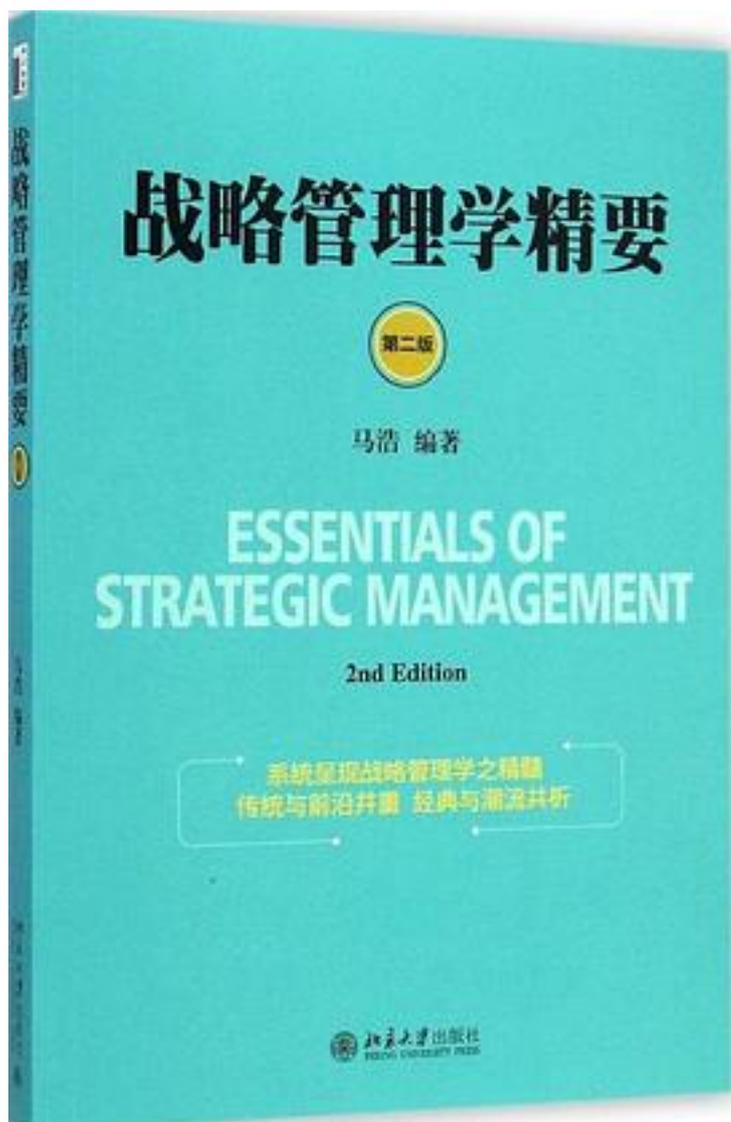


战略管理学精要(第二版)



[战略管理学精要\(第二版\) 下载链接1](#)

著者:马浩

出版者:北京大学出版社

出版时间:2015-1-1

装帧:平装

isbn:9787301251089

什么是战略？战略管理的境界是什么？

在移动互联网时代，战略管理面临哪些重要挑战？

如何理解战略管理与商业模式创新之间的关系？

《战略管理学精要（第二版）》告诉你所有答案。

作者介绍:

马浩，美国得克萨斯大学管理学博士，现任北京大学国家发展研究院管理学教授兼MBA学术委员会主任。主要研究领域是战略管理以及相关的企业经营管理问题。

目录: 第一部分战略导论：战略概念、高管团队与战略管理

第一章战略概念：常见定义与主要特点

第一节战略的定义

第二节战略的层级

第三节战略的主要特点

第四节战略的基本准则

第二章高管团队：角色定位与技能组合

第一节管理者的定义与要务

第二节管理者的角色与特点

第三节管理者的技能

第四节有效管理者的特点

第五节作为战略管理者的企业高层管理团队

第六节管理者到底有多大作用

第三章战略管理：终极目的与实践过程

第一节战略管理的最终目的在于取胜

第二节战略管理的评判标准：企业经营绩效

第三节战略管理过程

第四节本书选材思路与章节预览

第二部分战略分析：总体范式、外部环境与内部实力

第四章总体范式：战略分析的基本框架

第一节战略分析的功能

第二节源自哈佛商学院的战略分析框架

第三节SWOT分析之精髓

第四节战略分析的总体范式

第五节企业的使命与远见

第六节战略目标体系

第五章外部环境：宏观环境与任务环境

第一节战略管理的环境分析

第二节企业的宏观环境分析

第三节广义产业分析：产业分类法

第四节产业组织经济学：“结构—行为—绩效”范式

第五节产业结构分析：波特五力分析框架

第六节产业内结构分析：细分市场与战略群组

第七节竞争对手分析：对手肖像

第六章内部实力：资源能力与组织体系

第一节资源与能力

第二节资源本位企业观

第三节资源与能力分析：一个基本分析框架
第四节资源独特性的进一步探讨：模仿与替代
第五节资源本位企业观与产业分析理论的关系
第六节组织体系：组织结构与企业文化
第三部分战略应用：公司战略、业务战略与商业模式
第七章公司战略：经营范围与管理逻辑
第一节公司战略的任务
第二节经营领域与业务范围
第三节纵向一体化：实质、动机、评价与管理
第四节多元化战略：动因、路径、方向与绩效
第五节多元化战略的管理：理论与方法
第八章业务战略：基本类型与竞争动态
第一节业务战略的任务与研讨
第二节基本竞争态势：迈尔斯与斯诺的战略分类法
第三节基本竞争战略：波特的战略类型
第四节竞争动态与竞合博弈
第五节超级竞争与蓝海战略
第六节竞争优势的种类与特点
第九章商业模式：系统思维与价值创新
第一节战略管理回溯：从企业政策到商业模式
第二节商业模式要素：价值主张与盈利机制
第三节商业模式思维：互联网与生态系统
第四节商业模式设计：价值球、平台和通道
第五节商业模式更替：创新机制与退出战略
本书终语
• • • • • [\(收起\)](#)

[战略管理学精要\(第二版\)_下载链接1](#)

标签

战略管理

企业管理

战略

评论

2019年 读过 #38 集合、梳理了各个不同战略管理著作的理论
作为教科书有很好的借鉴意义 强调了战略中外部环境和企业内部情况的结合

有较多商业例子对理论加以佐证 但如果有长篇完整的商业案例会更夯实 另
也补充了不少互联网经济下的新商业模式的介绍与分析 不过仅能作为一般了解阅读

相当于一个战略管理理论的文献综述，侧重于战略分析、选择和商业模式。条例清晰，
适合入门。

[战略管理学精要\(第二版\) 下载链接1](#)

书评

[战略管理学精要\(第二版\) 下载链接1](#)