第一图书网, tushu007.com

<<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：9787512102064

10位ISBN编号：7512102062

出版时间：2010-8

出版时间：清华大学出版社

作者：陈继祥　主编

页数：333

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

中国实行经济改革开放已有三十多年，现在正处于经济转型的关键时期。
如今，各行各业的管理实践发生了深刻巨大而错综复杂的变化。
伴随全球化进程的加速，工商实业界和理论学术界都面临着更大的挑战。
首先是运营环境的变化。
全球商品链分工日益深化，企业广泛使用外包，电子商务的发展进一步改变了商业活动的核心。
随着全球金融危机的爆发，能源价格上下剧烈起伏，企业信誉、消费者信心和品牌忠诚等企业最宝贵的财富正在慢慢受到侵蚀。
其次，市场竞争日趋激烈。
随着买方议价能力的增强，客户的权力被提升到至高无上的地位。
企业的交易方式也因此而发生重大变化，产品和服务的定制化变得越来越普遍，响应客户需求及市场变化的能力变得比企业规模更为重要。
再次，随着产业链上行业内部各类企业的不断整合，企业更加重视与外部利益相关者的关系。
战略联盟及其他合作形式不断涌现，甚至以往的竞争关系也演变成了战略合作伙伴关系。

内容概要

本书以“一分为三，合三为一”的思想方法为指导，形成了基于三分法的战略管理分析框架。
战略管理总论篇，从战略的起源与内涵、战略管理理论的演变、战略管理过程入手，提出了基于管理过程的战略管理三维框架；战略分析篇，从外部环境、内部实力和经营方向三个方面建立了战略分析三维架构；战略选择篇，从发展战略、竞争战略和合作战略三个维度详细阐述企业不同层次战略的制定与选择问题；战略实施篇，从战略实施过程、战略实施与组织文化、组织结构的关系、战略控制的类型与过程等方面阐述了战略控制过程及基本理论。
　本书可作为本科生和研究生相关专业的教材，也可作为企业界相关人士的参考书。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1篇　总论　第1章　战略管理导论　1.1　战略的起源与内涵　1.1.1　战略的起源　1.1.2　企业战略的内涵　1.2　战略管理理论的演变　1.2.1　西方早期战略管理理论　1.2.2　以产业竞争结构分析为基础的竞争战略理论　1.2.3　以资源为基础的核心竞争力理论　1.2.4　超越竞争的新战略管理理论　1.3　战略管理的内容和层次　1.3.1　战略管理的内容　1.3.2　战略管理的层次　1.4　战略性思维和战略管理者　1.4.1　战略性思维　1.4.2　战略管理者　1.5　战略管理过程　1.5.1　战略管理过程的基本模式　1.5.2　战略管理过程基本模式的应用　1.5.3　战略管理过程中应注意的问题　1.6　本书理论架构：基于三分法的战略管理框架　1.6.1　三分法概述　1.6.2　基于三分法遐雒的战略/管理框架　本章小结　复习思考题第2篇　企业战略分析　第2章　外部环境分析：识别机会与威胁　2.1　企业外部环境分析概述　2.1.1　企业外部环境的构成　2.1.2　企业外部环境分析的过程　2.2　一般环境分析　2.2.1　政治一法律因素　2.2.2　经济因素　2.2.3　社会与文化因素　2.2.4　技术因素　2.3　行业环境分析　2.3.1　结构-行为-绩效模型　2.3.2　波特的五种力量模型　2.4　行业中战略集团分析　2.4.1　战略集团的特征　2.4.2　战略集团分析　本章小结　复习思考题　第3章　内部环境分析：资源、潜能与竞争优势　3.1　企业内部环境分析的重要性　3.2　企业内部环境分析的内容——资源与潜能　……第3篇　企业战略选择第4篇　企业战略实施参考文献

章节摘录

所谓公司的社会责任就是指公司不能仅仅以最大限度地为股东们赢利或赚钱作为自己的唯一存在目的，而应当最大限度地增进股东利益之外的其他所有社会利益。
这种社会利益应该包括雇员利益、消费者利益、债权人利益、中小竞争者利益、当地社会利益、环境利益、社会弱者利益及整个社会利益等内容。
作为一个合格的企业，除了要为企业的投资者着想，也要为企业内部的职工，企业所在的国家、社区、消费者着想。
追求利润是企业的经济责任，利润来自于社会，还应回归社会，除了缴纳一定的税收之外，企业还应该承担更多的社会责任。
企业的社会责任是对企业的一种全新的认识，是对追求利润作为企业唯一界定的修正和发展。
企业作为社会组织也是社会的成员，除了要实现自己的经济目标外，还应该关注社会及其他的社会成员利益，为全社会的发展承担起应有的责任，也就是企业的社会责任.从事各种类型的慈善活动是企业参与社会生活，承担社会责任的一种重要的表现形式。
企业使命体现了企业根本目的和意向。
没有这种目的和意向的规定，在制定企业经营目标和经营战略时就会无所适从。
企业使命是一种广泛的意向，既体现了企业创办者或高层领导的追求和抱负，又反映了企业在一定程度上受到内外部环境条件的制约。
为此，在确定企业使命时，还必须识别企业外部环境中的机会和威胁，以及企业具有的长处和短处，在此基础上再提出更为具体的、在特定期限内实施企业使命所要达到的程度和取得的经营成果，亦即制定企业的经营目标。

第一图书网, tushu007.com

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