

<<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：9787503735615

10位ISBN编号：7503735619

出版时间：1900-01-01

出版时间：中国统计出版社

作者：陈忠卫 等 著

页数：313

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

《企业战略管理（修订版）》实行严格的编委负责制。

每位编委具体负责2-3种教材的编写提纲审定和书稿终审终校工作。

编委会本着“要精要管用”的原则对各门课程教材进行了科学的配置和合理的设计，从易教易学和实用有效的角度明确了编写要求和编写风格，严格遴选了有研究、有经验、坐得住、不挂名的编写人员，集体审查讨论了每种教材的编写提纲，精心审定了每种教材的初稿和修改稿，对每种教材的编写质量和编校质量进行了近乎苛刻的过程控制和监督审查；对部分已出版教材的修订再版工作，更是兼收并蓄，广泛汲取各用书学校的教学建议。

因此，我们希望这套迈入21世纪的高等教育工商管理类专业系列教材具备以下几个方面的特色：

（一）新--面向21世纪创新教学内容，突出新颖性 全套教材在编写中果断删去已经过时和已被证伪的理论内容，大胆汲取国内、国际特别是发达国家20世纪70年代以来较为成熟的理论和方法，同时注意反映和提炼我国建立现代企业制度和经济管理领域最新理论与实践。

书中所引资料基本上截至2000年以后，并注意从崭新的角度重新阐释。

（二）实--面向社会主义市场经济实践精心编排教学内容，突出实用性 工商管理类专业教育重在应用，因此我们在教材编写中着重强调：理论介绍以够用为度，内容介绍立足于决策、经营和解决实际问题的需要，重点是深入阐述操作实务。

（三）高--面向学科发展和未来人才需求提高教材的起点和要求，突出高起点 要培养一大批适应21世纪需要的工商管理类高级专业人才，就必须配备高水准的教材。

为此我们在教材编写中不但注重定性分析，更加强调定量分析，以培养学生熟练的计算能力和实践能力。

（四）通--面向教学对象特点设计教学内容，突出通用性 《企业战略管理（修订版）》的市场定位是面向高等职业技术学院、高等专科学校、成人高等学校。

为此，我们在教材逻辑上注意减缓坡度，逐渐增加难度；在内容阐述上突出重点，突破难点，并注意联系实际设计典型例题和习题，以便使学生举一反三，学以致用。

<<企业战略管理>>

书籍目录

总序绪篇第一篇 导论第一章 企业战略概述第一节 定义和性质第二节 有关战略的几个基本概念第三节 企业战略四要素第四节 国内企业应当树立战略意识【本章案例】 科利华投资亿元推销概念第二章 战略管理概述第一节 生产管理、经营管理与战略管理第二节 战略管理的层次第三节 战略管理的原则第四节 战略管理过程第五节 战略管理者【本章案例】 郑州亚细亚的经营危机第二篇 战略态势分析第三章 企业外部宏观环境分析第一节 企业外部宏观环境分析的意义第二节 政治法律环境分析第三节 经济环境分析第四节 社会环境分析第五节 技术环境分析【本章案例】 生死攸关话“乐凯”第四章 行业结构分析第一节 五种竞争力量的扩展性均衡第二节 行业内战略集团分析第三节 价值链分析【本章案例】 彩管厂与彩电市场能“共存共荣”吗？第五章 企业内部微观条件分析第一节 企业资源分析第二节 企业活力分析第三节 企业营销能力分析【本章案例】 非常可乐：非常的选择第六章 投资组合技术分析第一节 基本分析法第二节 波士顿矩阵法第三节 通用电器公司法第四节 产品—市场演变矩阵【本章案例】 “巨人集团”沉浮录第三篇 战略模式选择第七章 企业总体战略第一节 发展型战略第二节 稳定型战略第三节 紧缩型战略【本章案例】 迷途知返的摩托罗拉第八章 通用竞争战略第一节 概述第二节 类型第三节 竞争者分析【本章案例】 汉王的成功之路第九章 行业经营战略第一节 新兴行业经营战略第二节 成熟行业经营战略…第四篇 战略实施与控制第五篇 战略管理创新主要参考文献后记

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>