

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787509201909

10位ISBN编号：750920190X

出版时间：2007-7

出版时间：中国市场出版社

作者：(美)C.W.L.希尔(C

页数：400

译者：孙忠

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

学习从来没有像今天这样成为企业的一项中心活动，环境的压力和超越竞争对手的愿望已经成为企业学习的主要动力。

忽视系统化的最新管理知识的代价将是企业所无法承受的，但是，当今企业管理者所面对的技术、伦理、风险、全球化的变革意味着我们不可能完全依靠传统的学习渠道和学习模式。

为此，要一套结合当代研究成果和企业实务、能够鼓励人们主动学习和应用的新型的成功管理学习读物。

一套为繁忙的企业员工提供的有效的学习工具应当满足以下几个条件：（一）视野开阔，批判性吸收最新的研究成果和全球各地企业的标杆运作；（二）问题导向，在理论和实务间保持合理的平衡；（三）恰当的例证分析，强调当代管理工具适用的边界条件；（四）便于自修，排版和写作风格对读者友好。

<<战略管理>>

作者简介

Charles W.L.Hill，希尔教授是享有盛誉的战略管理学者，现任华盛顿大学商学院Hughes M.Blake讲席教授。

希尔教授当前的研究兴趣主要是高技术产业的竞争战略。他在包括Academy of Management Journal，Academy of Management Review，Strategic Management Journal，and Organiza-tion Science等学术期刊上发表了50多篇论文。希尔教授的《战略管理》教材受到全世界的老师、学生和企业的欢迎，是这一市场里排名第一的领导者。

希尔教授讲授MBA、EMBA和博士生课程，多次荣获优秀教学奖。

<<战略管理>>

书籍目录

第一部分 战略管理导论 第1章 战略管理过程 开篇案例：沃尔玛的成功与挑战 1.1 概论 1.2 卓越绩效与竞争优势 1.3 战略规划 1.4 突现应对的战略 1.5 战略规划实务 1.6 战略领导与决策 第2章 外部分析：识别产业机会与威胁 开篇案例：电信业的兴衰 2.1 产业的定义 2.2 波特的五种竞争力量模型 2.3 产业内部的战略群组 2.4 产业生命周期分析 2.5 产业分析模型的局限性 2.6 宏观环境的影响 2.7 全球产业环境和国家产业环境 第二部分 竞争优势的本质 第3章 内部分析：独特的企业竞争力、竞争优势与赢利能力 开篇案例：BJ's批发公司的竞争优势 3.1 概论 3.2 独特的企业竞争力与竞争优势 3.3 价值链分析 3.4 竞争优势的基本构成要素 3.5 竞争优势与赢利能力分析 3.6 竞争优势的持续性 3.7 避免失败与持续的竞争优势 第4章 运用职能层战略创建竞争优势 开篇案例：Verizon无线通信公司 4.1 概论 4.2 卓越的效率 4.3 效率、柔性制造与大规模定制 4.4 卓越的品质 4.5 卓越的创新 4.6 卓越的客户响应 第三部分 战略理论 第5章 运用业务层战略创建竞争优势 开篇案例：丰田公司的目标？符合每一位顾客需要的高价值交通工具 5.1 概论 5.2 什么是业务层战略？ 5.3 选择基本的业务层战略 5.4 竞争性定位与业务层战略 第6章 竞争战略与产业环境 第7章 高技术产业的战略 第8章 全球化背景下的战略 第9章 公司战略：水平整合、垂直整合与战略外包 第10章 公战略：多元化、收购和内部创业 第四部分 战略实施 第11章 单一产业企业的战略实施 第12章 多元化和全球化企业的战略实施 附录：案例分析和案例分析写作

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>