

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787302227342

10位ISBN编号：7302227349

出版时间：2010-6

出版时间：清华大学出版社

作者：张旭 等编著

页数：290

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

在管理教育和人才培养的各种制度中，工商管理硕士（MBA）制度是一项行之有效、富有成果的制度，它培养的是高质量的、处于领导地位的职业工商管理人才。

工商管理硕士教育传授的是面对实战的管理知识和管理经验，而不是侧重理论研究，注重复合型、综合型人才培养，重视能力培养。

在发达国家已经成为培养高级企业管理人才的主要方式。

我国正式开始引进工商管理硕士学位制度是在1984年。

但是早在1980年，按照1979年邓小平同志访美期间向时任美国总统卡特提出由美方派遣管理教育专家来华培训我国企业管理干部的要求，两国政府成立了坐落在大连理工大学的“中国工业科技管理大连培训中心”。

在开始的几年内办起了学制为8个月的厂长经理讲习班，其教学内容是按照MBA教育的框架“具体而微”地设计的，开设了MBA教育中所有的核心课程。

这种培训教育曾被认为是“袖珍型MBA”，可以说是MBA理念引入我国的开始。

1984年开始，根据中美两国有关合作进行高级管理人员第二个五年的协议，由中国大连理工大学与美国布法罗纽约州立大学合作开办三年制的MBA班，这是对我国兴办MBA教育的一次试点。

与此同时，培训中心将美国教授在大连讲学的记录整理出版了一套现代企业管理系列教材，原来共9种，后来扩展为13种，这套教材由企业管理出版社出版，发行超过百万册，填补了当时缺乏面向实际应用类型教材的空白，也为后来的MBA教材建设打下了一个基础。

我国从1991年开始，正式开办MBA专业学位教育。

在经过十几年的实践和摸索之后，中国的MBA。

教育已经进入一个新的发展时期，目前中国拥有MBA招生和培养资格的院校已经有100余所。

这种专业学位的设置使我国的学位制度更趋完善，推动了我国高级专门人才培养的多样化，使学位制度进一步适应科学技术事业和经济建设发展的需要。

MBA教育需要适合面对实战的管理知识和管理经验的教材。

<<战略管理>>

内容概要

本书充分吸收国内外战略管理理论研究成果，结合长期教学实践经验，对企业战略的分析、选择、建立、实施与控制等环节作了全面介绍，并对企业柔性战略、国际化战略、战略转型等战略管理实践中备受关注的问题进行了详细阐述。

本书的主要特色在于通过大量经典案例的分析和讨论思考，深入浅出地将企业战略管理理论进行介绍与解释，使读者易于领会和运用企业战略管理的知识和方法。

本书适合作为普通高校工商管理类研究生和本科生特别是MBA学生的教材，也可供企业管理人员和从事战略管理研究的人士参考使用。

<<战略管理>>

作者简介

张旭管理学博士，大连理工大学管理学院副教授。
战略管理学会(SMC)会员，管理学会(AOM)通讯评审专家。
主要研究领域：企业战略管理、组织文化管理、跨文化管理、组织发展。
主持完成各类科研基金课题和企业管理咨询课题30多项。
在国内外重要学术期刊上发表论文20余篇。
曾赴

<<战略管理>>

书籍目录

第1章 战略管理概述 第2章 外部环境 第3章 内部环境 第4章 战略选择第5章 战略实施与控制 第6章 企业柔性战略 第7章 企业国际化战略 第8章 企业战略转型

章节摘录

一般而言，竞争优势有两种类型，成本优势和特色化优势。
波特认为，企业长期维持高于平均水平的经营业绩的基础是持续竞争优势。
一个企业在产业中的竞争优势取决于该企业参与竞争的市场范围。
一个企业可以选择在整个行业内进行竞争，也可以选择在某一个细分市场上进行竞争。
波特认为有三种基本的竞争战略形式，即成本领先战略、差异化经营战略和集中经营战略。
一般来说，成本领先战略和差异化经营战略是在行业内谋求竞争优势，与竞争对手在多个顾客群中竞争；集中经营战略则是企业在某一个细分市场上的竞争，是企业在比较小的市场范围内选择成本领先或差异化竞争战略。

1。
成本领先战略成本领先战略是企业整合一切资源与能力，在价值创造活动中能以最低的生产成本为顾客提供所需的产品和服务。
成本领先战略是在20世纪70年代由于经验曲线概念的流行而得到普遍的应用。
成本领先战略要求企业积极地建立起达到有效规模的生产设施，在经验基础上控制管理费用，减少研发、服务、推销、广告等方面的成本费用。
成本领先战略能够让企业在激烈的市场竞争环境中获得超过平均水平的利润。
低成本优势可以使企业在与竞争对手竞争时获得有利地位，因为企业一旦拥有成本优势，竞争对手很难在价格上与其竞争。
低成本优势有利于企业在强大的买方市场保护自己的利益回报，低成本也是对卖方市场威胁的防卫，在对付卖方市场涨价的时候具有更好的灵活性。
企业获得低成本地位的各个因素以规模经济或成本优势的形式建立起进入壁垒。
与行业竞争对手相比，低成本企业在应付替代品威胁时，能以更低的产品或服务价格来留住顾客，占据有利地位。
用价值链重新配置和控制成本驱动因素来促使企业获得成本领先地位。
从价值链的多个价值活动中获得成本优势，使企业在竞争中获得优势。
但是，实施成本领先战略的企业需要在现代化设备、技术进步等方面进行大量的投资，而且设备、技术的引进有时很容易被竞争者模仿从而失去竞争优势。
同时，企业把过多的注意力放在成本控制上，可能会在产品销售方面能力不足。
另外，低的原材料价格的上涨对于企业能否保持足够市场控价能力也是一个挑战。

2。
差异化经营战略差异化经营战略是指企业提供不同于竞争对手的产品和服务，并不断地使产品或服务升级，使其具有顾客认知价值的差异化特征。
实现差异化有多种方式，包括产品或服务本身的差异化、售后服务的差异化、品牌声誉和渠道的差异化等。
企业可以从这些差异化的多个方面着手选择差异化经营战略。
实施差异化经营战略的企业，不断地投资和开发顾客认为重要的产品和服务的差异化特征，战略的重点已经不在成本上。

成功实施差异化经营战略的企业可以在激烈的市场竞争环境中获得超过平均水平的利润。

<<战略管理>>

编辑推荐

《战略管理》是21世纪工商管理特色教材。
本套教材配有教师指导手册、PPT等教辅资源，请任课教师与清华大学出版社联系索取。

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>