

<<战略财务管理>>

图书基本信息

书名：<<战略财务管理>>

13位ISBN编号：9787313050991

10位ISBN编号：7313050992

出版时间：2008-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：彭娟

页数：264

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>

## <<战略财务管理>>

### 内容概要

为适应企业经营环境的巨大变革以及战略管理的发展，传统财务管理必然要向战略财务管理转变

。本书首先明确了战略财务管理的起源、目标、内涵、管理程序和功能等理论体系；接着以战略筹资管理、战略投资管理、战略营运资本管理、战略成本管理、战略利润决策管理、战略风险管理、战略购并管理、战略国际经营管理为阐述基础将现代战略管理的理念融入财务管理的八大核心环节，并辅以公司治理下最新资本运作理论和方法的渗透，创新地运用了平衡记分卡、管理期权、模糊综合分析法、灰色关联理论等现代管理工具解决了困扰战略财务管理的多因素联动、投资周期长等难点问题

。同时，本书在每一重要章节都配有鲜活生动的沙场演练案例和模拟操作，便于读者融会贯通和实践操作。

本书可供工商管理类在校本科生、硕士研究生以及MPACC、MBA作为教材使用，也适合企业管理人员培训和自学之用。

<<战略财务管理>>

作者简介

彭娟，本科毕业于上海海事大学，1999年在上海财经大学获会计学硕士学位，2007年7月获上海交通大学管理学博士学位。

现为上海交通大学安泰经济与管理学院会计系副教授，承担MBA和本科的会计、财务管理、审计等课程的教学任务。

研究方向为营销审计和战略财务管理。

## 书籍目录

第一章 战略财务管理概述第一节 战略财务管理的涵义、内容和特征第二节 战略财务管理的目标第三节 战略财务管理的原则和方法第四节 战略财务管理的类型及其选择第五节 战略财务管理与战略管理会计的关系第二章 战略营运资金管理第一节 营运资金战略管理评价第二节 财务外包第三节 企业信用评级研究第四节 企业信用评级方法与模型设计第五节 外贸企业信用评级案例分析第三章 战略融资管理第一节 战略融资概述第二节 战略融资方式研究第三节 战略资本结构优化第四节 战略并购融资模式研究第五节 我国企业海外战略并购的融资案例第四章 战略投资管理第一节 战略投资概述第二节 传统财务投资管理指标体系第三节 战略财务投资管理的非财务指标第四节 基于平衡记分卡的价值评价体系第五节 基于灰色关联理论下的战略投资价值评估第六节 房地产行业战略投资的案例分析第五章 金融期权和管理期权第一节 金融期权概述第二节 可转换证券、可交换债券及认股权证第三节 期权定价理论第四节 管理期权概述第五节 管理期权在战略投资中的实际运用第六章 战略并购与重组第一节 战略并购理论与模型第二节 涉及普通股股票的战略收购第三节 其他方式的重组第四节 企业重组的财务陷阱和业绩评价第五节 中体产业股份公司重组案例第七章 协同效应评估及其风险管理第一节 协同效应概述第二节 协同效应的实现成本第三节 协同效应的评估第四节 协同效应的风险管理第五节 战略并购下协同效应的案例分析第八章 战略财务风险管理第一节 战略财务风险概述第二节 财务风险预警系统第三节 融资风险的预警和预控第四节 投资风险的预警和预控第五节 流动资金运作中的风险预警和预控第六节 收益分配风险的预警和预控后记

## 章节摘录

第一章 战略财务管理概述 【本章摘要】 在现代复杂多变的经营环境下，企业经营无一不把战略管理作为管理的中心问题。

财务管理作为企业管理的一个重要职能，它的理论与方法必然要受到一般管理理论与方法的极大影响，不能无视战略管理的要求。

传统财务管理理论与方法已不能适应当今企业战略管理的需要。

以战略管理的思想为指导，对企业财务管理的理论与方法加以完善和提高，将之推进到战略财务管理的新阶段，是一种历史和逻辑的必然发展。

本章首先介绍了战略财务管理的管理的涵义、内容和特征及目标，接着阐述了战略财务管理的原则和方法等，最后就战略财务管理与战略管理会计做了区分。

“战略”一词原属于军事术语是指对战争进行分析判断之后做出的全局性筹划和指导。

最初的企业战略管理行为一般称为战略计划，它着眼于企业内部。

1965年美国学者安索夫（Ansoff）的第一部《公司战略》问世标志着企业战略研究的开始。

70年代中东石油危机、日本小汽车一举占领美国市场等一系列事件，使美国企业界意识到企业战略管理的重要性，自此在全球范围内掀起研究战略管理的热潮。

八九十年代美国经济持续高速增长，其经济实力远高于其任何一个竞争对手，这与美国企业界重视战略管理是分不开的。

跨入21世纪之后，人们更加重视战略管理的理论研究和应用，战略管理正以迅猛之势蓬勃发展。

战略管理是战略家制定战略目标和实施战略决策的过程，战略决策是实现战略目标的手段，战略决策包括企业定义、确定目标市场与产品、制定各项政策以确保战略目标实现等。

为了求得长期生存和发展，很多企业以社会价值标准来决定自身的服务导向，进而确定自身的任务和目标。

例如，美国电报电话公司（AT&T）的定义是通信而非电话，美国通用电气公司的经营目标是处于市场领先地位。

在明确企业定义和任务的基础上，企业通过内部条件和外部环境分析，了解自身的优势和劣势，寻找外部环境的机会并避开威胁；在综合分析的基础上，充分利用自身的优势，抓住一切可能抓住的机会，并制定出适合自己的长期战略计划；然后，通过战略的实施和控制，从而实现企业的战略目标，这就构成了一个完整的企业战略管理过程。

企业战略管理的关键在于制定一个切实可行的战略计划，而一个战略计划的好坏取决于企业对外界环境的把握程度，这一切建立在对未来正确预测的基础上，诚然，预测未来是困难的，但机会总是被有准备的人抓住。

据一份研究结果显示，在被调查的97家年销售额在2 000万美元以上的企业中，有正规战略计划的企业业绩明显好于没有正规计划的企业。

虽然也有个别研究结果显示企业的战略计划与业绩的关系不明显，但大多数研究显示有正规战略计划的企业业绩明显好于没有正规战略计划的企业；这些研究足以证明了战略计划的重要性。

战略计划是一个适于企业自身发展、把握外部机会的长期计划，它建立在正确预测的基础上，而预测的准确性因各行业的特点而大相径庭，故战略计划期的长短因行业特点而各不相同。

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>