

最权威的
MBA核心课程
自学教材

MBA

庄涛 雷伟 编著

自学通(上)

- 中国第一部MBA自学教程
- 经典的市场实战案例
- 通俗易懂的管理经验
- 权威的MBA课程精要

中国华侨出版社

最权威的
MBA核心课程
自学教材

MBA

庄涛 雷伟 编著

自学通(中)

- 中国第一部MBA自学教程
- 经典的市场实战案例
- 通俗易懂的管理经验
- 权威的MBA课程精要

中国华侨出版社

最权威的
MBA核心课程
自学教材

MBA

庄涛 雷伟 编著

自学通(下)

- 中国第一部MBA自学教程
- 经典的市场实战案例
- 通俗易懂的管理经验
- 权威的MBA课程精要

中国华侨出版社

封面设计：庄 涛

ISBN 7-80120-681-9



9 787801 206817 >

ISBN 7-80120-681-9/F • 68

定价：78.00 元（上中下）

7-270
445-21
05035

MBA

自学通

上册

雷伟 编著



中国华侨出版社

7270
665
19

63534

NABA

自学通



中册

庄海 雷伟 编著

中国华侨出版社

下 册

庄海 雷伟 编著

MBA

自学通

中国华侨出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

MBA 自学通/庄涛, 雷伟编著. —北京: 中国华侨出版社, 2003.1

ISBN 7-80120-681-9

I. M… II. ①庄…②雷… III. 企业管理-研究生教育-教学参考资料 IV. G643

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 109739 号

● MBA 自学通

编 著/庄 涛 雷 伟

责任编辑/姬文波

经 销/新华书店

开 本/850×1168 毫米, 1/32 印张/42 字数/840 千字

印 刷/北京石油廊坊华夏印刷厂

版 次/2003 年 2 月第 1 版 2003 年 2 月第 1 次印刷

印 数/5000 套

书 号/ISBN 7-80120-681-9/F·68

定 价/78.00 元(上、中、下三册)

中国华侨出版社 北京安定路 20 号院 邮编 100029

E-mail: overseashq@sina.com

发行部: (010) 64443051 传真: 64443051



目 录

第一篇 战略学

第一章 战略学导论 (3)

第一节 战略概述 (3)

1. 战略的定义 (4)

2. 经营战略类型 (6)

3. 经营战略的实质 (10)

4. 企业战略的特征 (13)

5. 经营战略的特点 (15)

6. 影响中国企业经营战略的重要因素 (18)

第二节 战略的基本内容 (23)

1. 战略的构成要素 (23)

2. 战略的层次 (25)

第三节 经营战略管理过程 (30)

1. 环境分析阶段 (30)

2. 战略规划阶段 (31)

3. 战略实施阶段 (33)

第四节 案 例 (34)

第二章 经营战略基础分析 (41)

第一节 行业分析 (41)

1. 行业的社会职能 (42)

2. 市场 (44)

3. 行业的结构 (48)

4. 行业五种竞争力 (50)

5. 行业发展的关键因素 (58)

6. 行业的发展阶段 (59)

第二节 竞争者分析 (63)

1. 竞争者的分类 (63)

2. 竞争者的未来目标 (66)

3. 竞争者对于市场环境观点 (68)

第三节 企业资源分析 (70)

1. 企业的现有资产 (70)

2. 企业的工作人员 (71)

3. 企业的商誉 (74)

4. 企业的管理系统	(75)
5. 企业的营运经验	(75)
6. 企业的社会关系	(76)
7. 企业的企图心	(76)
第四节 案 例	(77)
第三章 目标战略的确立与制定	(86)
第一节 目标概述	(86)
1. 目标的性质	(87)
2. 目标的作用	(89)
3. 长期目标和短期目标	(90)
4. 战略目标整合	(91)
5. 制定目标战略的原则	(92)
第二节 经营战略规划	(95)
1. 制定经营战略规划的重要性	(96)
2. 经营战略规划的作用	(99)
3. 策略性经营战略规划	(103)
4. 导致战略规划失败的 7 种错误假设	(106)
第三节 有效战略的制定	(110)
1. 制定战略的考虑要素	(110)
2. 战略的制定方式	(114)
第四节 案 例	(116)

第四章 战略方案的实施过程	(125)
第一节 战略评价与选择	(125)
1. 性质与过程	(126)
2. 战略变革的必要	(127)
3. 战略方案评价理论	(128)
第二节 战略实施前的必要分析	(137)
1. 性质	(137)
2. 战略实施的重要性	(138)
3. 战略变形	(140)
4. 战略计划系统	(142)
5. 资源配置	(145)
第三节 组织结构的战略调整	(149)
1. 组织结构的含义	(149)
2. 组织结构随战略调整的必要性	(150)
3. 原则和内容	(152)
4. 组织结构类型	(154)
第四节 战略控制	(158)
1. 战略控制的特征	(158)
2. 战略控制的中心任务	(161)
3. 战略控制的类型	(162)
4. 战略控制的实施步骤	(164)
5. 战略控制的常用方法	(166)

6. 战略控制方式及反馈	(167)
第五节 案 例	(170)
第五章 两种通用的竞争战略	(175)
第一节 差别化战略	(175)
1. 差别化战略的概念和来源	(176)
2. 差别化的驱动要素	(177)
3. 差别化的成本	(180)
4. 建立差别化的方法	(181)
5. 差别的持久性	(182)
6. 差别化战略易犯的错误	(183)
7. 差别化战略的好处	(184)
8. 差别化的步骤	(185)
第二节 多样化战略	(187)
1. 多样化战略的概念及分类	(187)
2. 实施多样化战略的优缺点	(189)
3. 多样化战略的注意事项	(192)
第三节 案 例	(194)
第六章 企业定位与 CIS 战略	(202)
第一节 定 位	(202)
1. 定位概述	(203)



2. 定位的几个注意事项	(206)
3. 中国工商企业的定位	(213)
第二节 CIS 战略	(220)
1. CIS 概述	(221)
2. CIS 总策划	(229)
3. CIS 效果评估	(241)
4. 中国企业导入 CIS 策略	(244)
5. 企业实施 CIS 应注意的问题	(249)
第三节 案 例	(253)

第二篇 危机管理

第一章 危机风险管理概述	(265)
第一节 危机与风险	(265)
1. 认识危机	(266)
2. 认识风险	(273)
3. 危机与风险	(280)
第二节 危机风险管理	(281)
1. 危机风险管理的目标	(282)
2. 危机风险管理的程序	(284)

第三节 危险风险管理环境	(286)
1. 危机与风险的管理环境因素	(287)
2. 我国目前的危机风险管理	(293)
第四节 预测和防范危机风险	(302)
1. 危机风险预测	(302)
2. 危机风险防范	(312)
第五节 案 例	(317)
 第二章 危机风险识别	(320)
第一节 危机风险分析	(320)
1. 危机风险类别	(321)
2. 危机的风险分析	(328)
3. 危机风险评估	(330)
第二节 危机风险识别	(332)
1. 危机风险识别的目的	(333)
2. 危机风险识别的方法	(333)
3. 危机风险识别的注意事项	(339)
第三节 危机风险控制	(341)
1. 危机风险回避	(341)
2. 损失控制	(343)
3. 危机风险转移	(347)
4. 危机风险自留	(352)



第三章 企业风险管理	(358)
第一节 政治风险与管理	(358)
1. 政治风险	(359)
2. 政治风险管理	(362)
第二节 外汇风险与管理	(365)
1. 外汇风险概述	(366)
2. 国际企业的外汇风险	(367)
3. 外汇风险管理	(370)
第三节 生产风险与管理	(371)
1. 生产风险扩大化	(372)
2. 生产风险与管理	(373)
第四节 营销风险与管理	(377)
1. 营销观念的风险	(377)
2. 营销市场的风险	(379)
3. 企业营销的策略风险	(381)
第五节 财务风险与管理	(384)
1. 财务风险概述	(385)
2. 企业的利率风险	(387)
3. 企业的投资风险	(389)
4. 企业的财务风险管理策略	(391)
第六节 文化风险与管理	(393)
1. 文化差异对企业的影响	(393)



2. 文化风险的表现方式	(395)
3. 文化风险的管理	(397)
第七节 技术风险与管理	(400)
1. 技术风险概述	(400)
2. 技术风险的管理	(401)
第八节 信用风险与管理	(403)
1. 信用风险概述	(404)
2. 信用风险的管理	(406)
第九节 案 例	(410)

第三篇 管理学

第一章 管理必备知识	(419)
第一节 管理发展趋势	(419)
1. 近年来趋向一体化的发展趋势	(419)
2. 当前的趋势及问题	(422)
第二节 管理的基础	(428)
1. 管理的定义	(428)
2. 管理的职能	(429)
3. 管理特征	(430)