

<<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：9787561540770

10位ISBN编号：7561540779

出版时间：2011-12

出版时间：厦门大学出版社

作者：王丽杰

页数：426

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》是作者王丽杰在综合多年的教学与研究经验，并借鉴国内外众多最新理论和实务的基础上撰写而成的。

全书共分十二章，主要内容包括企业外部环境和内部条件分析，企业使命、愿景和战略目标的确定，企业战略类型，企业战略的选择、实施和控制，企业战略变革等内容。

《企业战略管理》的特点是将企业战略理论与企业战略管理实践相结合，将理论教学与案例分析相结合，体系结构严谨，资料丰富，语言生动，便于学生理解和掌握。

本书既可作为高等院校管理类专业学生的教材，还可供企业、政府等机构的领导者研究之用。

作者简介

王丽杰，1970年出生，先后获得吉林大学应用数学硕士学位，吉林大学企业管理专业博士学位。现任吉林大学商学院战略与运营管理系副教授、系书记、硕士生导师，从事企业管理领域的教学和科研工作。

多年来主讲过的课程有战略管理、管理学、供应链管理、运营管理、企业理论等，深受学生（本科生和MBA学生）评。

近几年公开发表过论文40多篇，独著和合著的管理类书籍10余本，主持和参加的项目20余项。

书籍目录

- 第一章 企业战略管理导论
 - 第一节 企业战略内涵和特征
 - 第二节 企业战略管理的重要性
 - 第三节 企业战略管理者与战略性思维
 - 第四节 企业战略管理的过程
 - 第五节 企业战略管理的理论学派
 - 第六节 中国企业战略管理面临的挑战
- 第二章 企业外部环境分析
 - 第一节 企业面临的宏观环境
 - 第二节 企业所在的行业环境
 - 第三节 竞争对手分析
- 第三章 企业内部条件分析
 - 第一节 企业资源基础
 - 第二节 企业内部能力状况
 - 第三节 企业的竞争优势
 - 第四节 价值链分析
 - 第五节 SWOT分析
- 第四章 企业使命、目标及社会责任
 - 第一节 企业愿景
 - 第二节 企业使命
 - 第三节 企业社会责任
 - 第四节 企业战略目标
- 第五章 企业公司层战略
 - 第一节 企业战略态势
 - 第二节 企业多元化战略
 - 第三节 企业一体化战略
- 第六章 企业竞争战略
 - 第一节 成本领先战略
 - 第二节 差异化战略
 - 第三节 集中化战略
 - 第四节 不同行业环境中的竞争战略
- 第七章 企业并购与战略联盟
 - 第一节 企业并购
 - 第二节 企业战略联盟
- 第八章 企业国际化战略
 - 第一节 国际化战略概述
 - 第二节 国际化战略的选择
 - 第三节 国际市场进入方式的选择
 - 第四节 中国企业国际化战略
- 第九章 企业战略的评价、选择与实施
 - 第一节 企业战略的评价
 - 第二节 企业战略的选择
 - 第三节 企业战略的实施
- 第十章 企业战略控制
 - 第一节 战略控制的概述

<<企业战略管理>>

第二节 战略控制原则、影响因素及类型

第三节 战略控制的过程

第四节 战略控制的方法和手段

第十一章 企业战略与组织结构

第一节 组织结构的类型

第二节 企业战略与组织结构的关系

第三节 企业战略与组织结构的发展模式

第四节 企业战略与组织结构的调整

第五节 企业战略与组织结构的创新

第十二章 企业战略变革

第一节 企业战略变革的内涵和动因

第二节 企业战略变革的类型和方式

第三节 企业战略变革的影响因素和实施

第四节 企业战略变革注意的问题

章节摘录

(三) 核心能力的形成 核心能力是企业内在的综合能力, 是企业在长期竞争过程中所形成的一种独特智慧, 它在形成过程中, 既会受到企业决策者及员工知识、能力和素质、技术力量、企业的经济实力和企业文化等内部条件的制约, 又会受到外部市场环境因素的影响。

一般而言, 企业核心能力的形成一般要经过以下三个阶段: 一是确认阶段。

企业首先应对其现有资源和竞争力及其在市场中的地位进行系统考察, 确认企业的核心能力。

确认标准主要有三个: 一是具有顾客可感知的价值; 二是具有专用性, 核心能力是企业差异化的有效来源, 是竞争对手难以模仿的; 三是具有延展性, 核心能力应当可以覆盖多个部门或产品, 能够提供潜在的进入市场的有效方法。

二是培养阶段。

核心能力一旦被确认出来, 企业就应该迅速地培养这种能力。

培养过程就是核心能力的形成过程。

首先是开发并获取构成核心能力的技巧、技术等各种要素, 为核心能力的形成打下坚实的基础。

此阶段的核心是获取最关键的技术和人才, 并争取时间捷足先登。

为了达到这一目标既可以通过企业内部资源的积累逐步实现, 又可以通过吸收外部资源的方式来实现。

其次是整合各种竞争力要素。

核心能力是由不同要素有机地联系在一起而形成的整体竞争实力, 核心能力要素的整合, 涉及企业内部管理的各个层面, 需要在多方面对管理工作进行整合。

三是扩展阶段。

在这里扩展有三个层面的含义: 一是将核心能力应用于最终产品或者市场的开发上; 二是借助核心能力开发中间产品; 三是发展并不断更新核心能力, 这是因为核心能力并不是一成不变的, 而是一个动态系统。

因此, 核心能力应该随着科学技术的进步和市场环境的变化而不断推进、丰富, 直至核心能力得到更新。

.....

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>