

科目编号	MM5317
科目名称	战略管理 Strategic Management for Executives
学分	3
等级	5
修读限期	1 个学期
先修科目 / 须同时修读科目 / 互拒科目	没有
宗旨及目的	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使学生理解在组织内部的战略层次上决策具有多学科综合的特点，如何从战略高度考虑问题，如何在机构中扮演一个积极求变的角色；</li> <li>2. 发展学生进行公司战略分析的能力，包括总结公司当前竞争地位，公司组织资源与核心能力，公司长期商业发展方向，以及如何利用市场机遇开展持续性竞争优势；</li> <li>3. 促使学生使用在其他课程中学习到的技能，进行识别、分析与行动建议，以处理组织内部存在的管理与运作问题；</li> <li>4. 将国际化思维融合到公司及业务战略的制定中。</li> </ol> <p>本科目有助于达到以下硕士课程的预期学习成果：</p> <p>品质管理理学硕士学位</p> <p>学习成果#3: 解决业务问题</p>
科目学习成效	<p>完成此科目后，学员将能够：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. 掌握在战略管理理论中有关四个基本功能：分析、总结、组织资源、发展方向；及开展持续性竞争优势；</li> <li>b. 明白怎样从工作经验中审慎应用战略管理学理论；</li> <li>c. 提升其应用战略管理理论的技巧，以分析及解决机构的决策问题。</li> </ol>

<p><b>科目概要 / 教学内容</b></p>	<p><b>战略管理的特点</b>  战略决策的特征——方向性，目标开放性；问题的识别；战略分析，选择与执行；开展一个长远战略；唯理论方式的评价。</p> <p><b>组织发展方向</b>  任务；目的；前景；目标；法律与社会的相关责任；战略制定者和战略决策模式；企业家作为战略决策者。</p> <p><b>环境分析</b>  战略性的数据——监视环境，战略联盟；预测与判断方法；商业和公司信息基础；行业分析：竞争动态性，潜在利润评价；行业内分析：市场细分与竞争对手分析；环境影响：一般环境与全球化环境；方案；创新，技术转移，互惠；放松管制，全球竞争与先发制人，竞赛者，规则，合作，合伙关系的政治目标与经济手段。</p> <p><b>战略与管理之间的资源结合</b>  分析与使用，资源的灵活性；价值链活动分析——潜在的本土与国际合作；结合技术与知识构造未来优势；知识创造与获取；知识对组织目标的影响；平衡工程技术、管理方法和企业家问题；子公司的优势。</p> <p><b>战略形成</b>  环境分析与资源分析的结果；核心竞争力与能力的相关性；发展的变通方向；多元化经营和单一业务的战略选择；基本竞争战略；全球市场竞争的战略选择；垂直一体化经营与向外寻源战略；适合特定行业与特定公司情况的战略选择；战略选择技术，如 BCG 成长 / 市场占有率矩阵，GE 规划表格，产品 / 市场组合演变矩阵。</p> <p><b>战略实施，控制，与评估——一个系统的观点</b>  在公司层次上的战略合并；作为管理系统的平衡记分卡；组织发展改革组织文化；量变及增量；组织重整；信息技术的影响与调整。</p>
<p><b>授课 / 学习方式</b></p>	<p>通过讲课为学生提供主题内容概述，辅助方法为理论探讨和应用阅读。为了拓展在组织战略形成与管理战略变更中涉及到的重要概念和问题，对一些案例进行分析。学员通过模拟企业管理及个案研究，发展其组织及领导才能。将根据课程的内容，邀请客席讲者以</p>

	促进学习的交流。					
契合学习成效的评分方法	评核方法 / 作业	% 比例	所评核的「科目学习成效」 (以✓标示)			
			a.	b.	c.	
	平时习作*	50%				
	1. 小组作业 - 口头报告	20%	✓	✓	✓	
	2. 小组作业 - 书面报告	20%	✓	✓	✓	
	3. 课堂表现	10%	✓	✓	✓	
	考试	50%	✓	✓	✓	
	合共	100 %				
	*授课老师或会调整平时习作的评分方法 / 形式。					
<b>科目学习成效评估方法有效性的说明：</b> 学员的战略管理技巧、分析及解决机构决策问题的能力，可从他们提交小组作业书面报告中评估。此外，借由学员在课堂案例讨论、口头汇报的表现和考试的成绩评估他们是否能学以致用，并能识别企业面对的种种商业战略管理的挑战。						
预期学习所需课时	上课：					
	▪ 授课					42 小时
	其他学习：					
	▪ 自学					84 小时
	合共学习所需课时					126 小时

<p>参考书目</p>	<p><u>课本:</u></p> <p>1) 书名: 战略管理: 概念部分 (第 15 版) [美]弗雷德·R. 戴维 (Fred R. David) 福里斯特·R. 戴维 (Forest R. David) 著, 第 15 版, 2017, 李晓阳 译, 清华大学出版社</p> <p>2) 书名: 战略管理: 案例部分 (第 15 版)</p> <p>作者[美] 弗雷德·R. 戴维(Fred R. David) 福里斯特·R. 戴维 (Forest R. David)著 李晓阳 译</p> <p>参考书资料:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hitt, M. A., Ireland, R. D., &amp; Hoskisson, R. E., <b>战略管理: 竞争与全球化(概念)</b>, (原书第 9 版), 中文翻译版, 吕巍译, 机械工业出版社, 【书号】9787111282273</li> <li>2. Barney, J. B., Hestertyly, W. S. (2019). Strategic Management and Competitive Advantages (6<sup>th</sup> ed.), Pearson Education</li> <li>3. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., &amp; Eisner, A. (2015). Strategic Management: Text and Cases (Global ed.). McGraw Hill Higher Ed.</li> <li>4. Carnall, C. A. (1997). Strategic Change. Butterworth.</li> <li>5. Collis, D. J. (1997). Corporate Strategy: A Resource Based Approach. Irwin: McGraw-Hill.</li> <li>6. Byars, L. L. (1996). Strategic Management: Formulation and Implementation. Richard D Irwin.</li> <li>7. Thompson, A. A. (2003). Strategic Management: Concepts &amp; Cases (13th ed.). Irwin: McGraw-Hill.</li> <li>8. Lynch, R. (2006). Corporate Strategic (4th ed.). Pitman Publishing.</li> <li>9. 魏农建 (2011), 战略管理, 第一版, 北京: 化学工业出版社</li> <li>10. 姚莉 (2010), 企业战略管理, 第一版, 武汉: 武汉大学出版社</li> </ol>
-------------	---