理。

创造性地提出“持续的竞争”理论，讨论企业怎样才能确保长期经营成功，怎样才能渡过经济不景气时期；鉴于治理是当前美国大型企业破产的一个日益重要的原因，用一整章的内容讨论企业治理问题；不仅分析业务单位的战略，而且分析了整个企业的战略，指出作为大型多元化企业的一部分，业务单位的绩效如何得以改进。

<<现代竞争战略>>

书籍目录

第1篇 导言 第1章 什么是战略 什么决定企业的盈利能力 战略理论的来源 专业化及多元化
 经营企业的战略 本书的总体框架第2篇 建立竞争优势 第2章 竞争优势 什么是竞争优势 在
 顾客中开展有竞争力的定位 通用战略 从经济贡献的角度进行的定位 价值或成本优
 势 价值和成本驱动因素 对竞争对手的防御 阻止对资源和能力的模仿 提高留住
 顾客的能力 小结 第3章 产业分析 产业力量导致利润下降：五种力量 竞争对手
 买方力量 供应商力量 潜在进入者与进入障碍 替代品 可能增加利润的产业力量
 竞争对手之间的合作 与买方和供应商之间的合作 互补品 战略群体 小结
 第4章 持续的竞争：产业及企业的发展演变 阶段1：成长阶段 动态能力与企业的成长
 开发不断增长的价值和成本驱动因素 先发优势 战略性定价 阶段2：震荡阶段
 产品生命周期 主流设计 震荡的持续期和严重性 阶段3：成熟阶段 市场增长速
 度的下降 买方经验的增加 市场份额在大致相似的大型企业之间的集中 利基市场
 产业裂变阶段 技术替代 破坏性创新 管制变化导致的裂变 小结 第5章 战略
 实施 资源 能力第3篇 管理企业的边界 第6章 纵向一体化与外包 第7章 结盟第4篇 扩展
 企业的范围 第8章 在全球市场开展竞争 第9章 新业务开发 第10章 管理多元化经营企业第5篇 对企业进
 行治理 第11章 企业治理 附录 纽约证券交易所关于董事会结构和构成的规定 第12章 战略规划与决策
 索引主题索引人名索引

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>