

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787300106649

10位ISBN编号：7300106641

出版时间：2009-7

出版时间：中国人民大学出版社

作者：徐飞

页数：406

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>>

前言

本书力求系统性与针对性、全球化与本土化、思辨性与操作性、严谨性与前瞻性的有机结合，既致力于展现战略管理领域最新的理论研究成果，又充分关注企业战略管理实践中的操作问题；同时，对有关的理论、工具、方法和模型尽可能提供多视角的解析，并辅以近些年来国内大量涌现的鲜活管理案例。

丰富的案例能够帮助学生理解企业面临的真实战略挑战，以及如何在相互冲突的选择中进行权衡取舍。

本书在教学方法上强调概念的整体性和关联性，在内容体系上体现科学性和系统性，突出战略管理的时代性和实用性。

所有这些努力，旨在为本科生、MBA、EMBA和工商管理专业的研究生、战略管理领域的学者和其他对战略管理研究感兴趣的读者，以及企业的中高层管理人员提供有益的参考。

本书注重学科的系统性和条理性，全书的结构遵循战略管理概念和主题的传统顺序，主要内容分为四大部分，分别是战略分析、战略制定、战略执行和战略评价。

书中内容涵盖了本学科所有的核心主题，包括SWOT分析、五力分析、价值链分析、竞争优势、核心能力、组合分析和组织变革等，这些主题和体系经受了时间的检验，历久弥新，其理论价值、实践价值尤其是教学价值得到充分认可。

书中对早期战略管理的起源、近代经典战略理论和当代竞争战略的趋势做了较为全面的梳理，给出了战略管理十大学派综述，旨在对战略管理的理论和方法有一个总体的把握，以便汲取不同观点的思想精髓，帮助战略管理人员更好地考虑战略管理的诸多问题。

<<战略管理>>

内容概要

本书介绍了战略管理的基本思想、分析工具、实用模型和实施方法，包括战略管理的内涵与模型、战略管理的流派与代表作、战略与企业家精神、愿景、使命与目标、内外部环境分析、利益相关者分析、一般竞争战略、一体化战略、多元化战略、全球化战略、电子商务战略、并购与重组战略、虚拟经营与战略联盟、网络环境下的盈利模式和竞争战略、突变视阈下的发展战略、战略分析与选择，以及战略评价与控制等内容。

书中力求系统性与针对性、全球化与本土化、思辨性与操作性、严谨性与前瞻性的有机结合，既有大量战略管理最新学术研究成果的展现，也有众多企业战略管理实践的案例与实用性操作方法的介绍。

本书适合本科生、研究生、MBA/EMBA以及政府部门、企事业单位从事经济管理工作的从业人员学习参考。

<<战略管理>>

作者简介

徐飞，上海交通大学教授，博士生导师，上海交通大学校长助理，上海交通大学安泰经济与管理学院执行院长，战略管理研究中心主任，中国管理学会组织与战略专业委员会副主任。教育部新世纪优秀人才，曙光杰出学者，美国麻省理工学院、哈佛大学高级访问学者，《管理学家》特邀主编，《系统管理学报》编委，Frontiers of Business Research in China学术顾问。上海市政府决策咨询专家，上海市信息化专家委员会专家，上海市青联副主席。兼任多个省市政府的决策咨询专家及多家上市公司和中外大中型企业的战略顾问。

主要研究领域：战略管理、竞争战略和跨文化领导力。

著有《企业战略管理》、《二象对偶空间与管理学二象论——管理科学基础探索》、《赢利模式3.0：变革时期的竞合》、《大象无形》等。

<<战略管理>>

书籍目录

第一章 战略管理概论第一节 战略管理的历程第二节 战略内涵第三节 战略管理者第四节 竞争优势第五节 企业家精神第六节 战略管理的流派与代表著作第七节 战略管理模型第二章 愿景使命与战略目标第一节 企业哲学、宗旨理念、核心价值观第二节 愿景第三节 使命第四节 商业伦理和社会责任第五节 战略目标第六节 战略导向与使命驱动第三章 外部环境分析第一节 外部环境分析概述第二节 PEST分析第三节 行业环境分析第四节 行业生命周期分析第五节 波特“五力模型第六节 竞争者分析第七节 利益相关者分析第四章 内部环境分析第一节 价值链分析第二节 资源与能力第三节 知识资源为何成为战略资源第四节 核心能力第五节 核心能力的培育与管理第六节 持续竞争优势第七节 内部因素评价矩阵第五章 战略分类与基本战略第一节 顾客价值第二节 总体战略第三节 竞争战略第四节 职能战略第五节 低成本战略第六节 差异化战略第七节 聚焦战略第六章 扩张战略第一节 并购战略第二节 一体化战略第三节 多元化战略第四节 多元化战略的实施第五节 需要澄清的几种说法第六节 全球化战略第七章 发展战略第一节 电子商务战略第二节 网络环境下的盈利模式和竞争战略第三节 虚拟经营战略第四节 战略联盟第五节 产业集群第六节 突变视阈下的发展战略第八章 战略分析与选择第一节 战略分析方法第二节 战略态势第四节 大企业战略第五节 中小企业战略第六节 以小搏大应对不对称竞争战略第七节 成长路径与成长方式选择第九章 战略实施第一节 战略实施的过程阶段和基本原则第二节 资源配置第三节 战略力量场与变革管理第四节 S模型第五节 公司治理结构第六节 战略与组织第七节 战略与企业文化第十章 战略评价与控制第一节 战略评价与控制概述第二节 战略评价与控制的三项基本活动第三节 有效的战略评价与控制第四节 战略信息系统第五节 战略管理工具第六节 业务流程再造参考文献后记

章节摘录

第二章 愿景使命与战略目标 第一节 企业哲学、宗旨理念、核心价值观 一、企业哲学

企业哲学 (enterprise philosophy) 是企业为其经营活动所确定的价值、信念和行为准则, 是企业的价值观及方法论; 是企业核心群体对于企业生存和发展的哲理性思维, 是指导企业经营管理最高层次的思考模式; 同时, 企业哲学是企业愿景和使命的高度概括, 是企业文化的核心和动力源泉, 它体现企业的历史使命感和社会责任感。

企业哲学是企业经营的指导思想, 它是深层次的带有普遍意义的企业运行规则和企业运行内在本质规律的揭示和高度概括。

企业哲学要求回答企业对社会、对员工的意义、价值和关系。

例如: “为顾客创造价值, 为员工创造机会, 为社会创造效益” (TCL公司); “不断改变现状, 视今天为落后” (二汽); “正德厚生, 臻于至善” (中国移动); “开拓则生, 守旧则死” (深圳光明华侨电子公司); “产业报国, 光明正大, 友好一致, 奋斗向上, 礼节谦让, 适应同化, 感激报恩” (松下电器公司); “仁心待人, 严格待事” (瑞士劳力士手表公司); “人才第一, 追求一流, 引领变革, 正道经营, 共存共赢” (三星公司); “努力, 让客户感动” (格兰仕公司); “IBM就是服务” (IBM公司), 等等。

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>