

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787508430058

10位ISBN编号：7508430050

出版时间：2006-9

出版时间：中国水利水电出版社

作者：安辉

页数：183

字数：308000

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

战略管理作为正式的本科课程进入管理学的课堂，在中国其实不过是短短十几年的历史。在这期间，战略管理这一学科的重要性得到了广泛的认同：该学科被广泛包含于本科生、研究生的课程体系中；短期培训课程和管理咨询服务等也都将战略管理作为不可或缺的课程；企业家、从事研究的学者和咨询专家更对其给予了高度的重视。

就其出版的教材而言，走过了一个从引进原版教材到翻译教材再到大量出版中文教材的过程。

本书借鉴了其先进的框架体系，即四个组成部分：战略管理导论、战略分析、战略选择、战略实施和控制。

在此基础上，紧紧围绕这四个部分，作者参阅了大量的中文和英文文献，独立地编写了本书。

本书主要供大学工商管理专业的本科生和研究生课堂学习使用，同时为企业、咨询和培训等行业提供重要的参考和培训教材。

<<战略管理>>

书籍目录

前言第一部分 战略管理导论 第一章 战略管理的基本问题 第一节 企业战略的概念和特征 第二节 企业战略管理的定义及步骤 第三节 企业战略管理中的关键术语 第二章 企业战略管理的实践 第一节 企业战略管理的理论流派 第二节 企业战略管理理论的发展趋势第二部分 战略分析 第三章 外部分析——环境分析 第一节 宏观环境分析——PEST分析 第二节 行业竞争环境分析——五种力量分析 第三节 国家或地区的竞争力分析 第四章 内部分析——资源与能力分析 第一节 企业的资源和能力 第二节 内部分析框架 第五章 公司治理及利益相关者分析 第一节 公司治理结构 第二节 利益相关者分析 第三节 企业的文化背景第三部分 战略选择 第六章 基本竞争战略——业务单元竞争优势的基础 第一节 竞争战略 第二节 成本领先战略 第三节 差异化战略 第四节 集中战略 第七章 公司战略——提升业务单元战略 第一节 母公司的战略角色 第二节 培育矩阵 第三节 业务组合管理 第八章 战略发展方向和方法 第一节 战略发展方向 第二节 战略发展方法 第九章 国际化战略第四部分 战略实施和控制 第十章 战略实施 第十一章 战略评价与控制参考文献

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>