第一图书网, tushu007.com

<<公司战略管理>>

图书基本信息

书名：<<公司战略管理>>

13位ISBN编号：9787505887244

10位ISBN编号：7505887246

出版时间：2010-2

出版时间：经济科学出版社

作者：廉志端 编

页数：445

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

前言

进入21世纪，意味着一个新时代的来临，随着资源的短缺，人类活动条件越来越受到约束，经济追求增长的方式客观上要求必须转变，传统工业文明的贡献力接近枯竭，以知识和智能为生产力生长点的新经济形态已普遍呈现，追求可持续发展和万物和谐，已成为人们的普遍共识；实现共生共赢、非零和博弈正逐渐成为竞争的主导逻辑。
但抗衡和竞争并不会因之而消失，而且还会成为继续加剧的趋势。
伴随着人们追求竞争优势方式的转变，一个战略化的时代完全来临，人们（公司）必须按照战略的法则和逻辑来思考和选择现实的路径。
现代公司的竞争完全转向战略的较量，公司经营上的成功一定是战略上的成功，一个公司必须把追求今天的利益和实现明天的生存紧密结合起来，现代公司的竞争是一种核心能力支配下的综合实力的比拼，一种先进模式和高超价值链的构建已经明显成为金融危机后获得新生优质企业的追求目标，雕虫小技般的以“技巧”取胜的时代将成为明日黄花。
因此，不管是进行公司经营管理理论研究，还是开展公司经营管理实践活动，都应该把关注点和重点放在公司战略上，应有大视野，应能出实招，应该见实效。
战略的实质是什么？
战略会带来什么？
理论和实践都在积极探索这一问题。
鲁梅尔特、申德尔与蒂斯在其主编的《战略的基本问题》中指出，要回答战略的本质是什么这个问题，就必须回答以下几个基本问题：（1）企业如何行事？
（2）为什么企业存在差异？
（3）集团公司总部的功能与价值是什么？
（4）什么决定企业在国际竞争中的成败？
波士顿顾问公司的奠基人亨德森认为：“任何想长期生存的竞争者，都必须通过差异化而形成压倒所有其他竞争者的独特优势。
勉力维持这种差异化，正是企业长期战略的精髓所在。
按照亨德森的说法，战略的本质就是维持企业的独特竞争优势。
亨德森在他1980年所著的《战略与自然竞争》中提出了一系列关于战略的假设。
（1）生存条件：能够生存的竞争者必定具备有别于其他所有对手的独特（时间、地点、产品和顾客组合）优势。
（2）力量对比与冲突频率：竞争能力势均力敌时，冲突无休止；而一方占绝对优势时，冲突很少发生。

内容概要

公司战略的目的是要使公司获得战略性竞争力及超出平均水准的回报，企业为了加强战略性竞争力与高回报所作出的承诺、决策和行动就是战略管理过程。
战略管理过程使企业明白在不断变化的市场与竞争结构下，如何运用公司的资源与能力，实现预期的目标。
　本教材集聚了编者多年来对公司战略管理的教学与研究成果，试图用实证的方法、全新的视角探讨公司战略管理的新的理论框架和内容，以资对高级管理类专业人才培养和企业家高层次培训提供适用的教程。

<<公司战略管理>>

书籍目录

第一章 战略思想的起源与公司战略管理 第一节 公司战略管理的起源 第二节 公司战略管理理论的演进 第三节 中国传统战略思想 【案例】 聚焦格兰仕模式第二章 公司战略与战略管理系统 第一节 公司战略管理的基本知识 第二节 公司的远景规划和事业使命 第三节 公司战略目标 第四节 战略经营单位及战略制定 【案例】 通用电气公司的战略管理第三章 公司战略管理者——企业家 第一节 企业家及其素质结构 第二节 企业家的价值观和能力结构 第三节 企业家的素质 第四节 企业家的责任与角色第四章 战略环境分析 第一节 战略环境分析及其意义 第二节 宏观环境及其因素分析 第三节 行业环境分析 【案例】 肠衣和咀嚼烟草 移动电话行业 联合利华冰激凌对其欧洲市场份额的保持措施 第四节 战略微观环境及其因素分析 【案例】 新加坡航空公司以优越的有形资源提供了良好的飞行服务水平 欧洲主要钢铁公司联合以应对新的竞争环境第五章 公司核心竞争力管理 第一节 公司核心竞争力的阐释 第二节 公司核心竞争力的形成 第三节 公司核心竞争力的动态管理 【案例】 日产公司围绕核心竞争力的管理变革第六章 公司竞争优势分析 第一节 竞争优势的来源 【案例】 沃尔特·迪斯尼公司的新发展 第二节 竞争优势的基本构成要素 第三节 成本领先优势及其形成 第四节 差异化优势及其源泉 【案例】 认清产品本质——一种咖啡过滤器的设计制造 宝迪公司：价值在差异化中的作用 第五节 公司竞争优势的保持 【案例】 沃尔玛与邯钢以低成本保持竞争优势的比较分析第七章 公司战略类型 第一节 公司战略的分类 第二节 多元化战略 第三节 一体化战略 【案例】 三九一梦第八章 全球化战略和跨国公司 第一节 经济全球化 第二节 国际公司与跨国公司的基本概念和特征 第三节 跨国公司战略——公司进入国际市场的方式 第四节 跨国公司的国际战略 【案例】 TCL的国际化苦旅第九章 公司新型战略选择——并购和战略联盟 第一节 公司并购 【案例】 2005～2009年年度“中国十大并购”事件评选结果 第二节 公司战略联盟 【案例】 相逢一笑泯恩仇——美国和日本运输公司重建战略联盟第十章 典型行业环境下的公司战略 第一节 不同产业结构下的竞争战略 第二节 不同市场竞争地位下的竞争战略 第三节 现代公司技术战略及其变化的新趋势第十一章 公司战略匹配 第一节 组织结构与公司战略 第二节 企业文化与公司战略 第三节 人力资源管理与公司战略 第四节 营销管理与公司战略第十二章 公司战略实施的控制 第一节 战略控制概述 第二节 战略控制的类型及方式设计 第三节 战略控制的过程 第四节 战略控制系统 【案例】 福特汽车公司的战略控制过程第十三章 公司战略思想的新方向 第一节 新的战略环境 第二节 战略理念的新选择 第三节 企业组织形式的新趋势参考文献

章节摘录

公司使命的界定是在对公司自身业务清晰界定的基础上进行的。
从战略角度来说，公司可以从三个方面界定自己的业务。
（1）顾客的需求，即公司需要满足顾客什么方面的需求。
一般来讲，公司产品或服务只有在满足顾客的某种需求和需要的时候，它才具有重要的意义，才能真正成为公司的一项业务。
（2）顾客群，即公司需要满足的对象是谁。
公司必须对此做出明确的回答。
因为顾客群代表的是一个需要提供服务的购买者的类型、需要覆盖的市场和地理区域。
（3）满足顾客需求的方式，即公司采用什么样的技术和活动来满足顾客的需求。
这一点的重要性表现在公司如何满足顾客的需求，即公司生产经营活动的重点放在价值链的哪些方面。
这三个方面实际上是要企业回答“什么，谁，什么方式”三个基本性的问题。
在实践中，公司能够用一个简单明了的句子阐述它所服务的需求、目标市场以及所开展活动的方式的确是一个挑战。
各个公司的阐述方式是不一样的，它们所要实现的战略也是不同的。
例如，波士顿咨询公司提出，“我们的使命是协助客户创造并保持竞争优势，以提高客户的业绩。
要达到这个目标并制定成功的策略，我们需要努力不懈地探讨问题的起因及根源，并对其进行系统化分析，以制定成功的策略。
”麦当劳公司回答“什么，谁，什么方式”是一个更为典型的例子。
该公司界定自己的使命时宣称是“一张有限的菜谱，质量一致的美味快餐食品，快速到位的服务，超值的定价，卓越的顾客服务，便利的定位和选址，全球的市场覆盖”。
（四）公司使命的表述在具体阐述公司使命时，公司需要注意以下问题：1.公司定位。
公司要在竞争中根据所拥有的技术、所生产的产品和所服务的市场客观地评价自己的优劣条件，准确地确定自己的位置，制定竞争的基准。
2.公司理念，或称公司信念。
这是公司的基本信念、价值观、抱负和哲理选择，是企业的行为准则。
公司可以据此对自己的行为进行自我控制和自我约束。
3.公众形象。
公司管理者应该充分满足公众期望，树立良好的公司形象，尽到对社会应尽的责任。

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