

<<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：9787508391137

10位ISBN编号：7508391136

出版时间：2009-8

出版时间：中国电力出版社

作者：施金龙

页数：175

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

本书为21世纪高等学校规划教材。

本书全面而简洁地阐述了企业战略管理的基本理论和方法，由企业战略管理一般概念、企业总体战略、企业职能战略三部分组成；共分八章，主要内容包括：总论、战略规划、战略实施、战略控制、企业总体战略、企业基础战略、企业扩张战略、企业软性战略。

本书的特点是将企业战略管理理论与企业战略管理实践相结合，将理论教学与管理案例分析相结合；基础概念表述简洁精练，理论阐述通俗易懂。

本书每章都设有“学习重点和要点”、“知识链接”、“案例分析”、“小结”和“习题”，书后附有“教学建议”，使理论与实践充分融合，便于学生理解和掌握，适合应用型人才培养的教学方式。

本书主要作为普通高等学校管理类、经济类相关专业本科“企业战略”、“战略管理”课程的教材，也可作为高职高专，以及成人教育和继续教育相关专业的教材，还可作为各类管理干部的培训教材和参考读物。

书籍目录

出版说明前言第一章 总论 第一节 战略 第二节 战略管理 第三节 战略管理者 小结 习题第二章 战略规划 第一节 战略环境分析 第二节 战略方案设计 第三节 战略方案识别 第四节 战略方案选择 小结 习题第三章 战略实施 第一节 设计组织结构 第二节 编制战略计划 第三节 分配企业资源 第四节 选择实施模式 小结 习题第四章 战略控制 第一节 战略控制的要素 第二节 战略控制的方式及其选择 第三节 战略控制的手段 第四节 战略控制的原则 小结 习题第五章 企业总体战略 第一节 一般企业总体战略 第二节 大型企业总体战略 第三节 中小型企业总体战略 小结 习题第六章 企业基础战略 第一节 产品战略 第二节 市场战略 第三节 技术战略 小结 习题第七章 企业扩张战略 第一节 规模化战略 第二节 国际化战略 小结 习题第八章 企业软性战略 第一节 企业文化战略 第二节 企业形象战略 小结 习题参考文献教学建议

## 章节摘录

第二章 战略规划 第一节 战略环境分析 企业在对所处环境及自身内部的优势与劣势、机会与威胁的细致分析基础上，抽象、宽泛地陈述企业使命和宗旨，具体、明确地提出企业战略目标，完整、配套地编制和仔细、慎重地鉴别、选择企业战略方案，即为企业战略规划。

制定战略方案的前提和基础是战略环境分析，即充分考虑、仔细分析企业所处外部环境和所具内部能力，探求和寻找企业在激烈竞争的市场环境中图生存、谋发展之路。

战略环境分析通常按三个层次展开：环境分析，一般环境或宏观环境分析；行业分析，企业所在行业及所要进入的行业分析；企业分析，企业自身资源和能力分析。

一、环境分析 一般环境或宏观环境是指那些可能影响企业成败但又非企业自身能全部控制的因素，包括政治因素、经济因素、社会因素和科技因素。

1.政治因素 政治因素主要包括一国的政治体制、法律制度和政府行为。政治体制及其改革，无疑会给企业的领导制度、管理方式等带来深远影响和制约。正确地、充分地适应和利用政治体制、政治氛围，是企业抓住机遇、加快发展的重要条件。

由于法律的强制性特征，法律、法规对企业的影响方式是刚性的。企业不仅要熟知与企业生产、经营相关的法律条款，还要时刻关注新的法律、法规的酝酿、颁布。例如新近颁布的《反不正当竞争法》规定用以有奖销售的最高奖金不得超过5000元人民币现金或其等值的实物，这就给“有奖销售热”降了温，同时也必将对商业企业调整市场竞争战略产生影响和引导作用。

.....

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>