

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787303090884

10位ISBN编号：7303090886

出版时间：2008-2

出版时间：北京师大

作者：黄凯

页数：378

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>>

内容概要

工商管理硕士（MBA）核心教材是由教育部直属十二所重点院校教授根据全国MBA教学大纲主编主审而成，成思危担任本套教材的编写指导委员会主任。

这套教材基本上涵盖了MBA教学的主干课程和部分选修课程。

本书在基本沿用战略管理的主流结构、框架，借鉴该领域最新主要研究成果的同时，尝试尽可能围绕竞争与创新主题展开，尝试在战略决策层面，战略制定、实施和控制的一些主要环节，以及在教学案例的选择方面，尽可能引入并反映创新实践中可能面临相关的问题。

<<战略管理>>

书籍目录

第1章 新环境条件下的企业竞争【本章学习目标】 1.1 环境的变化趋势 1.1.1 经济的全球化 1.1.2 现代技术的高度发展 1.2 环境的不确定性 1.2.1 环境变化的行业差异 1.2.2 不确定环境条件下的战略投资 1.3 我国企业的经营环境变化 1.4 理性战略与决策方式 1.4.1 战略与战略管理 1.4.2 理性战略与经验、直觉 1.4.3 系统和动态的决策思维方式 【本章小结】 【思考与讨论题】 【本章参考文献】第2章 注重创新的企业战略 【本章学习目标】 2.1 创新的定义、性质与内涵 2.1.1 创新定义 2.1.2 成本、风险与收益 2.2 创新的动力与条件制约 2.2.1 市场需求 2.2.2 市场竞争 2.2.3 创新能力 2.2.4 政府政策 2.3 创新系统建设 2.3.1 企业创新系统 2.3.2 系统建设面临的主要问题 2.4 创新企业的外部微观环境 2.4.1 有利于创新的产业群发展模式 2.4.2 创新支持系统 【本章小结】 【思考与讨论题】 【本章参考文献】第3章 企业外部环境分析 【本章学习目标】 3.1 行业环境分析 3.1.1 基本概念与行业分析 3.1.2 波特的行业分析模型 3.1.3 成功关键因素分析 3.1.4 行业环境关键信息 3.2 宏观环境分析 3.2.1 分析的性质 3.2.2 分析模型 3.2.3 宏观环境关键信息的识别 3.3 竞争对手分析 3.3.1 对手的界定 3.3.2 分析目标 3.3.3 分析重点 3.3.4 竞争情报系统 3.4 对环境状况的判断与评价 3.4.1 定性分析与总体评价 3.4.2 定量分析与总体评价 3.5 环境变化与企业创新 【本章小结】 【思考与讨论题】 【本章参考文献】第4章 企业内部环境分析 第5章 企业使命与战略目标 第6章 单一经营与多元化战略 第7章 联合、兼并与重组战略 第8章 国际化战略 第9章 战略实施 第10章 战略评价与控制

章节摘录

第1章新环境条件下的企业竞争 【本章学习目标】 学习本章的过程中，要求侧重了解：经济全球化和技术进步的当前趋势及对企业新的经营环境形成的影响。

环境的不确定特征及基本内涵。

中国企业经营环境变化的主要特征及其对企业重大决策的影响。

战略管理基本概念及理性决策问题。

战略管理中系统和动态研究方式的构成和基本内涵。

新环境条件下战略管理的发展方向。

企业战略取向的合理性首先表现在对外部经营环境的适应性。

面对日趋复杂和多变的环境，现代企业的战略决策者必须敏感和准确地把握环境变化的方向、性质及其对本行业和本企业可能产生的影响，有效利用可支配资源，适时对既定战略作必要调整，以把握机遇和规避风险，确保企业在竞争中处于相对有利的位置。

从全球范围看，20世纪70年代以来的经营环境发生了诸多方面的深刻变化，其中最根本和对企业生存、发展产生最为深远影响的变化主要表现在两个方面，即经济的全球化和现代技术的高度发展。

1.1.1经济的全球化 经济的全球化也称经济的全球一体化，泛指整个世界经济随着各国和各个地区经济开放度的不断提高，日益向相互依存和一体化方向发展的趋势和过程。

经济的全球化道德得益于世界范围贸易壁垒的大幅度降低。

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>