

战略管理



[战略管理 下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2009-2

装帧:

isbn:9787111248668

《战略管理：动态观点》旨在将战略管理领域已成形的、最新的观点全面深刻地呈现在读者面前，并运用了一种崭新的工具——基于动态的视角审视动态环境与企业，提出竞争优势的内外部驱动力量整合的观点，同时在战略制定与实施之间建立了紧密的关联，并将战略型领导（各个管理层级）的角色显性地融入战略制定与实施之中。动态视角下的战略为学生提供了一种在内部资源和能力，不断变化且变化速度日益加快的外部条件，以及企业乃至产业生存与赢利性这三者之间建立关联的工具。

作者介绍:

梅森·卡彭特（Mason A. Carpenter），卡彭特教授在加州州立大学（洪保德校区）与哥本哈根大学获得了企业管理学士学位，在加州州立大学（贝克斯菲尔德校区）获得工商管理硕士学位。他还在法国的波尔多大学葡萄酒酿造专业完成了研究生的学习。在位于奥斯汀的得克萨斯大学获得战略管理专业的博士学位之前，他曾经在银行业、咨询业、软件开发行业任职。他的研究方向包括公司治理、高层管理团队和跨国企业的战略管理，并在《战略管理杂志》、《管理学术期刊》、《管理学术评论》、《高层管理者学术期刊》、《管理杂志》和《人力资源管理》等期刊上发表文章。他现任《管理学术期刊》、《管理学术评论》、《管理杂志》、《战略管理教育期刊》和《组织科学》的编辑组成员。他曾被MBA学生评选为“年度教授”，并在《商业周刊》的MBA调查中获得最受欢迎教授之一的称号。他最近获得了商学院拉尔森优秀教学奖以及威斯康星大学史泰格（Emil H. Steiger）卓越教学奖。杰瑞德·桑德斯（Wm. Gerard Sanders），桑德斯是杨百翰大学麦里特（Marriott）商学院的一名副教授，现任组织领导与战略系主任。他在位于奥斯汀的得克萨斯大学获得了战略管理专业的博士学位。1996年，桑德斯教授到杨百翰大学任职，教授战略管理课程，他还曾做过宾夕法尼亚州立大学的访问教授。他的研究方向主要是公司治理及其对企业战略与绩效的影响。他在《管理学术期刊》、《战略管理杂志》、《管理杂志》、《人力资源管理》等期刊上发表过多篇文章。他关于股票期权支付的影响的研究成果发表于《纽约时报》、《经济学家》、《商业周刊》、《CFO》以及《美国公用无线电市场》等报刊上。桑德斯教授现任《管理学术期刊》的编辑组成员。2001年，他获得了麦里特商学院加瑞特（J. Earl Garrett）奖，2003年他又获得了学校的青年学术奖。在开始研究生学习之前，桑德斯博士曾在业界从事商业地产的融资与并购。

目录: 译者序 作者简介 前言 第1部分 动态环境中的战略和战略领导 第1章 战略管理引论1 1.1 三条主线3 1.2 什么是战略管理4 1.3 战略的制定和实施6 1.4 什么是竞争优势12 第2章 愿景、使命与战略领导17 2.1 战略领导18 2.2 战略领导的印记：愿景和使命25 2.3 战略意图和战略一致性29 2.4 利益相关者与利益相关者分析30 2.5 伦理、偏见和战略决策的制定34 第2部分 战略的内外部环境 第3章 内部环境：资源、能力与活动43 3.1 战略的内部驱动因素与竞争优势44 3.2 资源和能力47 3.3 动态能力52 3.4 价值链54 3.5 战略领导：将资源和能力与战略联接57 第4章 外部环境：宏观环境与产业动态演化62 4.1 战略的外部环境64 4.2 宏观环境65 4.3 产业分析68 4.4 外部环境的动态特征79 4.5 运用情景分析方法预测未来83 第3部分 经营战略、公司战略与全球战略第5章 经营战略89 5.1 经营战略引言90 5.2 战略的类型——寻找一个有效的定位91 5.3 战略定位的经济驱动因素95 5.4 成功的竞争性定位的威胁100 5.5 战略对产业环境的适应性103 5.6 检验一个战略的质量105 第6章 动态环境中的经营战略110 6.1 战略与动态环境111 6.2 持续竞争优势面对的挑战112 6.3 经营战略与竞争互动113 6.4 应对产业演变的战略119 6.5 应对技术变革的战略121 6.6 动荡与超强竞争环境下的战略125 6.7 制定并实施动态战略129 第7章 公司战略135 7.1 公司战略136 7.2 多元化的经济逻辑：协同139 7.3 范围和多元化的形式143 7.4 谁应该拥有这些事业146 7.5 竞争优势和公司战略147 7.6 稳定和动态环境下的公司战略148 第8章 国际化战略155 8.1 国际化战略156 8.2

国际化战略和竞争优势158 8.3 跨国扩张的工具164 8.4 国际化战略布局168 8.5
在稳定或动态环境下的国际化战略171 第4部分 新趋势下的战略工具 第9章
联盟与合作177 9.1 战略联盟178 9.2 联盟的形式与结构180 9.3 为什么结盟181 9.4
作为战略工具的联盟184 9.5 稳定和动态环境中的联盟189 9.6 如何使联盟获得成功190
第10章 合并和收购199 10.1 合并和收购的动机200 10.2 合并、收购与战略202 10.3
合并和收购的类型205 10.4 定价与溢价207 10.5 收购过程210 10.6 整合和实施收购212
10.7 在不同产业环境中的收购214 第5部分 动态环境下的战略实施、新事业和公司治理
第11章 战略实施工具219 11.1 战略制定与战略实施之间的相互依赖220 11.2
战略实施工具224 11.3 战略领导与战略实施233 11.4
全球化企业和动态环境中的战略实施工具235 第12章 新事业和公司复兴244 12.1
从新企业创建到公司复兴245 12.2 创业和创业过程246 12.3
新企业创建和公司新事业开发248 12.4 首次公开发行和管理专业化251 12.5
为什么组织会失败253 12.6 战略变革和组织复兴258 第13章 21世纪的公司治理265 13.1
什么是公司治理266 13.2 公司治理和竞争优势267 13.3 所有权和所有者的作用271 13.4
董事会272 13.5 高层管理者的薪酬275 13.6 公司控制权市场279 13.7
世界各国公司的治理概况280 第6部分 案例研究案例讨论的准备287 案例1
凯玛特——零售巨人的倒下289 案例2 奥美全球公司的夏洛特·比尔斯299 案例3
三联马场312 案例4 一级方程式赛车车队319 案例5 爱得华王子岛果酱有限公司330
案例6 家乐福和沃尔玛：全球零售业主导地位之争338 案例7 中国的烟花产业360 案例8
空中客车——从挑战者到领导者367 案例9 麦当劳和麦咖啡计划376 案例10
可口可乐在中国的再次进入和成长战略382 案例11
富士施乐与施乐公司：扭转的局势？390 案例12 惠普-康柏合并的故事400 案例13
实施平衡计分卡，促进公司学习——保时捷公司410 术语表416
· · · · · · ([收起](#))

[战略管理 下载链接1](#)

标签

深圳图书馆

战略管理

企业管理

管理

评论

新的观点，对于现在的快速发展的中国特别有意义

[战略管理_下载链接1](#)

书评

[战略管理_下载链接1](#)