第一图书网, tushu007.com

<<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：9787811235913

10位ISBN编号：7811235919

出版时间：2009-6

出版时间：清华大学出版社有限公司

作者：丁宁 编

页数：314

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

前言

本书第1版于2005年9月发行后，得到广大读者的认可，被许多院校选为教材使用；先后印刷5次，销售20000册之多。
本次再版除保留了原书的特色和风格外，一是对第1版中的案例及相关内容进行了修订，以适应时代的要求；二是采纳了一些高校教师提出的宝贵建议，对有些内容进行了重新整合，并增加了新内容。

在完成本书的过程中，得到了许多同仁的帮助。
他们为本书提出了许多建设性的意见和想法，特别是为本书案例研究直接提供了许多帮助。
同时，本书的出版得到了北京交通大学出版社吴嫦娥编辑以及该出版社的鼎力支持。
在此一并表示衷心的感谢。

由于时间紧迫，加之水平所限，书中错误遗漏之处敬请广大读者批评指正。
如果本书的再次出版能对广大读者有所裨益，我们则不胜欣慰。

内容概要

本书对企业战略管理的基本理论作了系统的阐述，具体介绍了企业战略管理的基本知识，企业环境分析，企业战略选择，企业战略制定、实施和控制。
本书的最大特点不仅体现在其清晰的脉络上，即企业战略的概念及其演进→企业战略分析→企业战略选择→企业战略实施，更重要的是，本书通过大量资料收集与整理而形成的大小案例始终贯穿于内容的主线，使全书通俗易懂，且颇具启发性。
　本书可以作为管理类的本科生、专科生及其他相关各层次学生的教材，也可以作为有关管理课程的参考教材，还可以供广大企业管理人员、科研人员及其他对管理知识感兴趣的人员学习和参考。

<<企业战略管理>>

书籍目录

第1篇 企业战略管理的基本知识　第1章 企业战略概述　导入案例　1.1 企业的远景与使命　1.2 企业战略　1.3 企业战略的层次　案例分析　本章思考题　第2章 企业战略管理与战略管理者　导入案例　2.1 企业战略管理　2.2 企业战略管理的5项任务　2.3 战略管理者　2.4 战略管理理论的发展与演变　案例分析　本章思考题第2篇 企业环境分析　第3章 企业外部环境分析　导入案例　3.1 环境的不确定性分析　3.2 企业宏观环境分析　3.3 企业行业结构分析　案例分析　本章思考题　第4章 企业内部环境分析　导入案例　4.1 企业的资源、能力与竞争优势分析　4.2 企业市场份额和市场地位分析　4.3 SWOT分析　案例分析　本章思考题第3篇 企业战略选择　第5章 企业竞争战略　导入案例　5.1 基本竞争战略　5.2 攻防战略　5.3 动态竞争战略　案例分析　本章思考题　第6章 不同行业竞争战略　导入案例　6.1 新兴行业中的竞争战略　6.2 成熟行业中的竞争战略　6.3 衰退行业中的竞争战略　6.4 分散行业的竞争战略　6.5 全球性行业的竞争战略　案例分析　本章思考题　第7章 企业跨国经营战略　导入案例　7.1 经济全球化与企业跨国经营　7.2 跨国经营战略环境分析　7.3 国际市场进入方式　7.4 国际化经营的战略类型　7.5 跨国公司的组织和控制　案例分析　本章思考题　第8章 企业成长战略　导入案例　8.1 密集型成长战略　8.2 一体化战略　8.3 多元化战略　8.4 企业实现成长战略的方式　案例分析　本章思考题第4篇 企业战略制定、实施和控制　第9章 企业战略制定与选择　导入案例　9.1 企业战略制定　9.2 战略选择　9.3 战略选择模型　9.4 企业战略选择的原则与战略选择误区　案例分析　本章思考题 第10章 企业战略实施　导入案例　10.1 企业战略与组织结构　10.2 企业战略与企业文化　10.3 战略实施与资源配置　10.4 战略实施的绩效管理　10.5 领导与战略管理　案例分析　本章思考题 第11章 企业战略控制　导入案例　11.1 管理控制基础　11.2 战略控制的过程　案例分析　本章思考题　第12章 战略管理咨询　导入案例　12.1 管理咨询服务　12.2 战略咨询服务　案例分析　本章思考题参考文献

章节摘录

第1篇　企业战略管理的基本知识　　第1章　企业战略概述　　在本章中，我们将要学习：
·企业远景、企业使命与相关概念　　·什么是战略、企业战略　　·企业战略的层次　　海尔战略与TCL思维　　无论从知名度、规模，还是制度建设方面，海尔与TCL都堪称中国家电业最成功的企业之一。
将这两家企业的战略选择放到一起，加以对比和研究，能够为更多的企业找到适合自己的发展道路提供借鉴。
下面从多元化发展战略的角度来分析。
　　海尔——从白色家电进军黑色家电。
　　TCL——从黑色家电向白色家电、通信进军。
　　海尔的发展战略，大致可以分为3个阶段。
　　第一个阶段是1984-1991年的名牌发展战略，只做冰箱一种产品，7年时间通过做冰箱，逐渐建立其品牌的声誉与信用。
　　第二阶段是1991-1998年的多元化产品战略，按照“东方不亮西方亮”的原则，从冰箱到空调、冷柜、洗衣机、彩色电视机，每1-2年做好1种产品，7年来重要家电产品线已接近完整。
　　第三阶段是从1998年迄今为止的国际化战略发展阶段，即海尔到海外发展。
如今海尔已涉足几乎所有的家电制造行业，并进入了相对陌生的手机制造业和金融、保险业，甚至医药行业。
　　TCL的多元化也可分为3个阶段。
　　第一阶段是20世纪80年代到90年代中期的原始积累，最初做电话机，并成功地通过资本重组并购杀入彩电业，初步塑造其品牌形象。

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