

<<战略咨询>>

图书基本信息

书名：<<战略咨询>>

13位ISBN编号：9787509622278

10位ISBN编号：7509622271

出版时间：2012-12

出版时间：经济管理出版社

作者：方少华 编

页数：320

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>

<<战略咨询>>

前言

每个组织都有自己的战略，无论是明确的还是潜存的，高效的还是低效的，也无论这一战略是着意拟订的还是自发的。

战略如此重要，如何制定一个成功的战略并有效实施无疑是企业及其相关管理人士、咨询公司及其顾问必须面对的首要问题。

一直以来，无论是在外企从事管理工作还是在国际性的咨询公司工作，总是期待将来有一天能把积累到的管理及咨询的知识、经验与广大同行及各界人士分享。

在全球著名咨询公司工作的这六年多时间里，我的足迹几乎遍布了整个中国，为诸如金融、化工、制造、钢铁、医药等众多行业的众多客户提供的服务从企业战略、业务流程、人力资源管理、组织设计等管理咨询到SAP、ORACLE (PEOPLESOFT) 实施等ERP咨询。

无论是作为小组组长、项目经理、质量经理、售前支持还是作为项目总监、顾问，我一直在思考总结中国企业及其管理水平与世界企业的差距、本土咨询与国际性咨询公司的不同，今天终于有机会把自己最深的感受和体验分享出来，衷心希望此书能对广大的咨询从业人员、企业管理相关人员，乃至中国的咨询业界、企业界有所启发和帮助。

第一章是本书的导论，主要在介绍战略、战略管理、战略咨询的相关基本概念和知识，以及其发展过程。

.....

<<战略咨询>>

内容概要

《咨询之窗丛书·战略咨询：方法、工具与案例（第2版）》并不是有关战略管理及其咨询的理念巨作，也不是未来学家尚未验证的观点。

相反，每一章节都是编者本人在企业或咨询公司的实务观察与实践经验的总结。

《咨询之窗丛书·战略咨询：方法、工具与案例（第2版）》不但可读性相当高，同时对那些想要在未来一展身手的公司或从业人士来说，也是一本不可多得的实用指南。

<<战略咨询>>

书籍目录

上篇 战略咨询方法与工具第一章 战略咨询导论第一节 企业战略的含义第二节 企业战略的内涵及特点第三节 企业战略理论的产生和发展第四节 战略咨询的产生与发展第五节 战略咨询的基本要素及意义第二章 战略咨询方法论第一节 企业发展战略分析方法第二节 企业竞争战略分析方法第三节 战略制定的方法第四节 战略实施的方法第五节 战略评价与调整的方法第六节 制定国际化经营战略方法第七节 战略咨询项目的流程、内容与方法第三章 战略咨询工具第一节 波士顿矩阵第二节 通用电气矩阵第三节 市场吸引力矩阵第四节 关键成功因素分析第五节 波特的行业结构模型第六节 结构—行为—绩效模型第七节 波特的价值链第八节 三层面论第九节 内部因素评价矩阵第十节 外部因素评价矩阵第十一节 内部-外部矩阵第十二节 战略地位与行动评价矩阵第十三节 大战略矩阵第十四节 定量战略计划矩阵第十五节 竞争态势矩阵第十六节 优势-弱势-机会-威胁矩阵 (SWOT) 第十七节 逻辑树第十八节 七步成诗法中篇 战略咨询案例第四章 打造中国的沃尔玛——LO集团10年战略发展规划第一节 项目背景第二节 咨询报告的主要内容第三节 辉煌的历程第四节 中国零售市场的现状与发展趋势第五节 LO集团面临的主要挑战和发展机会第六节 制定发展战略的必要性第七节 咨询公司方法论第八节 2010年的LO集团——战略远景第九节 2002-2010年战略发展里程和总纲第十节 成功实施的关键因素第十一节 附录-LO集团10年战略项目分析和研究第五章 A铝业公司发展战略及业务发展策略第一节 综述第二节 市场吸引力和公司的竞争地位第三节 公司的发展策略第六章 中国NG药业发展战略研究报告第一节 概述第二节 企业内部环境分析.....下篇 战略咨询展望

<<战略咨询>>

章节摘录

可以看出波特的钻石理论是对早期企业内外部分析战略理论的完善，使这种理论不仅提供了分析的基本框架，而且也有了丰富的理论内容。

波特的战略理论真正上升到了科学的层次。

因为科学的理论不仅是解释现象，还能指导人们正确行动。

当然波特的理论并非尽善尽美：第一，对企业内部结构的分析过于粗糙；第二，没有对企业社会关系的分析。

（3）平衡计分卡。

在此阶段，基于企业内部制度分析企业战略的理论也开始出现，表现为平衡计分卡理论。

平衡计分卡是基于企业绩效评价的战略理论，因而可以将这个理论看做是基于企业内部管理制度的战略理论。

由于传统单纯的财务指标评价不能全面反映企业绩效状况，该理论提出用顾客满意度、内部程序（流程）及组织的学习和能力提高三套绩效测评指标来补充财务测评指标。

管理层可以通过把公司的战略和使命转化成具体的目标和测评指标，建立平衡计分测评法。

（4）企业社会关系理论。

企业社会关系是与企业社会资本概念相联系的一个概念。

尽管企业社会关系更多地源于企业外部环境，但它确实不同于一般企业环境分析。

二者的差别在于，企业可以或能够在一定的程度上，协调整合甚至管理控制其社会关系；但对于环境来说，企业则无法或难以进行协调整合。更谈不上管理了。

从企业社会关系方面看，一个企业既要处理好企业内部组织与组织、人与人、组织与人之间的关系，又要处理好与竞争对手、供应商、企业互补生产商、潜在生产商、政府、企业协会、大学、研究所、社区及其他组织间的关系，从而使企业社会资本最大化。

（5）博弈论。

博弈论是研究决策主体的行为发生直接相互作用的时候的决策以及这种决策的均衡问题。

也就是说，当一个主体，如一个人或一个企业的选择受到其他人或其他企业的影响，而且反过来影响到其他人或其他企业的选择时的决策问题和均衡问题。

博弈论的基本概念包括：参与人、行动、信息、战略、结果、均衡等。

博弈论与战略决策问题有着直接的联系。

.....

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>