

<<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：9787302256168

10位ISBN编号：7302256160

出版时间：2011-7

出版时间：清华大学出版社

作者：刘平 编

页数：247

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>

<<企业战略管理>>

内容概要

本书是省级精品课程企业战略管理的配套教材。
本精品课程建设的指导思想，是以企业战略管理知识的综合运用为导向，以战略规划规范流程和方法为基础，以辩证思维为核心，以实际运用为重点，以综合的教学改革为突破口，促进学生对企业战略管理基本理论的掌握和运用技能的提升。
重点突出应用能力和辩证思维的培养。
本书的编写充分体现了上述指导思想。

本书适合作为高职高专相关专业企业战略管理课程的教材，也可作为企业战略管理的培训用书或参考书，以及企业战略管理实务工作者的学习用书。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第一篇 战略管理的基本框架

第一章 企业战略管理概论

第一节 企业战略的基本概念

一、战略的内涵

二、战略的特征

三、战略的结构

第二节 战略管理的内涵

一、战略管理的概念

二、战略管理的性质

三、战略管理的作用

第三节 战略管理的过程

一、确定企业使命

二、战略分析

三、战略选择及评价

四、战略实施及控制

第四节 战略规划及编制

一、战略规划的含义

二、战略规划的作用

三、战略规划制定应遵循的基本原则

四、战略规划的基本内容

五、战略规划的形成过程及基本格式

第五节 战略管理的利益相关者

一、相关利益者

二、战略管理者

三、战略实施者

本章内容结构

综合练习

综合案例

阅读材料1-1

阅读材料1-2

第二篇 战略环境分析

第二章 企业外部环境分析

第一节 宏观环境分析

一、政治法律因素

二、经济因素

三、社会文化因素

四、科学技术因素

第二节 行业结构分析

一、现有竞争者之间的竞争程度

二、行业新加入者的威胁

三、替代产品的威胁

四、购买商讨价还价的能力

五、供应商讨价还价的能力

第三节 竞争对手分析

一、竞争对手的未来目标

<<企业战略管理>>

- 二、竞争对手的假设
- 三、竞争对手的现行战略
- 四、竞争对手的能力

第四节 客户分析

- 一、客户需求分析
- 二、客户行为分析
- 三、客户让渡价值分析

第五节 外部环境分析方法

- 一、战略环境要素评价模型
- 二、行业关键战略要素评价矩阵
- 三、战略环境预测方法和技术
- 四、行业中取得成功的关键因素分析

本章内容结构

结合练习

综合案例

第三章 企业内部环境分析

第一节 企业资源分析

- 一、企业资源的分类
- 二、企业资源分析过程

第二节 企业能力分析

- 一、财务能力分析
- 二、营销能力分析
- 三、生产管理能力分析
- 四、组织效能分析
- 五、企业文化分析

第三节 企业核心能力分析

- 一、企业核心能力的概念
- 二、企业核心能力的判断标准
- 三、企业核心能力分析的内容
- 四、企业核心能力的获得方法
- 五、企业核心能力的培育

第四节 内部环境分析方法

- 一、雷达图分析法
- 二、内部战略要素评价矩阵

本章内容结构

综合练习

综合案例

讨论案例

第三篇 企业使命与战略选择

第四篇 战略选择模式

第五篇 战略执行

尾声 高成长企业的长赢基因

参考文献

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>