

MBA精选教材译丛

Mc
Graw
Hill

Education

MANAGEMENT
THE NEW COMPETITIVE LANDSCAPE

[第6版]

管理学 新竞争格局

托马斯·S. 贝特曼(Thomas S. Bateman) 著
斯考特·A. 斯奈尔(Scott A. Snell) 著
王雪莉 译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

MBA精选教材译丛

托马斯·S. 贝特曼(Thomas S. Bateman) 著
斯考特·A. 斯奈尔(Scott A. Snell)
王雪莉 译

[第6版]

管理学 新竞争格局

MANAGEMENT
THE NEW COMPETITIVE LANDSCAPE



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记图字:01-2005-2680

图书在版编目(CIP)数据

管理学:新竞争格局(第6版)/(美)贝特曼(Thomas S. Bateman)等著;王雪莉译.—北京:北京大学出版社,2007.3

(MBA 精选教材译丛)

ISBN 978-7-301-11609-8

I. 管… II. ①贝… ②王… III. 管理学-研究生-教材 IV. C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 016945 号

Thomas S. Bateman, Scott A. Snell

Management: The New Competitive Landscape

ISBN 0-07-253865-1

Copyright © 2004 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and Peking University Press.

本书中文简体字翻译版由北京大学出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

书 名: 管理学:新竞争格局(第6版)

著作责任者: 托马斯·S. 贝特曼 斯科特·A. 斯奈尔 著 王雪莉 译

责任编辑: 贾米娜 张 燕

标准书号: ISBN 978-7-301-11609-8/F·1548

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: em@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926 出版部 62754962

印 刷 者: 北京汇林印务有限公司

经 销 者: 新华书店

850 毫米×1168 毫米 16 开本 44.5 印张 1111 千字

2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

印 数: 0001—5000 册

定 价: 76.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

作者简介

托马斯·S. 贝特曼

弗吉尼亚大学McIntire商学院美洲银行讲席教授和管理领域协调人,也是活跃的管理研究者、作家和管理顾问。贝特曼博士现在的咨询和研究集中于美国、中欧、东南亚的企业家,内部激励,以及长期工作目标的实现。他现在正与诺基亚、新加坡航空、Quintiles和USPS等公司密切合作。他是几家主要学术期刊的编委会成员,并在专业会议上宣读了许多论文,题目涵盖管理决策、工作压力、谈判、员工承诺和激励、群体决策和工作满意度。

斯考特·A. 斯奈尔

康奈尔大学工业和劳动关系学院人力资源系教授,主要为本科生、研究生和高层经理讲授人力资源管理、管理学和战略管理课程。他积极参加高层经理培训项目,还在欧洲和亚洲以及澳大利亚和新西兰承担过国际培训项目。

译者简介

王雪莉

清华大学经济管理学院人力资源与组织行为系副教授、系代主任。

MBA精选教材译丛

管理学：新竞争格局（第6版）

Management: The New Competitive Landscape

Thomas S. Bateman, Scott A. Snell

战略管理：概念与案例（第14版）

Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage (Concepts and Cases)

Arthur A. Thompson, Jr., A. J. Strickland III,
John E. Gamble

财务管理分析（第8版）

Analysis for Financial Management

Robert C. Higgins

产品管理（第4版）

Product Management

Donald R. Lehmann, Russell S. Winer

战略管理（第2版）

Strategy and the Business Landscape

Pankaj Ghemawat

译者序

从2000年翻译贝特曼和斯奈尔的《管理学》(第四版)至今已经近七年了,从第四版、第五版,直到现在的第六版,在翻译的过程中,同样是教师的我,深为作者持续改善的精神所感动。每个新版都有1/3左右的内容是与时俱进的,无论是新的概念、理论、方法和工具,还是管理实践中的新变革、新主张,都不不断地被收进这本教材。我想这本教材的长盛不衰也证明了最早选择这本《管理学》的编辑和教师的眼光与远见。

两位作者的背景很引人注目,除其所在大学在工商管理教育方面的良好声誉外,他们都既担任一大批管理方面学术期刊的编委,又从事着与实践密切相关的咨询和高层管理者培训工作,这就使本书具备了两个鲜明的特点:(1)体系完整,主线突出。就如本书的副标题所言,全书围绕竞争优势的四个来源:质量、成本、创新和速度展开,又按照管理学的理论框架,分不同职能介绍,整本教材内容完整,但又紧扣竞争优势的主线。(2)内容新颖实用,时代感强。本书涉及了相当一批管理理论和实践中最新的观点、概念和做法,如反应型组织、学习型组织、跨职能团队、网络组织、新企业等。教材中的一些图表对现代企业经营者的管理观念更新也会有所帮助。每章后的实践练习相信是教师最喜爱的部分,可以直接用于课堂组织,也会使MBA学生在灵活的教学形式中更准确、更深刻地理解概念和观点。案例部分充分体现了灵活性,既有涉及多方面问题的一体化案例,也有与每章内容密切相关的综合案例,还有案例小品,篇幅有长有短,内容非常有针对性,比一般见到的那种大而全式的案例更便于学习,更容易激发讨论。总之,这本教材既能帮助教师有效地安排课程内容,又能使MBA学生和对管理感兴趣的职业经理人学到最新的来自实践的方法,是一本如作者所言的“新一代”的管理学教科书。

在翻译已经不作为教师工作成绩考量的今天,本书的翻译更是一项艰苦的工作。整个翻译过程得到相当多的支持和帮助:尤其感谢在新旧版对照修改的过程中,我的学生刘文雯、闫新建、尹志远、王天璐所做的大量烦琐而细致的工作;更要感谢本书的编辑张迎新、贾米娜和张燕,她们的细心和职业精神令人钦佩;还要感谢一些使用本书前版作为教材的同行们,对于翻译中的不当之处总是和我及时沟通。虽然希望最终整个译稿准确、流畅,但由于水平有限,一定仍会有错误或不当之处,恳请读者批评指正,并予以谅解。

王雪莉

2007年2月于清华园

关于作者

托马斯·S. 贝特曼

托马斯·S. 贝特曼(Thomas S. Bateman)是弗吉尼亚大学 McIntire 商学院美洲银行讲席教授和管理领域协调人。在加入这所学校之前,他在北卡罗来纳大学 Kenan-Flagler 商学院为本科生、MBA 学生、博士生和实务界管理人员讲授组织行为学。他刚从世界最优秀的高层管理人员培训设计和实施机构之一的管理发展学院(IMD)做了两年访问教授回来。贝特曼博士 1980 年在印第安纳大学获得博士学位,在此之前,他在迈阿密大学获得学士学位。除了在弗吉尼亚、北卡罗来纳大学和 IMD 的教学外,贝特曼博士还曾经在得克萨斯农工大学、杜兰大学和印第安纳大学任教。

贝特曼博士是活跃的管理研究者、作家和管理顾问。他是几家主要学术期刊的编委会成员,并在专业会议上宣读了许多论文,题目涵盖管理决策、工作压力、谈判、员工承诺和激励、群体决策和工作满意度。他的文章见于一些专业期刊,如 *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Journal of Applied Psychology*, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *Journal of Management*, *Business Horizons*, *Journal of Organizational Behavior*, *Decision Sciences* 和 *Financial Times Mastering Management Journal* 等。

贝特曼博士现在的咨询和研究集中于美国、中欧、东南亚的企业家,内部激励以及长期工作目标的实现。他现在正与诺基亚、新加坡航空、Quintiles 和 USPS 等公司密切合作。

斯考特·A. 斯奈尔

斯考特·A. 斯奈尔(Scott A. Snell)是康奈尔大学工业和劳动关系学院人力资源系教授。他在迈阿密大学获得心理学学士学位,在密歇根州立大学获得 MBA 和博士学位。斯奈尔博士主要为本科生、研究生和高层经理讲授人力资源管理、管理学和战略管理课程。他积极参加高层经理培训项目,还在欧洲和亚洲以及澳大利亚和新西兰承担过国际培训项目。

斯奈尔教授曾与 AT&T、通用电气、IBM、默克和壳牌等公司合作解决人力资源系统与战略先导行为(如全球化、技术变革和知识管理)之间的一致性问题。他的研究和教学兴趣在于领先公司如何管理员工以获得竞争优势。这项工作聚焦于组织核心能力的基础——智力资本的开发和使用。

斯奈尔博士的研究成果在许多专业刊物上发表,包括 *Academy of Management Journal*, *Academy of Management Review*, *Human Resource Management*, *Human Resource Management Review*, *Industrial Relations*, *Journal of Business Research*, *Journal of Management*, *Journal of Managerial Issues*, *Journal of Management Studies*, *Organizational Dynamics*, *Organization Studies*, *Personnel Psychology* 和 *Strategic Management Journal*。除本书外,斯奈尔博士还是《管理人力资源》(*Managing Human Resource*)一书的作者之一,同时他还是 *Journal of Management Issues*, *Digest of Management Research*, *Human Resource Management*, *Human Resource Management Review*, *Human Resource Planning* 和 *Academy of Management Journal* 的编委会成员。

前 言

新经济终于到来了,美国公司对为美国和世界其他地区带来繁荣功不可没。在过去的几年里,随着技术和全球化的巨大发展和进步,一些企业经营者成功了,实现了他们的梦想,而其他旧经济的典型则失败了,被远远落在后面。

不,等等:那只是世纪之初,仅仅几年前。在我们写这本书时,情况很不一样了。技术泡沫破碎了,整个世界的经济发展放缓,许多曾经辉煌的公司都破产了,一些高层主管出丑、被逮捕,面临牢狱之灾。人们不仅不相信大公司,而且义愤填膺,于是改革开始了。虽然许多新经济公司失败了,那些代表旧经济的公司却活了下来,而且看上去是使世界性衰退有所转变的关键。

企业环境像钟摆一样从一极走向另一极。当你读到这本书的时候,情况也许又发生了变化。变化可能是今天辉煌的公司开始衰败,或者是今天努力挣扎或开始创意的公司再度辉煌。

对于你——企业的管理者,不确定性是最确定的事情。没有人知道会发生什么,或者为了成功的未来要做什么。运气和好的环境可以帮助公司(和个人)获得短期成功,但长期来讲,好的管理是最根本的。

幸运的是,你能学到有关如何管理的知识,我们从已经成功或失败的企业那里学到很多,企业界中由大量的管理实践不断得出的经验以及可靠的研究,都能帮助我们发现什么可行、什么不可行,帮助我们从错误中学习,并发现管理者可以使用的、最重要的经验和最有用的实践。我们希望 you 不仅通过阅读还通过实践来应用它。

好的管理者不仅适应变化,还要超越变化,同时应用已知的、优秀的管理实践。本书接下来的章节将帮助你理解企业界发生了什么样的变化,并给你一些以实践为基础、有用的基本经验,这些经验能带给你我们希望一直都会有用的想法和观念。一些是如何在决策和行动前评估正在发生变化的环境的技术,另一些则是在任何情况下都重要的基本做法。

这本书和你所上的课将帮助你面对变化世界中的管理挑战。它将帮助你发现对于你自己、你的同事、你所服务的组织来说,什么是重要的,帮助你制定好的决策,并采取有效的行动。

我们的目标

在本版中我们的主旨与以前的版本没有不同：知晓、指导和鼓励。我们通过描述现代管理的重要概念和实践使你知晓。我们通过描述你如何对所讨论的创意采取行动进行指导（换句话说，你将学到实践应用，以使你能以个人和组织都受益的方式有效工作）。我们希望不仅仅通过积极、有趣和乐观的文字来鼓励你，而且通过使你真实感受到面前的无限机遇而受到鼓励。不管你的目标是自己开公司、领导一个卓越的团队、建立一个强大的组织、使你的顾客满意，还是只是面向未来，我们都想鼓励你采取积极的行动。

我们希望鼓励你既成为思考者，又成为行动者。我们希望你思考问题，思考如何成为更好的管理者，思考你的行为带来的影响，三思而行。但只做好的思考者是不够的，你必须也成为行动者。管理是行动的领域，这个领域需要及时、恰当的行动，这是为那些渴望主动，而不是被动完成者提供的空间。

我们也希望鼓励你不断学习，不断应用你在课程中学到的思想，从课程外了解管理，当然还要在离开学校从事你的事业时不断学习管理。学习管理是持续数年、贯穿整个事业生涯，甚至整个人生的个人旅程。这一点请不要弄错了。

竞争优势

今天的世界是高度竞争的。工作从来不曾这样有挑战性，学习管理技能对事业发展从来不曾这样迫切，人们也从来不曾面对这么多有潜在回报的机遇。

你要与其他人竞争工作岗位、资源和晋升机会。你的组织要与其他企业竞争合同、客户和消费者。在竞争中生存并获胜，你必须比竞争对手做得更好，使对方雇用你，向你购买，成为你的老顾客。你希望他们选择你，而不是选择你的竞争对手。

为了生存和获胜，今天的管理者必须战略性地思考和行动。今天的顾客是有知识的，知道他们的选择并要求卓越。因此，管理者必须不断思考如何构建优秀的人力资源队伍并以为顾客创造最佳价值的方式提供产品与服务。

管理者和组织必须按照这个标准去做。从成本、质量、速度和**创新**四个方面可以判断组织比竞争者更强、一样还是更差。如果在这四个方面都做得好的话，将为顾客带来价值，为你和你的组织带来优势。我们将在全书阐述这些主题。

优秀管理者想方设法使组织成功。建立竞争优势的方法包括成本竞争力、质量、速度和**创新**。因为竞争优势四个来源的重要性（这也是管理者应该一直努力去实现和改进的目标），我们在书中会频繁提到。我们的目的是使你专注于底线，确保你不断思考如何提供使管理者（你）和组织在竞争中成功的产品。

结果导向

这本书的一个重要主题就是管理如何产生结果——顾客希望的结果。当你以竞争性价格快速提供高质量、创新的产品时,你就实现了竞争优势的结果。记住,你的竞争者也正为同一结果而竭尽全力。

这种方法使本书在管理教材中显得很独特。我们不仅提供作为教材不可缺少的概念和流程,更提供成功最基本的结果导向。概念和流程不过是实现目的的手段,或是实现你所需结果的方式而已。

新竞争格局

本书的副标题提到了管理者必须在企业界发生新变化的情况下获得并保持竞争优势。互联网、全球化、知识管理和跨边界合作的要求等企业环境的变化,都对旧管理方法提出了质疑。2000年时,人们说旧经济走了,我们必须按照不同的规则在新经济中生活。

但到2001年,网络公司的倒闭和经济衰退使人们又说,旧规则——包括对利润的需要仍然重要。也许没有新旧经济的区别,但经济的内容发生了很大的变化。我们的目的是要教育管理者和未来的管理者在新时代成功竞争。

现实主题

不用说,本书的第6版仍保持着主题方面的领先,因为本版以当前的企业实例和最近的管理研究对本书进行了全面更新。此外,许多章节完全更新,学生可以接触到更广泛、更重要的现实主题,我们竭力从不同的来源和个人经验中获得这些不同的主题。

团队努力

这本书是出色的 McGraw-Hill/Irwin 团队的产品。而且,我们相信写这本书可以使我们与任课教师和学生形成一个团队。整个团队对学习的过程负责。

我们的目标,也是指导教师的目标,是创造一个你可以在其中实践的、积极的学习环境。但这门课的原料最终不过是些文字,我们的目标能否实现还取决于你自己是否应用它们作为继续思考、深入学习和建设性行动的基础。

你用学到的东西做什么和你对未来机遇如何把握非常重要。作为一个管理者,你可以使自己、使其他人变得大不相同。管理者的所作所为影响非常大。

与众不同的教学法

《管理学：新竞争格局》通过鼓励式教学尝试使学生学到更多。我们采用了广泛的教学方式——有些是尝试过的真理，有些是比较新颖的：

- 学习目标在每章开头，告诉学生将在本章中读到和学到什么。
- 开篇格言是激发学生对每一章内容思考的提示。这些格言来自彼得·德鲁克（关于管理）、杰克·韦尔奇（关于战略）、亨利·大卫（关于道德）、尤里乌斯·恺撒（关于领导）和查尔斯·凯特琳（关于变革和未来）。
- 开篇案例描述了实际的组织情况，提供了对章节主题的丰富示例。开篇案例作为实践应用放在课文前面。
- 全书中的许多栏目描述的是最近的例子和有争议的问题。
- 每章的“摘自《商业周刊》”是《商业周刊》上最近的文章。

章末部分

- 关键词，是对概念形成的部分强化，而且后面都已标出其在正文中的页码。这些关键词在书后的词汇表中有定义。
- 学习目标小结对学习目标给出了清晰、明确的回答，使学生能很快回顾本章中的重要概念。
- 问题讨论是激发思考的，位于学习目标小结后，用以测验学生对章节中概念的掌握和对有争议问题的见解。
- 综合案例是为班级讨论准备的。
- 每章包括两个实践练习，大多数都以小组为基础，其中一些涉及外部研究。

篇末部分

- 全书五个部分结尾都有一体化案例。
- 两个案例小品也集中了不同章节所包括的管理问题，并尽量激发讨论。
- 第一部分有一个新的办公处理练习，我们认为放在课程前面非常好。

丰富的补充材料

这本教材除课本本身以外，还有丰富的补充材料供教师和学生在学习中使用的：

- 对学生有免费的光盘和网上学习中心——www.mhhe.com/bateman6e，帮助使用这本教材的不同国家的学生解决问题。
- 为教师准备的有《教师手册》，内容包括章节概要、对开篇案例部分建议讨论的问题和答案，对章末问题讨论和综合案例问题讨论的参考答案，实践练习的目标和教学技巧，案

例小品的问题讨论和参考答案等。试题库,包括每章大约 100 个问题,有判断、多项选择、填空、搭配和简述题等题型。PowerPoint 演示软件,包括课本上的图表和其他图表材料。为每章准备的彩色幻灯片和录像带,《教师手册》中有关录像与章节配合的方式;计算机化的测验使你能够容易、便捷地从计算机上选择问题并做成测验卷。

致谢

这本书如果没有许多人的帮助和贡献是不可能完成和出版的。过去几版的审读者贡献了时间、专长和有价值的想法,显著地提高了本书的质量,第 6 版的审读者有来自不同大学、学院的 57 位教授和学者。许多人对本书作者提供了帮助。丹尼斯·奥根为本书的一位作者提供了最初的教材写作机会和指导,约翰·威梅斯特从开始就是我们的朋友和顾问;整个 McGraw-Hill/Irwin 出版团队一直对本书提供无私的支持。约翰·比尔耐特是这个项目的伟大领队,也是充满才智的编辑和好朋友。我们也要感谢出版团队中每一个人的努力,这一切使本书顺利出版,并最终有了一个漂亮的外观。

我们要感谢我们的家人。我们的父母为我们提供了发展事业的基础,而且一直是支持的重要来源。我们的夫人在整个过程中也给予了无限的关注和理解。我们的孩子是我们所做事物的灵感和动力。

托马斯·S. 贝特曼
Charlottesville, VA
斯考特·A. 斯奈尔
Ithaca, NY

RAC71 / 09

目录

C o n t e n t s

第一部分 管理的基础

第1章 管理 / 3

开篇案例:有时做到了,有时没有做到 / 4

1.1 新竞争格局下的管理 / 5

1.1.1 互联网 / 5

1.1.2 全球化 / 7

1.1.3 知识管理 / 8

1.1.4 跨“边界”合作 / 9

1.2 竞争优势管理 / 10

1.2.1 创新 / 11

1.2.2 质量 / 12

1.2.3 速度 / 13

1.2.4 成本竞争力 / 13

1.2.5 拥有全部四项优势 / 14

1.3 管理的职能 / 15

1.3.1 计划:实现战略价值 / 15

1.3.2 组织:建立动态组织 / 16

1.3.3 领导:激励人 / 16

1.3.4 控制:学习与变革 / 16

1.3.5 执行全部四项管理职能 / 17

1.4 管理的层次和技能 / 17

1.4.1 高层管理者 / 17

1.4.2 中层管理者 / 18

1.4.3 基层管理者 / 18

1.4.4 拥有更多责任的领导者 / 19

1.4.5 管理技能 / 19

- 1.5 你和你的职业生涯 / 21
 - 1.5.1 既做专才又做通才 / 22
 - 1.5.2 自立 / 22
 - 1.5.3 联系 / 23
 - 1.5.4 积极处理与所在组织的关系 / 23
 - 1.5.5 生存和获胜 / 24

关键词 / 25

学习目标小结 / 26

问题讨论 / 26

综合案例:你愿意在这里工作吗 / 27

实践练习 / 29

附录 A:管理的演进 / 30

第2章 外部环境 / 44

开篇案例:通讯业面临外部压力 / 45

前瞻 / 47

2.1 宏观环境 / 47

- 2.1.1 法律和管制 / 47
- 2.1.2 经济 / 47
- 2.1.3 技术 / 48
- 2.1.4 人口统计 / 50
- 2.1.5 社会问题和自然环境 / 51

2.2 竞争环境 / 52

- 2.2.1 竞争者 / 52
- 2.2.2 新进入者的威胁 / 53
- 2.2.3 替代者的威胁 / 53
- 2.2.4 供应商 / 54
- 2.2.5 顾客 / 56

2.3 环境分析 / 57

- 2.3.1 环境扫描 / 58
- 2.3.2 制订假定方案 / 58
- 2.3.3 预测 / 59
- 2.3.4 基准化 / 59

2.4 对环境的反应 / 60

- 2.4.1 适应环境:改变自己 / 60
- 2.4.2 影响环境 / 62
- 2.4.3 改变所处的环境 / 63

2.5 选择反应方法 / 64

关键词 / 64

学习目标小结 / 64

问题讨论 / 65

综合案例:许多新航空公司永远不会老 / 65

第3章 管理决策 / 67

开篇案例:怎么办?从快速行动到不行动 / 68

3.1 管理决策的特点 / 69

3.1.1 缺少结构 / 70

3.1.2 不确定性和风险 / 71

3.1.3 冲突 / 72

3.2 决策的阶段 / 73

3.2.1 确认并诊断问题 / 74

3.2.2 产生备选方案 / 74

3.2.3 评估备选方案 / 75

3.2.4 进行选择 / 76

3.2.5 实施决策 / 77

3.2.6 评价决策 / 78

3.3 最佳决策 / 78

3.4 有效决策的障碍 / 79

3.4.1 心理偏见 / 79

3.4.2 时间压力 / 81

3.4.3 社会现实 / 82

3.5 群体决策 / 82

3.5.1 群体决策的潜在优势 / 83

3.5.2 群体决策的潜在问题 / 83

3.6 管理群体决策 / 84

3.6.1 领导类型 / 84

3.6.2 建设性冲突 / 85

3.6.3 鼓励创造性 / 86

3.7 组织决策 / 88

3.7.1 决策者的约束 / 88

3.7.2 组织决策过程模型 / 88

3.7.3 谈判和政治 / 89

3.7.4 危机事件中的决策 / 89

3.7.5 突发战略 / 91

关键词 / 92

学习目标小结 / 93

- 问题讨论 / 94
- 综合案例:尝试在危机后继续前行 / 94
- 实践练习 / 97
- 一体化案例:3S 软件文件处理练习 / 99
- 危机事件:雇员的突然袭击 / 109
 - 有效管理 / 109

第二部分 计划与战略

第4章 计划与战略管理 / 113

开篇案例:硬石咖啡馆渐入佳境 / 114

4.1 计划的基本原则 / 115

基本的计划过程 / 115

4.2 计划的层次 / 118

4.2.1 战略计划 / 118

4.2.2 战术与运作计划 / 119

4.2.3 联结战术、运作和战略计划 / 119

4.3 战略计划 / 121

4.3.1 步骤一:确立宗旨、愿景和目标 / 122

4.3.2 步骤二:外部机遇与威胁的分析 / 123

4.3.3 步骤三:内部优势与劣势分析 / 126

4.3.4 步骤四:SWOT 分析与战略形成 / 128

4.3.5 步骤五:战略实施 / 133

4.3.6 步骤六:战略控制 / 134

关键词 / 134

学习目标小结 / 134

问题讨论 / 135

综合案例:预言未来 / 136

实践练习 / 138

第5章 道德与公司责任 / 142

开篇案例:美国公司:现在怎么样 / 143

5.1 道德 / 144

5.1.1 道德系统 / 144

5.1.2 商业道德 / 147

5.1.3 道德环境 / 149

5.1.4 道德决策 / 152