

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787308100199

10位ISBN编号：7308100197

出版时间：2012-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：魏江

页数：250

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

《战略管理（第2版）》目标概括地说，就是在学习了该课程后，能做到“大处着眼，小处着手”。

所谓“大处着眼”，关键在于：一是要把各个职能层次的战略系统整合起来考虑企业总体发展问题，即把市场营销、投资理财、人力资源、生产运作和研究开发等职能战略与企业总体战略结合起来系统分析；二是把企业的内外部环境从长远发展的高度来概括、总结，提出可操作性思路；三是系统规划持续竞争优势和核心竞争能力。

“小处着手”，关键在于认知、体会到战略与每一个员工的行为是融合在一起的，战略贯穿在企业生产经营活动的全过程。

<<战略管理>>

作者简介

魏江，博士，浙江大学管理学院教授，博士生导师现从事企业战略管理、创新战略与服务业创新等领域的教学研究工作、曾获教育部新世纪人才支持计划、浙江省新世纪151第一层次（重点资助学者）、浙江省青年科技奖获得者、宝钢优秀教师奖获得者、浙江省杰出青年基金获得者等荣誉近10年来主持国际合作项目5项；国家自然科学基金项目9项（其中，重点项目1项），国家软科学项目两项，省部级重大重点项目30多项，其他省市级项目、企业项目40多项。在国际、国内有关刊物上发表论文近260多篇，其中国际刊物上发表论文70余篇，出版专著教材14部。研究成果获国家级教学成果奖1项，省部级科技进步奖、优秀教学成果奖、人文社科优秀成果奖8项，其他奖励10多项。

<<战略管理>>

书籍目录

第一部分 战略管理总论第1章 绪论1.1 战略管理性质与发展1.2 实践中的战略问题1.3 课程内容设计原则第2章 战略管理体系架构2.1 战略管理体系前提2.2 战略管理整体框架2.3 战略管理过程分析2.4 战略管理角色定位第3章 战略使命目标3.1 业务选择根本3.2 顾客价值分析3.3 企业使命表述3.4 战略目标表述第4章 战略选择环境4.1 环境战略互动4.2 外部环境分析4.3 内部环境分析4.4 环境分析工具第二部分 业务选择和发展第5章 业务发展战略5.1 业务展开途径5.2 纵向整合拓展5.3 横向多元经营5.4 业务组合重构第6章 公司创业战略6.1 公司创业内涵与动因6.2 公司创业战略的特征6.3 公司创业战略的模式6.4 公司创业战略的实施第7章 国际化战略7.1 国际化战略的动因7.2 国际化战略的类型7.3 国际化进入的模式7.4 国际化战略风险控制第三部分 竞争优势战略第8章 竞争优势基础8.1 竞争优势含义8.2 战略性要素审计8.3 知识资源管理8.4 顾客价值导向第9章 竞争优势创造9.1 优势创造途径9.2 战略取舍整合9.3 优势创造战略9.4 分析工具运用第10章 竞争优势持续10.1 核心能力含义10.2 竞争优势演进10.3 动态价值创新10.4 动态组织学习第11章 竞争合作互动11.1 竞合互动理念11.2 竞合博弈原理11.3 典型合作策略第四部分 战略实施措施第12章 战略方案评选12.1 战略选择评价框架12.2 战略优劣评判准则12.3 战略决策影响因素第13章 资源组织优化13.1 战略导向资源配置13.2 学习导向组织变革13.3 战略行动议程推进第14章 实施过程控制14.1 战略领导意识控制14.2 战略业绩标准控制14.3 战略实施过程控制14.4 战略激励措施控制第五部分 战略管理案例案例一 “中国印染”第一股的破产案例二 电信实业业务发展案例三 浙江扬帆精细化学有限公司案例四 雅戈尔的多元化发展案例五 华为公司的核心竞争力案例六 “山泉、纯净水之战”与“默多克的纸老虎参考文献

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>