

<<企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787300111230

10位ISBN编号：7300111238

出版时间：2010-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：赵丽芬，张淑君 著

页数：272

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>

前言

人类进入21世纪,电子、信息以及网络等现代科学技术的迅猛发展,使人们的生活发生了很大的变化,也改变了企业生产经营的环境。

随着知识经济的发展和世界经济一体化进程的加快,企业之间的竞争范围日益扩大,市场竞争的激烈程度和市场环境的不确定性日益增强。

面对这样的生存环境,战略管理在企业管理中的地位和作用愈发重要。

因为战略管理是企业管理的一个重要组成部分,其目的是“使一个组织在不可预测的环境中去取得它的预期结果”。

企业要生存,要发展,就必须具有战略眼光,明确战略定位,做好战略选择并使之得以有效实施。

国外对企业战略管理的研究始于20世纪60年代,从最初的战略规划理论,发展到20世纪70年代的环境适应理论,80年代的产业组织理论,90年代的资源基础论与核心能力说,一直到21世纪初的产业集群学说,企业战略管理的理论和方法在不断地更新和发展。

近年来,我国关于企业战略管理的研究和实践活动有了长足的发展。

作为企业管理学科的重要分支,企业战略管理已成为管理专业各类教育的主干课程,其教学内容随着战略管理实践的发展而不断丰富。

本书是为了满足我国成人高等教育的需要而编写的,根据成人教育的特点,突出企业战略管理理论的科学性、前沿性和实践性,反映本学科领域的最新科研成果,强调理论与实践相结合,以提高学生的知识水平,完善其素质结构。

全书共十二章,其中第一章是相关概念及战略管理理论的介绍;第二章和第三章属于战略分析的内容;第四章到第八章是战略选择和评价;第九章到第十二章是战略实施和控制。

在内容的安排上,充分体现了逻辑性和系统性,并力求反映战略管理理论的最新成果。

## <<企业战略管理>>

### 内容概要

《企业战略管理》根据成人教育的特点，系统介绍了企业战略管理的基本理论和方法，反映了本学科领域的最新研究成果，强调理论与实践相结合，以提高学生的知识水平与能力，完善其素质结构。

全书共十二章，在概述相关概念及企业战略管理理论的基础上，按照战略分析、战略选择和评价、战略实施和控制的逻辑顺序安排了以后各章内容。

首先，通过对企业环境的分析确定企业使命和战略目标，然后分别阐述企业总体战略、国际化经营战略、竞争性战略、职能性战略的选择和评价，最后从组织结构、领导等方面论述战略实施过程中的控制与变革等问题。

## 作者简介

赵丽芬，中央财经大学校长助理兼研究生部主任、教授、博士生导师，享受国务院政府特殊津贴。

主要社会职务：中国宏观经济管理教育学会副秘书长等。

主要研究方向：经济运行与宏观调控、管理理论与实务等。

主持和参加多项省部级以上课题研究。

2001年、2004年分别获得国家级教学成果二等奖和北京市教学成果二等奖。

近年来，在《改革》等重要刊物上发表多篇学术论文，出版《财政资金与银行资金研究》、《微观财政政策的国际比较》等学术著作，主编《管理学概论》、《管理学教程》、《管理理论与实务》、《市场管理学》、《可持续发展战略学》等多部教材，其中《管理理论与实务》为北京市精品教材，《管理学概论》为“十一五”国家级规划教材。

## 书籍目录

第一章 企业战略管理概述第一节 什么是企业战略管理第二节 企业战略管理过程第三节 企业战略管理理论的演进及其代表性学派第二章 企业环境分析第一节 企业外部环境分析第二节 企业内部环境分析第三节 企业内部环境分析的方法第三章 企业使命与战略目标第一节 企业使命的确定第二节 企业目标的确定第四章 企业总体战略选择第一节 发展型战略第二节 稳定型战略第三节 紧缩型战略第四节 组合型战略第五章 企业国际化经营战略第一节 企业国际化经营战略概述第二节 企业国际化经营环境因素分析第三节 企业一般国际竞争战略第四节 企业进入国际市场的方式和战略选择第六章 企业竞争性战略第一节 成本领先战略第二节 差异化战略第三节 集中化战略第七章 企业职能性战略第一节 市场营销战略第二节 财务战略第三节 人力资源战略第四节 研发与产品战略第八章 企业战略评价方法及战略选择过程第一节 市场增长率—市场占有率矩阵法第二节 行业吸引力—竞争能力分析法第三节 PIMS分析第四节 汤姆森和斯特克兰方法第五节 战略选择过程第九章 企业战略与组织结构第一节 企业组织结构类型第二节 战略与组织结构的关系第三节 组织结构调整与变革第十章 战略与领导第一节 领导概述第二节 领导理论第三节 领导者能力与战略的匹配第四节 公司治理第十一章 战略控制第一节 控制概述第二节 战略控制过程第三节 战略控制类型第四节 战略控制方法和战略控制系统第十二章 管理战略变革第一节 战略变革过程第二节 平衡战略变革第三节 领导战略变革参考文献

## 章节摘录

为了保证战略目标的实现，一个组织的战略必须由不同层次、不同方面的战略构成，与组织层次相适应，企业战略按经营层次大体分为三个：第一层为总体发展战略，主要是公司层从结构和财务角度对整个经营范围的资源配置；第二层为竞争性战略，主要是公司内某些战略经营单位的产品开发或服务在特定市场层次上的竞争；第三层为职能性战略，主要是企业经营层不同的职能如营销、融资和制造等如何为其他各级战略服务。

企业战略管理的内容和形式是多种多样的，按不同的标志可以分为不同的类别。

（一）按照偏离企业战略起点的程度分类 企业的战略起点是指企业制定新战略时已经达到的在同行业内所处的地位和水平。

根据偏离起点的程度可以把战略划分为退却型、稳定型、发展型三种形式。

其中，退却型战略是指企业采取从现有战略基础起点往后倒退的战略，它常在经济不景气、需求萎缩、资源匮乏、产品滞销的情况下使用；稳定型战略是指企业不主动出击，而重点采取措施防范竞争对手，保持现有战略基础水平或略有增长的战略；发展型战略是指企业在现有基础水平上向更高一级的方向发展的战略。

（二）按战略确定的中心不同分类 根据企业战略中心可把战略分为低成本战略、差异化战略、重点战略三种类型。

其中，低成本战略的核心是使企业的产品成本比竞争对手低；差异化战略是指企业通过专利技术或其他手段生产出在性能、质量上优于现有标准产品、具有差别的产品，或通过营销手段使消费者对企业的产品产生与众不同的印象；重点战略是指企业将经营目标集中到整个市场的某一部分，在这一部分建立自己在成本或在产品差异上的优越地位。

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>