

《EMBA/MBA必修核心课程：经营战略（上下册）



书籍信息

版次：2

页数：605

字数：582000

印刷时间：2003年09月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787507821116

丛书名：EMBA/MBA必修核心课程

编辑推荐

系统介绍欧美MPA必修核心课程，准确阐述MPA必须牢固掌握的公共管理精髓要义依据欧美*权威、*通行的知识，囊括*普遍、*适用的方法。

MPA教育诞生于美国，在欧洲、北美一些发达国家中，MPA已有了超过半个世纪的办学历史，美国目前设MPA课程的院校有220多所，在读学员达3万多人。MPA的毕业生主要是去地方、州、联邦政府机构、非营利的公共组织（各种社会中介组织、基金会、协会等）、思想库或咨询公司中等，也有一些在企业的人事、行政部门工作。美国联邦政府中10%—20%的工作人员，公共政策领域中50%-60%的工作人员具有MPA或相近的学位。

内容简介

我们编译、编写的这套“EMBA/MBA必修核心课程”分为两辑。第一辑包括《经营战略》（CORPORATION STRATEGY）、《新产品开发》（NEW PRODUCTS DEVELOPMENT）、《市场营销》（MARKETING）、《生产作业》（PRODUCTION）、《采购》（PUR-CHASING）、《理财：资金筹措与使用》（FINANCE）、《人力资源：组织与人事》（HUMAN RESOURCE）、《管理方法》（MANAGEMENT METHODS）、《MBA必修核心课课程学习大纲（第一辑）》；第二辑包括《业务流程》（BUSINESS PROCESS）、《项目管理》（PROJECT MANAGENENT）、《合争》（COOPETITION）、《创业》（ENTREPRENEURENEURSHIP）、《情景案例》（CASEBOOK）、《会计》（ACCOUNTNG）、《企业股份制：中国规则》、《企业股份制：国际典范与全球比较》、《MBA必修核心课程学习大纲（第二辑）》。所依据的都是当今欧美工商管理各个领域最著名、最通行的教科书囊挺身而出工商管理最产遍、最适用的知识。系统研读这些教材，就会对MBA和EMBA核心民和修课程有一个比较全面的了解。（另外，我们还组织编写有”MBA/MPA必修公共课程。）

成就事业需要人才，优秀的工商管理人才需要接受一流的教育。实践证明，MBA和EMBA教育是当今世界培养职业企业家最完美的教育。一切有志于在企业界谋求发展并最终赢得成功的人士，都应该不失时机地夯实自己的知识根基。通过自学，掌握MBA和EMBA必修核心课程的基本内容，能让你茅塞顿开、恍然大悟，会使你获得一种全新的感觉，全新的视野，全新的理念，全新的境界，全新的体验。

我们编译、编写的这套“EMBA/MBA必修核心课程”分为两辑。第一辑包括《经营战略》（CORPORATION STRATEGY）、《新产品开发》（NEW PRODUCTS DEVELOPMENT）、《市场营销》（MARKETING）、《生产作业》（PRODUCTION）、《采购》（PUR-CHASING）、《理财：资金筹措与使用》（FINANCE）、《人力资源：组织与

人事》(HUMAN RESOURCE)、《管理方法》(MANAGEMENT METHODS)、《MBA必修核心课课程学习大纲(第一辑)》;第二辑包括《业务流程》(BUSINESS PROCESS)、《项目管理》(PROJECT MANAGEMENT)、《合争》(COOPETITION)、《创业》(ENTREPRENEURSHIP)、《情景案例》(CASEBOOK)、《会计》(ACCOUNTING)、《企业股份制:中国规则》、《企业股份制:国际典范与全球比较》、《MBA必修核心课课程学习大纲(第二辑)》。所依据的都是当今欧美工商管理各个领域最著名、最通行的教科书囊挺身而出工商管理最普遍、最适用的知识。系统研读这些教材,就会对MBA和EMBA核心课程有一个比较全面的了解。(另外,我们还组织编写有“MBA/MPA必修公共课程。”)成就事业需要人才,优秀的工商管理人才需要接受一流的教育。实践证明,MBA和EMBA教育是当今世界培养职业企业家最完美的教育。一切有志于在企业界谋求发展并最终赢得成功的人士,都应该不失时机地夯实自己的知识根基。通过自学,掌握MBA和EMBA必修核心课程的基本内容,能让你茅塞顿开、恍然大悟,会使你获得一种全新的感觉,全新的视野,全新的理念,全新的境界,全新的体验。

[显示全部信息](#)

目录

上册

第一篇 经营战略管理导论

第一章 经营战略管理

第二章 企业外部环境分析

第三章 企业内部条件分析

第四章 目标整合和战略制订方法

第五章 战略方案识别

第六章 战略选择

第七章 战略实施

第八章 战略控制

第二篇 竞争战略:一般性分析技术

第九章 竞争战略概述

第十章 行业的结构分析

第十一章 一般性竞争战略

第十二章 竞争者分析的结构

第十三章 竞争行动

第十四章 针对买方和供应商的战略

下册

第十五章 行业内的结构分析

第十六章 行业演变

第三篇 竞争优势的原则

第十七章 价值链和竞争优势

第十八章 成本优势

第十九章 差异化

第二十章 多样化

第二十一章 技术与竞争优势

第二十二章 企业核心能力

第二十三章 对竞争者的选择

第四篇 进攻性和防御性竞争战略

第二十四章 防御战略

第二十五章 向行业领先者进攻战略

第二十六章 国际化经营战略

第二十七章 战略联盟

参考文献

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)