

<<创新战略管理>>

图书基本信息

书名：<<创新战略管理>>

13位ISBN编号：9787801930835

10位ISBN编号：7801930835

出版时间：2004-5-1

出版时间：第1版 (2006年1月1日)

作者：谭劲松

页数：346

字数：320000

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>

## <<创新战略管理>>

### 内容概要

美国硅谷流传着这样一句格言：要不就去吃午餐，要不就成为别人的午餐。

本书提供的一些思路帮助读者考虑自己的定位，避免成为跨国公司的午餐，进而成功地走出去分享别人的午餐。

本书所收集的文章和案例都是近几年来谭劲松博士为国内一些主要商学院的高层经理班（EMBA）讲授战略管理和创业课程所陆续收集、整理和撰写的。

本书程度略高于一般战略管理教材，适合商学院常规MBA和高层经理班（EMBA）、高层管理培训，以及有初步战略管理知识的管理人员用。

为了帮助读者分析运用专题讨论文章中提出的理论和实际操作方法，本书收编了一些专门为中国MBA课程编写的案例，除了戴尔计算机公司在马来西亚战略投资，以及美国卡罗威高尔夫公司外，其他的都是中国的案例，希望可以帮助读者从更高的层次思考分析一些问题。

## 作者简介

谭劲松博士，出国前曾经下放农村，当过工人，做过大学教师。

1985年自费到美国留学，分别读过社会学博士和管理学博士。

曾任美国加利福尼亚州立大学哈利·布莱克比尔讲座教授，加拿大西安大略大学毅伟管理学院高级研究员，国内外数十所著名大学客座教授。

在国际著名学术刊物上发表过数十篇文章，国际主要管理学术刊物主编或评委。

## <<创新战略管理>>

### 书籍目录

第一章 战略管理 一、公司面对的新的竞争环境 二、竞争优势与公司内部评估 三、应对超强竞争：创业公司的战略框架 四、公司并购战略和心理准备 五、创业公司与大公司的战略联盟问题第二章 创新与科技管理有关战略问题 一、产品创新的战略思路 二、产品开发的过程管理 三、行业标准的战略问题 四、网络究竟对广告营销产生了什么影响第三章 模仿与创新的有关战略问题 一、模仿与创新的战略问题（一） 二、模仿与创新的战略问题（二） 三、先入者优势与“免费搭车效尖”（一） 四、先入者优势与“免费搭车效尖”（二） 五、韩国电子行业从仿造到创新的转型 六、韩国半导体行业从仿造到创新的转型 七、日本丰田如何使自己的核心竞争力难以模仿第四章 企业融资的选择 一、计算下一年中风险投资家的期望投资回报 二、风险投资在企业中要停留多久 三、计算退出年份的公司税后净收益 四、通过估计市盈率来确定公司在退出年的总价值 五、计算风险投资家的公司份额 六、总结第五章 企业家精神的理论模型：核心要素及其含义 一、创业观念：一种企业家的思维倾向 二、表现：绩效导向

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>