

<<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：9787512101173

10位ISBN编号：7512101171

出版时间：2010-5

出版时间：北京交通大学出版社

作者：苗莉

页数：345

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

亲爱的读者，您或许已经发现，如今与企业战略管理相关的教材和书籍可谓汗牛充栋，那么您手中拿到的这本书究竟有何独特之处呢？

这是一本专门为工商管理专业本科学生及其他企业战略管理初学者撰写的战略管理入门性读物。

为了方便您作出阅读选择，在此向您简要介绍本书的主要特点。

第一，本书力图为读者展示一个生动有趣且富于挑战性的战略管理图景。

兴趣是最好的老师，对于缺乏实践经验的本科学生和很多初学者而言，激发对于战略管理的兴趣，是学好战略管理理论的前提。

为此，可读性是本书追求的重要目标之一。

本书除了力求语言通俗易懂外，还通过大量案例来生动说明各种理论。

本书在每章的开始都设计了一个导读性案例，用以引发相关的战略思考；在每章的主体部分，除为读者提供完整的理论框架，还通过众多的大小案例来帮助读者加深对理论的理解和思考；在每章的最后，还安排本章末案例，用以强化对理论的应用。

第二，本书力图让读者更多地了解中国企业的风采。

在目前众多的战略管理教材中，相当大一部分是国外经典教材的翻译本，这些教材对于我们了解国外战略管理理论和实践的最新动向具有十分积极的作用。

但是很多学生在使用这类教材时都遇到这样一个困扰，即很难对教材中的国外企业案例产生共鸣。

作为战略管理领域的一名学习者和教授者，多年来最感欣喜之事莫过于看到越来越多的中国企业在全球竞争中脱颖而出，展示出越来越强大的竞争实力。

本书在编写过程中引入了大量中国企业的最新战略实践，虽然其中有成功也有失败，但无论如何，对于中国的读者而言，这些国内企业的案例会让我们更加振奋和警醒，感悟也会更加深刻。

第三，本书力图通过系统学习和训练来培养和强化战略实践能力。

战略管理教材并非战略管理的操作指南，不是按图索骥就可以找到成功的法门。

事实上，战略管理教材和课程的主要目的并不在于提供解决所有问题的答案，也无法提供所有的答案；其最主要的目的在于引发战略性思考并提供解决战略性问题的基本框架。

在具体的实践中，则需要实践者创造性地应用各种战略管理理论。

为了锻炼学生及读者的实战能力，本书在每章的最后安排了一个战略实践单元，通过这样一种循序渐进的训练过程，可以不断提升自身的战略实践能力。

## <<企业战略管理>>

### 内容概要

全书共分10章，第1章为概述，其后9章则围绕企业战略管理过程的具体环节设计而成，内容涵盖了企业使命的确定、内外部环境分析、业务层战略、公司层战略、国际化战略、战略实施及战略控制与变革等内容。

为了帮助读者更好地学习企业战略管理课程，本书在每章的开始都设计了一个导读性案例，用以引发相关的战略思考；在每章的主体部分，则设计了“阅读”和“实例”等专栏来帮助读者加深对理论的理解；在每章的最后，还安排了章末案例和战略实践单元，用以强化对理论的应用。

本书是作者在综合多年教学与研究，并借鉴国内外众多最新理论和实践的基础上撰写而成的，具有可读性强、以本土案例为重、实践导向突出等特点。

本书可作为高等院校工商管理专业本科生及其他企业战略管理学习者的教科书，也可作为MBA、EDMA和企业管理者们的参考读本。

## &lt;&lt;企业战略管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 战略管理导论 1.1 战略的内涵 1.2 战略的特征 1.3 战略管理的含义 1.4 战略管理过程 1.5 战略管理的益处 1.6 战略管理层次 1.7 战略管理理论的发展演进 1.8 战略管理的主要流派 战略实践 实际练习 第2章 企业愿景与使命陈述 2.1 愿景与使命的含义 2.2 愿景与使命陈述的重要性 2.3 撰写愿景和使命陈述的基本原则 2.4 使命陈述的构成要素 2.5 战略目标 2.6 企业的社会责任 战略实践 实际练习 第3章 外部环境分析 3.1 宏观环境分析 3.2 产业环境分析 3.3 竞争对手分析 战略实践 实际练习 第4章 内部环境分析 4.1 资源分析 4.2 能力分析 4.3 核心竞争力分析 4.4 价值链分析 4.5 评估公司的竞争优势 战略实践 实际练习 第5章 业务层战略 5.1 竞争优势、价值创造和赢利能力 5.2 成本领先战略 5.3 集中成本领先战略 5.4 差异化战略 5.5 集中差异化战略 5.6 最优成本战略 5.7 竞争战略与商业模式的匹配 5.8 战略钟与竞争战略选择 5.9 如何维持竞争优势 战略实践 实际练习 第6章 公司层战略：密集增长、一体化与合作战略 6.1 方向性战略：公司发展方向选择 6.2 密集增长战略 6.3 横向一体化战略 6.4 纵向一体化战略 6.5 合作战略：战略联盟 6.6 合作战略：虚拟经营 6.7 合作战略：企业集群战略 战略实践 实际练习 第7章 公司层战略：多元化、内部创业与并购 7.1 多元化战略概述 7.2 如何通过多元化提高赢利能力 7.3 多元化的缺陷和局限 7.4 多元化的路径与业务组合管理 7.5 进入新业务的战略：内部创业 7.6 进入新业务的战略：并购 战略实践 实际练习 第8章 国际化战略 8.1 企业追求国际化战略的动力 8.2 国家竞争优势 8.3 全球竞争战略的选择 8.4 国际市场的进入方式及战略选择 8.5 国际化经营的风险及其控制 战略实践 实际练习 第9章 战略实施 9.1 战略实施的内涵与模式 9.2 战略实施与组织结构 9.3 战略实施与人力资源战略 9.4 战略实施与组织文化 战略实践 实际练习 第10章 战略控制与变革 10.1 战略控制与战略失效 10.2 战略控制的类型 10.3 战略控制的过程与工具 10.4 战略变革的内涵及动因 10.5 战略变革的类型 10.6 战略变革的形式 10.7 战略变革影响因素及实施模型 10.8 战略变革的战术技巧 战略实践 实际练习 参考文献

## 章节摘录

5.2.3 成本领先战略的风险 在看到成本领先战略优势的同时，企业管理者还需要了解这一战略的风险，并注意加以规避。

成本领先战略的风险包括以下几种。

(1) 竞争对手找到了实现更低成本的方法 例如，技术变革可能令经验曲线效应失效，新企业可以采用低成本的新技术打败老的成本领先者。

像成本领先这样的商业模式应当被认为是一组战略，它们帮助战略管理者持续提高长期竞争效率。战略管理者们很可能被成本领先战略的成功所迷惑，放松了警惕，看不到五种竞争力量和宏观环境的变化及由此而改变的竞争游戏规则。

麦当劳公司多年来一向是快餐产业中的成本领先者，但它对塔克钟（Taco Bell）公司推出99美分特价快餐的招数却毫无准备。

麦当劳意识到需要学习怎样才能提供更便宜的快餐，这一认识驱使它的管理者们采用新的烹调技术和食品管理方法，继续沿经验曲线下行。

今天，99美分特惠套餐已经列入麦当劳快餐店的菜单。

竞争者还可以通过劳动成本节省获得成本优势。

欠发达国家的竞争者的劳动力成本很低，美国工人的工资是马来西亚、中国或墨西哥的600%。

目前，作为一种低成本战略，许多欧美公司都将装配业务放在国外，这些公司中有许多是迫于竞争压力才这样做的。

(2) 竞争对手的模仿 这是成本领先战略的另一威胁。

基于低成本商业模式是一个持续努力的过程，需要不断进行战略思考，确保商业模式足以应付变化环境中的机会与威胁。

因为，整个产业中所有企业的战略管理者们都在盯着成本领先者，随时准备模仿它的创新来降低自己的成本。

例如，亚洲其他国家的企业可以研究索尼和松下等日本企业的电子产品设计和组装，然后利用本国便宜的组件和劳动力制造类似的产品。

这个原因在很大程度上解释了为什么一大批中国制造业企业世界舞台上崛起。

(3) 一味强调削减成本影响了产品的需求 Gateway公司在2001年就遇到这样的问题。

一直以来，当客户想在新买的Gateway计算机中安装自购软件时，公司的客户服务人员都会提供免费帮助。

然而，为了减少客户服务成本，公司要求客户服务人员不再继续提供自购软件的安装服务。

由于大多数顾客会在新计算机中安装自己的软件，Gateway公司服务不好的恶名开始传播开来。

经过不到6个月的试验，公司管理者们不得不收回自己先前的决定，Gateway公司又恢复了全方位的顾客支持。

因此，要想保持长期增长，成本领先者在努力降低成本的同时，也必须保证必要水准的产品品质和特性。

例如，即使是像天美时和比克剃须刀这样实行低价战略的产品，如果想要长期发展，也不能在品质方面比精工表和吉列剃须刀差太多。

如果精工公司推出一款新的液晶表或吉列上市了一款三层刀片的剃须刀，则天美时和比克的管理者在几个月里就会把这些品质加入到自己的低价产品里。

这一情况在高价妇女时尚用品产业中同样常见。

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>