

<<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：9787811228939

10位ISBN编号：7811228939

出版时间：1970-1

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：谭开明，魏世红 著

页数：235

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>

前言

21世纪是变革的时代。

在这样的时代背景下，以全球化、信息化和产业结构调整为特征的中国企业，经过资产上的战略重组后，带给企业管理人员的不仅是对知识资本运作的思考，更重要的是知识经济观念的更新，这必然会对战略管理提出更高的要求。

企业界普遍承认，在激烈的市场竞争中企业要获得并保持其竞争地位，就必然要实施战略管理。

可以预见，战略管理必将成为我国企业新的管理焦点。

科学的管理，需要管理的科学。

战略管理是企业在制订和实施战略中作出的一系列决策和进行的一系列活动，由于其具有全局性、长远性、纲领性、动态性等特点，深受企业广泛关注。

它源于美国，之后推广到西欧、日本等地，迄今不过百年。

作为一门年轻的学科，战略管理正不断彰显着它的生机和活力。

随着全球经济一体化的发展以及我国对外开放的深化，企业战略管理开始在我国更广泛的社会经济领域发挥积极作用。

可以说，任何一个企业在生存和发展过程中，必须具备战略观念和意识，以此来指导企业实践，这样才能保持企业的长期繁荣与稳定。

本书正是适应这种需要而编写的。

本书以企业战略管理体系为依托，涉及企业环境分析、企业营销战略、企业CI战略、企业财务战略、企业人力资源战略等方面的内容；既介绍和吸收了国外一些最新的企业战略管理思想和技术，又力图反映当前中国企业战略管理的实践。

全书结构严谨，简明扼要，突出实用性。

在具体的管理工作中，本书介绍的概念、原则、特征等基本理论知识能够发挥指导作用。

在体例安排上，每章设有“观念应用”、“补充阅读资料”和“小思考”等栏目，帮助学生尽快理解书中的理论知识。

全书内容丰富、生动活泼，富有可读性和吸引力，不仅适合作为高校教学与培训的教材，亦可供各行各业管理者自学和参考。

本书由谭开明、魏世红担任主编，王肖竹、王玲、曹洪珍、许彩霞、邱瑛、黄涌波、靳晓光等同志参加了编写。

在写作过程中，编者力求在保证基本观点统一的前提下，突出特色。

全书完成初稿以后，由谭开明进行最后的统稿工作。

本书在编写过程中，借鉴了国内外许多有价值的文献，在此对相关作者表示衷心的感谢。

由于编者水平有限，加上时间仓促，书中难免有不足之处，敬请广大读者批评指正，以便不断修正完善。

<<企业战略管理>>

内容概要

作为一门年轻的学科，战略管理正不断彰显着它的生机和活力。随着全球经济一体化的发展以及我国对外开放的深化，企业战略管理开始在我国更广泛的社会经济领域发挥积极作用。

可以说，任何一个企业在生存和发展过程中，必须具备战略观念和意识，以此来指导企业实践，这样才能保持企业的长期繁荣与稳定。

《企业战略管理（第2版）》正是适应这种需要而编写的。

《企业战略管理（第2版）》以企业战略管理体系为依托，涉及企业环境分析、企业营销战略、企业CI战略、企业财务战略、企业人力资源战略等方面的内容；既介绍和吸收了国外一些最新的企业战略管理思想和技术，又力图反映当前中国企业战略管理的实践。

全书结构严谨，简明扼要，突出实用性。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1章 企业战略管理概论 / 1学习目标 / 11.1 企业战略管理基本概念 / 11.2 企业战略的构成要素与分类 / 81.3 企业战略的作用与任务 / 15本章小结 / 22知识掌握 / 23知识应用 / 24网上资源 / 25第2章 企业环境分析 / 26学习目标 / 262.1 企业外部环境分析 / 262.2 企业内部环境分析 / 38本章小结 / 47知识掌握 / 48知识应用 / 49网上资源 / 50第3章 企业战略管理过程 / 51学习目标 / 513.1 企业战略制订的基本原则 / 513.2 企业战略制订的程序与方法 / 533.3 企业战略的选择与实施 / 563.4 企业战略的评价与控制 / 68本章小结 / 71知识掌握 / 71知识应用 / 73第4章 企业发展战略 / 75学习目标 / 754.1 一体化战略 / 754.2 多元化战略 / 784.3 全球化战略 / 834.4 电子商务战略 / 864.5 虚拟经营战略 / 92本章小结 / 96知识掌握 / 96知识应用 / 98网上资源 / 100第5章 企业营销战略 / 101学习目标 / 1015.1 企业市场战略 / 1015.2 企业产品战略 / 1075.3 企业定价战略 / 1115.4 企业促销战略 / 1165.5 企业营销组合战略 / 120本章小结 / 123知识掌握 / 124知识应用 / 125网上资源 / 127第6章 企业CI战略 / 128学习目标 / 1286.1 企业CI战略管理的特点与意义 / 1286.2 企业CI设计战略 / 1316.3 企业CI战略实施 / 1376.4 企业CI战略的管理方法 / 141本章小结 / 145知识掌握 / 145知识应用 / 147网上资源 / 148第7章 企业财务战略 / 149学习目标 / 1497.1 企业财务战略概述 / 1497.2 企业筹资战略 / 1537.3 企业资金运用战略 / 1607.4 企业财务战略效益评估 / 164本章小结 / 169知识掌握 / 170知识应用 / 171网上资源 / 172第8章 企业人力资源战略 / 173学习目标 / 1738.1 企业人力资源战略概述 / 1738.2 企业人力资源开发战略 / 1788.3 企业人力资源战略的制订和实施 / 187本章小结 / 193知识掌握 / 193知识应用 / 195网上资源 / 196第9章 企业国际化经营战略 / 197学习目标 / 1979.1 国际化经营内容与环境的分析 / 1979.2 国际市场选择机制 / 2049.3 国际市场竞争战略 / 2089.4 现代企业国际化经营的策略选择 / 212本章小结 / 216知识掌握 / 216知识应用 / 218网上资源 / 219第10章 企业战略变革 / 220学习目标 / 22010.1 企业战略变革的必要性 / 22010.2 企业战略变革的影响因素分析 / 22510.3 企业战略变革的实施过程 / 228本章小结 / 231知识掌握 / 232知识应用 / 233网上资源 / 235主要参考文献 / 236

章节摘录

令竞争对手处于不利地位及受到威胁的智谋。

这种计谋是有准备和意图的。

例如，当企业知道竞争对手正在制订一项计划来提高市场份额时，企业就应准备增加投资去研发更新、更尖端的产品，从而增加自身的竞争力。

因此，战略是一种计谋，使之能对竞争对手构成威胁。

(3) 战略是一种模式。

有的学者认为，将战略定义为计划是不充分的，它还应包括由计划导致的行为，即战略是一种模式，是一系列行动的模式或行为模式，或者是与企业的行为相一致的模式。

“一系列行动”是指企业为实现基本目的而进行竞争、分配资源、建立优势等决策与执行活动。

它是独立于计划的。

计划是有意图的战略，而模式则是已经实现的战略。

从这个角度来看，战略可以区分为经过深思熟虑的战略和应急战略。

在经过深思熟虑的战略中，先前的意图得以实现；在应急战略中，模式的发展与意图无关。

(4) 战略是一种定位。

将战略作为一种定位，涉及企业如何适应所处环境的问题。

定位包括相对于其他企业的市场定位。如生产或销售什么类型的产品或服务给特定的部门，或以什么样的方式满足客户和市场需求，如何分配内部资源以保持企业的竞争优势。

战略的定位观认为，一个事物是否属于战略，取决于它所处的时间和情况。

今天的战术问题，明天就可能成为战略问题。

在细节可以决定成败的时候，细节就成为战略问题。

战略问题是确定自己在市场中的位置，并据此正确配置资源，以形成可以持续的竞争优势。

因此，战略是协调企业内部资源与外部环境的力量。

(5) 战略是一种观念。

从这个角度来看，战略不仅仅包含既定的定位，还包括感知世界的一种根深蒂固的认识方式。

这个角度指出了战略观念通过个人的期望和行为而形成共享，变成企业共同的期望和行为。

那么企业战略应如何定义呢？

根据理论界和企业界多数人的看法，企业战略可定义为：企业面对激烈变化、严峻挑战的环境，为求得生存和发展而作出的带有长远性、全局性的谋划或方案。

它是企业经营思想的体现，是一系列战略性决策的结果，又是制订中长期计划的依据。

这个定义包括了以下含义：(1) 企业战略是在市场经济条件下，企业面对激烈竞争、严峻挑战的形势下所作出的对策集合。

例如，西方国家一直实行市场经济，但只是在第二次世界大战后市场竞争日益激烈的条件下，企业才真正有了制订和实施战略的需要。

(2) 企业战略是企业为了长远生存和发展所作出的谋划。

显然，企业战略关系着企业的成败兴衰，决定着企业能否不断成长。

(3) 企业战略是一系列战略性决策的成果。

为了正确制订企业战略，企业必须从实际出发，正确地总结历史经验，深入地分析企业内外情况，科学地预测未来发展，绝不能靠主观设想或单凭过去经验来制订企业战略。

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>