

<<战略管理（第十版）>>

图书基本信息

<<战略管理（第十版）>>

内容概要

经过数十年的努力，在对战略管理不断认知的过程中，理论界已经形成了设计学派、文化党学派、计划学派、认知学派、学习学派、环境学派、权力学派、定位学派、资源学派等数家流派。其中，尤其是九十年代资源学派观点的形成，打破了传统的以产生定位作为决定企业竞争优势的首要因素的模式，开始将视角转向企业内部，注重从企业自身资源和能力的状况出发制定企业战略。目前，理论界又在对企业先动模式极为关注，但从发展趋势来看，这些学派逐渐呈现出一种交叉和共融。

《全美最新工商管理权威教材系列：战略管理（概念与案例）（第10版）》分为理论原理方法和案例研究两部分，其中公司资源学说对国内公司企业经营极具参考价值。公司企业经营最前沿、最重要的问题便是在市场竞争中力克群雄、永夺魁首。

管理者应从何处下手？

怎样做？

这个问题正是本书所阐述的内容。

<<战略管理（第十版）>>

作者简介

阿瑟·汤姆森：男，纳西大学的经济学博士，后任教于阿拉巴马大学的商务与工商管理学院24年之久，是哈佛商学院常年的访问学者。

<<战略管理（第十版）>>

书籍目录

第一章 战略管理导论概述战略管理五项任务制定公司的战略展望和业务使命建立目标体系制定战略公司的战略包括哪些内容呢？

战略的实施和执行评价业绩，监测新的发展情况，采取矫正性调整措施为什么说战略管理是一个过程，而不是一个事件？

战略管理过程的特点战略管理五项任务的执行者是谁？

战略制定是一项个人责任还是一项集体任务？

战略规划者所扮演的角色是全职的吗？

董事会的战略角色遵从管理的“战略途径”所带来的裨益应该记住的术语第二章 战略制定的三项任务：提出战略展望·建立目标体系·制定战略提出和制定公司的战略展望和业务使命，确定公司发展方向的第一项任务为什么需要一个业务使命和战略展望？

界定公司的当前业务确定公司的长期战略展望战略展望的交流目标体系的建立：建立公司发展方向的第二项任务目标体系的类型战略意图的概念建立长期目标体系和短期目标体系的必要性公司目标的延伸拉力有多大？

组织的各个层次都需要目标制定战略：确定发展方面的第三项任务战略制定金字塔公司战略业务战略职能战略经营运作战略战略制定工作的统一影响公司战略的因素社会性、政治性、管理性及团体责任性因素竞争环境和整体行业吸引力公司的市场机会及外部威胁公司的资源优势、公司的能力及竞争能力管理者的个人抱负、商业哲学和伦理信条共有价值观和公司文化对战略的影响战略和伦理道德的联接履行伦理道德责任致胜战略的测试战略制定方式卓越战略家方式“委任他人”的方式合作方式支持方式本章要点第三章 行业及竞争分析行业及竞争分析的方法问题1：行业最主要的经济特性是什么？

问题2：竞争是什么样的？

各个竞争者的力量有多大？

问题3：行业中的变革驱动因素有哪些？

它们会造成什么影响？

问题4：市场地位最强/最弱的公司分别是谁？

问题5：行业中竞争厂商最可能采取的战略行动会是什么？

问题6：竞争成功的关键因素是什么？

问题7：行业是否有吸引力？

获取平均水平之上的盈利其前景如何？

行业及竞争分析的实际操作本章要点第四章 评估公司的资源和竞争能力问题1：公司目前的战略运行效果如何？

问题2：公司的资源强势和弱势是什么？

公司所面临的外部机会和威胁有哪些？

确定公司的强势和资源能力确定公司的弱势和资源缺陷确定公司的胜任能力和卓越能力确认公司所面临的机会确认危及公司未来赢利能力的威胁问题3：公司的价格和成本是否具有竞争性？

战略成本分析和价值链关键活动的成本标杆学习获得成本竞争力战略选择从价值链活动到竞争能力到竞争优势问题4：公司的竞争地位有多强大？

竞争强势评估问题5：公司面临的战略问题是什么？

本章要点第五章 战略和竞争优势五种基本竞争战略低成本供应商战略差别化战略最优成本供应商战略聚集战略或者小市场战略垂直一体化和竞争优势垂直一体化的战略优势垂直一体化的劣势权衡垂直一体化的利与弊合作战略和竞争优势利用攻击性的战略获得竞争优势赶上或超过竞争对手的行动采取竞争行动，利用竞争对手的弱势同时从多条战线出击终结性行动游击行动先买性行动选择谁来进攻运用防御性战略来捍卫公司的竞争优势首先行动者的优势和劣势本章要点第六章 公司战略和公司形势的匹配新兴行业中的竞争战略在高速发展的市场上竞争的战略在正在成熟的行业中竞争的战略战略缺陷公司在停滞或衰落行业中竞争的战略在零散行业中竞争的战略在国际市场上竞争的战略多国竞争和全球

竞争国际战略的类型选择多国家战略还是选择全球战略？

全球战略和竞争优势利用战略联盟来提高全球竞争力战略意图，利润圣所，交叉补贴行业领导者的战略
 一流公司的战略
 二流公司的战略
 弱小业务的战略
 危机业务的转变
 战略制定成功战略的13条戒律
 本章要点
 第七章 多元化经营公司的战略和竞争优势
 何时进行多元化经营使多元化富有吸引力的条件
 营建股东价值：多元化经营的根本原因
 判断一个多元化经营决策的三种检验
 多元化经营战略进入新业务领域的战略
 相关多元化经营战略实际运作中的相关多元化战略匹配，范围经济性和竞争优势
 获取战略匹配的
 利益不相关多元化战略不相关多元化的正面和反面作用
 不相关多元化和股东价值剥离和清算
 战略公司转变，紧缩和业务重组
 战略跨国多元化经营战略跨国多元化经营的出现
 DMNC的竞争优势的源泉
 联合相

关——不相关多元化战略
 本章要点
 第八章 评价多元化经营公司的战略
 识别当前的公司战略
 评价行业的吸引力：三个检验
 评价公司多元化进入的每一行业的吸引力
 衡量每个行业相对于其他行业的吸引力
 所有行业作为整体的吸引力
 评估公司中每一个业务单元的竞争力
 使用九格矩阵同时显示行业吸引力和竞争力
 战略匹配分析：考察竞争优势
 潜力资源匹配分析：测定公司的资源与业务单元需求的匹配状况
 考察财务资源匹配关系：金猪和金牛业务
 考察竞争和管理资源的匹配关系
 在过去业绩和未来展望基础上对业务单元进行排名
 决定每一业务单元的资源配置
 优先序和一般的战略方向
 精心制定公司战略
 业绩检验
 识别另外的多元化机会
 对公司战略制定过程进行管理的准则
 本章要点
 第九章 实施战略：建立资源能力和构造组织
 实施战略的框架
 战略实施的主要任务
 领导战略实施过程
 建设一个有能力的组织为关键和位置
 挑选人才
 建立核心能力和竞争能力
 将组织结构与战略相匹配
 不同组织结构
 的战略优势和劣势
 未来的组织结构
 本章要点
 第十章 实施战略：预算、政策、最佳实践和奖励
 将预算与战略挂钩
 建立支持战略的政策和程序
 开发最佳实践并获取对不断改善的承诺
 TQM与流程再造的区别
 获取潜在利益
 建立支持系统
 安装适当的信息系统，进行业绩追踪和控制
 设计支持战略的奖励制度
 支持战略的激励活动
 将奖励制度与取得的战略相关性
 业绩挂钩
 本章要点
 第十一章 实施战略：文化和领导
 创建一种支持战略的公司文化
 公司文化来自哪里？

文化的力量
 强有力的和软弱的文化
 低业绩的或不健康的文化
 适应性的文化
 在战略和文化间建立匹配关系
 在文化中建立道德标准和价值观
 在文化中建立高绩效的精神
 行使战略领导权力
 对事物运行的现状保持
 通晓
 培养一种支持战略的风气和文化
 使内部组织具有反应力和革新精神
 对付公司中的政治学
 强化道德行为
 领导纠正性调整过程
 本章要点
 第二部分 战略管理案例
 案例分析指南
 A级 经理——战略的主要制定者和实施者
 案例1 美国在线有限公司
 案例2 本·杰瑞有限公司
 案例3 安德鲁·S·葛洛夫：英特尔公司首席执行官
 案例4 一个软糖作坊
 案例5 普茨克斯·奥丁影视公司（B）
 B组 单一业务公司战略
 案例6 科龙得尔公司和山地自行车产业
 案例7 长克拉山谷滑雪场
 案例8 卡罗威高尔夫公司
 案例9 莱凯公司：轻型女式运动鞋
 案例10 视频概念公司
 案例11 任天堂和世嘉（A）：电子游戏行业
 案例12 任天堂和世嘉（B）：电子游戏大战
 案例13 精制面食公司
 案例14 珊瑚潜水者胜地
 案例15 联邦捷运对联合包裹运输公司：在包装物运送上的战争
 案例16 贵格燕麦公司：吉特瑞和斯耐波饮料
 案例17 泰国吉姆·汤姆森丝绸公司
 案例18 惠尔普公司
 C组 多角化经营公司战略
 案例19 百事可乐公司
 案例20 邦巴迪尔公司（B）
 案例21 格林利通讯与西部地区联播电台
 案例22 埃斯科特公司
 D组 战略实施
 案例23 罗宾汉
 案例24 凯蒂女佣公司
 案例25 巴玛馅饼有限公司
 案例26 罗福德尔公司
 案例27 林肯电气公司1996
 案例28 沃玛特连锁店
 案例29 凯马特公司
 案例30 走向辉煌之路：里茨——卡尔顿饭店（澳大利亚·悉尼）
 案例31 宏（台湾）计算机公司：缩短产品开发周期
 E组 战略，道德和社会责任
 案例32 食品王公司与黄金时间实况报道
 案例33 纺织品设计公司（A）
 案例34 色隆决策
 战略管理词汇表

<<战略管理（第十版）>>

编辑推荐

其它版本请见：《战略管理：概论与案例（第14版）（附光盘1张）》

<<战略管理（第十版）>>

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>