

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

图书基本信息

书名：<<通勤大学MBA 7经营战略>>

13位ISBN编号：9787801625618

10位ISBN编号：7801625617

出版时间：2003-01-01

出版时间：经济管理出版社

作者：(日)青井伦一

页数：216

字数：84000

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>

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

内容概要

经营战略课程是MBA基本教学计划课程最重要的课程之一。

在“市场活动”、“会计”、“财务”、“人力资源管理与组织行动”等MBA大纲的必修课中，经营战略也是综合了这些必修课的知识和技巧，是综合性科目。

战略（经营战略）是“市场活动”等MBA必修课所有知识和技术中最重要的课程。

它不仅是负责阵营和经营计划部门的人需要掌握的，而且，从提高公司全员水平这一点来说，是公司任何职员都不可缺少的。

本书从经营战略的定义入手，按照战略方案制定过程，简单易懂地讲解了经营战略的重点。

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

作者简介

青井伦一：庆应义塾大学商学院教授。

昭和44年（1969年）毕业于东京大学工学部。

50年（1975年）在东京大学研究生院经济大学研究科修完博士课程。

54年（1979年）获哈佛大学经营学博士学位。

平成2年（1980年）任庆应义塾商学院（大学研究生院经营管理研究科）教授。

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

书籍目录

第1章 什么是经营战略 1.经营战略的定义 2.经营理念 3.经营战略的决策·实施过程
第2章 经营环境的把握 1.SWOT分析 2.外部环境 3.内部环境 公司内部分析
第3章 事业范围的确立 1.事业范围的确立 2.核心能力
第4章 发展战略 1.产品—市场矩阵 2.产品、有价证券、管理 (PPM)
第5章 竞争战略 1.确立竞争优势的意义 2.行业分析“五要素分析”：Five Fores Analysis 3.优势矩阵 4.建立竞争优势的三个基本战略 5.价格连锁 (销售链) 6.战略定位
第6章 战略实施与管理 1.战略的实施 2.战略管理索引参考文献

<<通勤大学MBA 7经营战略>>

编辑推荐

阅读本书的读者应是实业家，他们将要学习在任何世界都通用的生动的经营法则和理论，从而提高自身的市场价值。

这本书决不只是在从事经营战略工作的人才需要学习的。

活跃在营业部、生产部、经理部等所有部门的商务人员都应本书的读者。

他们通过学习有关经营战略的基础知识和实际应用方法，掌握战略设计能力并在此基础上思考和行动，进而以此作为共同语言，使公司内部讨论更有深度，提高经营的成功率。

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>