第一图书网, tushu007.com

<<集团管控之国际化管控>>

图书基本信息

书名：<<集团管控之国际化管控>>

13位ISBN编号：9787802341388

10位ISBN编号：7802341388

出版时间：2008-2

出版时间：中国发展

作者：白万纲

页数：260

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

洞悉企业帝国管控奥秘，分享集团公司管控实践！
每一个问题，全部来自作者的咨询实践。
每一个问题都有若干相关案例作为背景。
对于具体问题从流程、制度、方法、工具等角度进行系统阐述，构建了一个实操型的整体框架。
华彩的集团管控理论，以系统的整体行为出发点，通过对系统的输入和输出关系的研究，从外部去认识和把握系统的功能特性，探索其内部的结构和机理。
集团管控——这个崭新而蕴含了强大生命力的课题，不仅将引起国际管理学界的轰动，也必然成为未来集团化公司解决生存和发展之道的定海神针。

作者简介

白万纲，华彩咨询集团董事，工商管理博士。
曾任职国际咨询公司与多家集团型企业高层，有十余年的咨询经验。
目前担任中共中央党校国资委分校、浦东干部学院、国家会计学院、清华、北大、上海交大等学府的客座教授，国务院国资委和北京、上海、山东、江苏、天津等多个省市国资委、经贸委的管控顾问，同时还是多家超大型企业集团的独立董事。

他带领的咨询团队已为近300家集团型企业提供了母子公司管控咨询服务，包括中石油集团、中粮集团，中国移动通信、招商局集团、五矿集团、中国邮政、东风汽车集团、宝钢集团、中集集团、沙钢集团，广厦控股等。

个人专著：《咨询的力量》、《总裁制造》、《锻造高智商企业》、《母子公司管控109问》、《大国的崛起——国家管控》等。

管理系列音像教材：《母子公司管控系统篇》、《母子公司管控职能篇》、《总裁修炼》、《集团利润模式》、《母子公司管控十大问题》、《组织智商》、《国家管控》等。

书籍目录

第一章 企业国际化管控的七层次模型　第一节 生存发展空间模型　　国际化的进入战略　　国际化的市场定位　　国际化的团队建设　　国际化的文化建设　　国际化的风险控制　第二节 资源综合配置效应　　国际化是对资本和劳动力等生产资源的重新配置　　国际化是对产品市场资源的重新配置　　国际化是对品牌、管理经验、科学技术等　　宝贵知识资源的重新配置　第三节 内部发展梯次　第四节 复制优秀商业模式　　成功商业模式的三大特点　　优秀商业模式复制的复印机原理　第五节 输出产业优势　第六节 形成国家优势　　企业的国际化支撑国家优势　　企业制度创新决定企业内部规模经济的比较优势　　企业组织效率是国家层面上外部经济效应的中介　第七节 支持国家战略　国家战略及其经济功能　　国际化的国家战略意义(以义乌为例)　　专题央企“走出去”的管控对策　　“走出去”遭遇困惑　　“走出去”成为重要出路　　“走出去”困难重重　　“走出去”中的管控　　在管控中走得更好　小结　思考题第二章 国际化管控的战略与组织　第一节 国际化战略模式的国际比较　　美国企业国际化战略模式　　日本企业国际化战略模式　　韩国企业国际化战略模式　第二节 国际化战略管控的核心——一体化战略管控　　经营一体化战略的三大形式　　四大动因推动经营一体化战略实施　　经营一体化：优势与风险并存　　管理一体化：经营一体化实施的保证　第三节 国际化战略实施的战术选择　　低成本扩张　　收购与兼并　　新建工厂　第四节 建立国际化战略中国企业要闯四道关　　国际化的制胜法宝——提高质量　　国际化的必修课——当地法律　　国际化的无奈——摆脱后发劣势　　国际化的恪守——立足国内　第五节 国际化管控的组织　跨国公司组织结构的历史选择——网络组织模式　　如何构建国际化企业组织——以四家跨国公司组织构建为例　小结　思考题第三章 国际化经营管控　第一节 多层次全球经营目标确定　　五大要求　定位多层次全球经营目标　　确定多层次全球经营目标为目的的经营环境分析　　全球经营目标体系　第二节 多层次经营目标的实现　　六步实现多层次全球化经营目标　　实现多层次全球化经营目标的七大策略　第三节 经营活动控制　　经营活动控制保证经营目标实现　　经营活动控制机制　　业绩评价为经营活动控制提供标准　　增强控制有效性的三大措施　　专题中国企业的海外并购　　海外并购，痛并坚持着　　五大症结，解决问题关键　　逐一破解，心有余而力不足　　打造体系，国际化尽在掌握　小结　思考题第四章 国际化营销管控和品牌管控　第一节 国际化营销管控　　国际营销的组合策略　　国际营销的产品策略　　国际营销的价格策略　　国际营销的渠道策略　第二节 国际化品牌管控　　品牌塑造　　品牌管理　　品牌保护　小结　思考题第五章 国际化的财务管控　第一节 国际财务管控的整体框架　　国际筹资管理　　国际投资管理　　国际收益管理　　外汇风险管理　　国际转让定价　　国际并购理财　　国际理财环境　　国际理财目标　　国际理财方略　第二节 国际化财务战略管控　　国际化财务战略的边界　　国际化财务战略管理的五大原则　　国际化财务战略管控四因素模型　　九大策略支撑国际化财务战略实施　　多层次全球融资战略　第三节 集中化的现金管控　　现金集中化管理　　现金收付管理　　内部结算管理　　设立再开票中心进行合理避税　　确定合理的现金库存满足经营需求　第四节 外汇风险规避　　外汇风险识别　　外汇风险处理　小结　思考题第六章 国际化的人力资源管控　第一节 多视角观察国际化人力资源管控的特点　　视角一：人力资源管理体制方面　　视角二：引进机制方面　　视角三：培育机制方面　　视角四：激励和约束机制方面　第二节 国际化企业人事政策选择　　民族中心政策　　多中心政策　　全球中心政策　　地区中心政策　第三节 基于一体化与当地化的人才梯队建设　　多元化的选拔与招聘　　立足长远的培训与发展战略　　国际经理人员的战略性发展计划　第四节 国际化企业的绩效和激励　　绩效考核的有效方法——战略评价　　因人制宜的薪酬政策　小结　思考题第七章 国际化的文化管控　第一节 国际企业文化与霍夫史蒂德模型　　国际企业文化的七大特征　　霍夫史蒂德模型　第二节 国际企业文化冲突及整合　　国际企业文化的走向——是冲突还是融合　　文化认同推动文化融合　　国际企业文化管控的三大步骤　第三节 跨国经营中的跨文化管控　　文化差异：“广州标致”之解体　　文化冲突：深层诱因及负面影响　　跨文化管理：文化融合与成功运营　第四节 国际化经营的文化风险识别　　文化风险及其特征　　文化风险产生的六大根源　　从潜伏到创新的文化风险作用过程　　四个方面识别主要文化风险　小结　思考题第八章 国际化的横向管控——战略联盟管控　第一节 企业国际化战略联盟的七大模式　　跨国交换从而扩大市场式的联盟　　跨国并购式的联

盟　　中外技术合作式的联盟　　国际化购进品牌式联盟　　中外合资业态创新式的联盟　　跨国并购资源式联盟　　跨国公司同发展中国家企业间的一般联盟　第二节 战略联盟的形成与发展机制——日本东芝公司的　　联盟战略剖析　　多媒体时代的战略联盟　　战略联盟的组合和动态机制　第三节 国际战略联盟中文化冲突的管控策略　小结　思考题第九章 国际化与国家管控　第一节 企业国际化呼唤国家战略管控　　中国企业国际化中惨痛遭遇的启示　　美、日国家战略对本国企业国际化的推动　　中国企业国际化呼唤国家战略管控　第二节 国家管控体系与国家竞争力　　真正控制世界的是国家管控，而非市场经济　　国家大战略不能也无法替代国家管控　　国家建设必须以管控体系和能力的发展为目的　　国家决策和政治体系必须构筑在国家管控思考和　　国家管控规划之上　第三节 国家管控对中国企业国际化的意义　　国家管控将对中国企业的集团管控形成强力支撑　　国家管控将促进国家“走出去”战略的实施　小结　思考题

章节摘录

第一章 企业国际化管控的七层次模型　　第一节 生存发展空间模型　　无论是在发达国家或是发展中国家，当企业发展到一定阶段，都会积极寻求企业的国际化，这是由各国资源分布不均、企业寻求在国际间最优化资源配置导致的，也是经济全球化的必然结果。

国际化是世界经济发展的大势所趋，它是对各国资源在全球范围内的理新优化配置，从而在全球范围内起到提高经济效益的功能。

国际化是对资本和劳动力等生产资源的重新配置　　现阶段全球范围内存在严重的发展不平衡：发达国家有充足的资本，却面临市场饱和度高、劳动力成本高的难题；相反，很多发展中国家的情况则是人口密集、劳动力成本低、基础资源利用率低、资金缺乏、市场亟待开发。

国际化就可以利用不同国家之间生产资源的成本不同，降低生产和销售成本。

如越来越多的欧美发达国家的企业来华设厂生产，其中一个重要原因是中国有廉价的劳动力资源。

国际化是对产品市场资源的重新配置　　中国的纺织品占据了欧美纺织品市场的半壁江山，而欧美等发达国家的汽车同样在我国占有相当份额的市场，这就是产品市场这种资源在全球范围内的重新整合。

我国纺织品由于较低的生产成本而价格低廉，但是国内市场已经接近饱和，相对于国内居民的购买力而言，市场可开拓的空间有限，而欧美市场的纺织品价格相对于中国纺织品价格昂贵得多，同时发达国家的居民有相对较高的购买力，使得他们的市场更具吸引力，中国纺织品也更具竞争力；同样的，欧美国家的汽车产业的生产、装配技术也是我国在短时间内无法匹敌的，他们也正迎合了国内居民猛增的汽车需求。

产品市场资源的重新配置使得各国企业销路大开，从而有良好的业绩。

国际化是对品牌乙管理经验、科学技术等宝贵知识资源的重新配置　　包括品牌、技术在内的“软件”成为企业的灵魂，特别是对于掌握着具有排他性品牌和技术的企业。

在我国企业走向国际化的过程中，品牌、国际先进的管理经验和专业技术人才的交流是他们的目的之一，如中国联想集团收购IBM的个人电脑业务，联想获得的不仅仅是电脑本身，也因此提升了自己的品牌，获得了相关的技术，学习了科学的管理经验，甚至是IBM所带来的相关上的其他企业的资源。

媒体关注与评论

我们身处一个多元化时代，子公司遍布数十个国家，所以，公司架构和文化必须调和来自不同国度同事的期望和顾虑，我们思考的是，如何在中国式融通的哲学思维与西方管理科学的两大范畴之间，调和出一个适合管理和发展的坐标，然后再构建一个灵活的管控架构，发展企业精神，并保证今天的扩张不会成为明天的包袱。

——长江实业董事局主席李嘉诚　　过去，香港与内地政策不同，华润利用两地政策差异，建立的产业和模式是不可复制的。
现在，华润所做的新产业，力求可以复制到世界各地。
将来，华润可能成为一个在全球市场上拥有众多产业的大型公司，企业国际化成功了，才能成为世界级的公司。

——华润集团前任董事长宁高宁　　过去20多年我们是以中国对抗世界，什么都弄到中国来。
现在我们必须强调的是以全球看中国，以全球资源对抗全球，不是以中国资源对抗，是一种颠覆式的思维方式。
……所以中国企业必须在取势上有新的思维，使得企业成功的概率更大一些。

——长江商学院院长项兵　　在人们心中，往往将微软单纯地看作一家独立的公司。
实际上，凭借巨大的财富和无敌的威力，微软早已将势力扩大到整个信息产业，并极大地延伸到产业之外，形成了全球分布的、无所不至的强大帝国。
其合资、合伙或部分拥有的企业和全资拥有的企业数目已达数百家之具，而且几乎每个月都在不停地增加。

——IT产业专家 方兴东博士

编辑推荐

国务院国资委培训中心、三大国家会计学院隆重推荐！
集团管控，集团型公司竞争和扩张的核武库！
《集团管控之国际化管控》共分九个章节的内容，具体可归类为五大管控层级，即管控战略、管控组织、专项职能管控、横向管控机制、国际化与国家管控。

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