

《战略管理：创建持续竞争优势(第二版)》

书籍信息

版次：2

页数：

字数：

印刷时间：2014年03月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787030399472

内容简介

《战略管理--创建持续竞争优势(第2版)》以资源学派为主线，融合战略管理其他主流学派的理论和方法，形成了本书明确而包容的基本框架和理论体系。本书包括战略与战略管理的基本概念、模式与过程，企业愿景、使命、目标的确定，企业外部环境及内部条件分析，包括业务战略和公司战略在内的企业基本战略，战略实施的基本问题，企业战略的评价、控制与转型等战略管理的完整内容，并结合丰富的案例、实例和思考分析题，阐释战略管理的实际应用。本书体例新颖，逻辑清晰，表述系统严谨而不失生动，以启迪战略思维、提供战略分析方法为宗旨，致力于提高读者进行战略分析、制定并实施企业战略的能力。

《战略管理--创建持续竞争优势(第2版)》既可作为本科生、研究生的教材和参考书，也可作为MBA教材和高级培训教材。

作者简介

孟卫东，男，生于1964年9月，博士，重庆大学教授，博士生导师，享受国务院政府特殊津贴专家，新世纪百千万人才工程*人选，重庆大学管理科学与工程一级学科负责人，重庆市管理科学与工程首批学术带头人，获2000年宝钢全国优秀教师奖以及2001年重庆“五四”青年奖章等称号。1985年毕业于上海交通大学船舶与海洋工程专业，获学士学位；1988年毕业于上海交通大学管理学院(现安泰管理学院)工业管理工程专业，获硕士学位；1991年毕业于上海交通大学管理学院工业管理工程专业，获博士学位，是该院该专业第一位博士学位获得者。1998~1999年，在美国伊利诺依大学香槟校区(UIUC)做国家公派高级访问学者，并多次到美国、加拿大、澳大利亚、中国香港等地进行学术交流。1991、年到重庆大学工商管理学院(现经济与工商管理学院)任教，1992年晋升为副教授，1997年晋升为教授。1993年任重庆大学工商管理学院副院长，1997年任重庆大学工商管理学院常务副院长，2003年任重庆大学财务处处长，2011年任重庆大学副校长。兼任教育部电子商务专业教学指导委员会委员、重庆大学中国企业改革与发展中心主任、重庆大学证券研究所副所长等职。主要研究领域为战略管理、区域经济发展、财务与金融。先后负责国家自然科学基金、国家社会科学基金重点项目、教育部“十五”人文社会科学规划项目等数十个项目的研究，出版教材、专著8部，发表论文200余篇。

目录

第一篇 战略分析

第1章 战略与战略管理导论

- 1.1 什么是战略
- 1.2 战略管理过程
- 1.3 突现战略
- 1.4 战略思维的模式
- 1.5 战略管理的相关概念
- 1.6 小结

附录 企业战略理论综述

第2章 外部环境分析

- 2.1 一般环境分析
 - 2.2 行业环境分析：环境威胁评价
 - 2.3 行业环境分析：环境机会评价
 - 2.4 五种力量模型的应用
- 第一篇 战略分析 第1章 战略与战略管理导论 1.1
什么是战略 1.2 战略管理过程 1.3 突现战略 1.4 战略思维的模式 1.5
战略管理的相关概念 1.6 小结 附录 企业战略理论综述 第2章 外部环境分析
2.1 一般环境分析 2.2 行业环境分析：环境威胁评价 2.3
行业环境分析：环境机会评价 2.4 五种力量模型的应用 2.5 小结 附录1
外部因素评价矩阵 附录2 战略群组分析 第3章 内部条件分析 3.1
内部分析框架的理论根源 3.2 内部分析框架：VRIO 3.3 价值链 3.4
内部分析的基本框架及其应用 3.5 SWOT分析的进一步讨论 3.6 小结 附录
内部因素评价矩阵
- 第二篇 业务战略 第4章 成本领先战略 4.1 成本领先战略概述
4.2 成本领先战略的基本逻辑 4.3 成本优势的建立 4.4
成本领先战略的价值、适用场合与风险 4.5 成本领先战略的组织与实施 4.6
小结 第5章 产品差异化战略 5.1 产品差异化战略的基本逻辑 5.2
产品差异化的建立 5.3 产品差异化战略的价值、适用场合与风险 5.4
产品差异化战略的组织与实施 5.5 综合成本领先 / 产品差异化战略 5.6 小结
第6章 聚焦战略 6.1 聚焦战略的基本逻辑 6.2 聚焦战略的类型 6.3
聚焦战略的实现途径 6.4 聚焦战略的价值、适用场合与风险 6.5
聚焦战略的组织与实施 6.6 小结 第7章 动态竞争战略 7.1 动态竞争战略概述
7.2 动态竞争战略的基本逻辑 7.3 动态竞争优势的建立 7.4
动态竞争战略的组织与实施 7.5 小结 第三篇 公司战略 第8章 纵向一体化战略
8.1 纵向一体化战略概述 8.2 纵向一体化战略的动因与价值 8.3
纵向一体化战略的组织与实施 8.4 小结 第9章 多元化战略 9.1 多元化战略概述
9.2 多元化战略的动因与价值 9.3 多元化战略的组织与实施 9.4 小结 第10章
合作战略 10.1 合作的概念与“合作问题” 10.2 合作战略的基本类型 10.3
企业实施战略联盟的动因 10.4 战略联盟的主要类型 10.5
战略联盟的治理与管理 10.6 小结 第11章 并购战略 11.1
并购战略与公司战略的关系 11.2 并购战略的动因与价值 11.3
并购战略的组织与实施 11.4
案例分析：“四原则”下的并购——北一机床并购德国科堡公司 11.5 小结 第12章
国际化战略 12.1 国际化战略的动机与类型 12.2 国际化战略的风险 12.3
国际市场进入模式 12.4 国际化战略的组织与实施 12.5 小结 第四篇

战略实施与控制 第13章 战略实施的基本问题 13.1 战略实施的基本模式及过程
13.2 公司治理与战略实施的关系 13.3 组织结构与战略实施 13.4
企业文化与战略实施 13.5 企业家精神与战略实施 13.6 小结 第14章
企业战略的评价、控制与转型 14.1 战略评价 14.2 战略控制 14.3 战略转型
14.4 小结 参考文献
[显示全部信息](#)

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)