

<<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：9787543859722

10位ISBN编号：7543859726

出版时间：2010-1

出版时间：湖南人民出版社

作者：曹裕，马跃如 编著

页数：175

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>

<<企业战略管理>>

内容概要

企业战略管理是一门关于制定、实施、评价企业战略的课程，企业组织有效实现自身目标的与科学。它主要研究企业作为整体的功能与责任、所面临的机会与风险，重点讨论企业经营中所涉及的跨越如营销、技术、组织、财务等职能领域的综合性决策问题。

书籍目录

第一部分 战略导论 第1章 企业战略管理概述 1.1 战略含义 1.2 战略目标及实现过程 1.3 战略管理的内容
第二部分 战略分析 第2章 战略分析的理论工具 2.1 经验曲线 2.2 “BCG”矩阵 2.3 “7S”模型
第3章 战略环境分析 3.1 内部分析 3.2 外部环境分析 第三部分 战略选择 第4章 基本竞争战略 4.1 低成本战略 4.2 差异化战略 4.3 集中化战略 第5章 企业发展战略 5.1 一体化战略 5.2 多元化战略 5.3 国际化战略 5.4 并购、重组战略 第四部分 战略实施 第6章 战略实施 6.1 战略实施的原则与过程 6.2 战略实施与组织结构 6.3 战略实施与企业文化 第7章 战略评价与控制 7.1 战略评价 7.2 战略控制 参考文献

章节摘录

1.2.2企业目标核心结构 在企业使命和企业功能定位的基础上，企业战略目标可以按四大内容展开：市场目标、创新目标、盈利目标和社会目标。

并且，每一个目标又可以作如下分解，如图1-1： 1.市场目标 一个企业在制定战略目标时最重要的决策是企业市场上的相对地位，它常常反映了企业的竞争地位。企业所预期达到的市场地位应该是最优的市场份额，这就要求对顾客、对目标市场、对产品或服务、对销售渠道等做仔细的分析。

(1) 产品目标。

包括产品组合、产品线、产品销量和销售额等。

(2) 渠道目标。

包括纵向渠道目标，即渠道的层次，以及横向渠道目标，即同一渠道成员的数量和质量目标。

(3) 沟通目标。

包括广告、营业推广等活动的预算和预算效果。

2.创新目标 在环境变化加剧、市场竞争激烈的社会里，创新概念受到重视是必然的。

创新作为企业的战略目标之一，是使企业获得生存和发展的生机和活力。

在每一个企业中，基本上存在着三种创新：技术创新、制度创新和管理创新。

为树立创新目标，战略制定者一方面必须预计达到市场目标所需的各项创新，另一方面必须对技术进步在企业的各个领域引起的发展做出评价。

(1) 制度创新目标。

随着生产的不断发展，引起新的企业组织形式的出现。

制度创新目标即对企业资源配置方式的改变与创新，从而使企业适应不断变化的环境和市场。

(2) 技术创新目标。

这一目标将导致新的生产方式的引入，既包括原材料、能源、设备、产品等有形的创新目标，也包括工艺程序的设计、操作方法的改进等无形目标。

制定技术创新目标将推动企业乃至整个经济广泛和深刻的发展。

.....

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>