战略管理本科课程教学大纲

编制人：李敏

审定人：巫月娥

开课部门： 商学院

编制时间： 2019年6月15日

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 战略管理 | | |
| 英文 | Strategic Management | | |
| 课程代码 | 18334040200 | | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 2 | | 课程学时 | 32 |
| 适用专业 | 市场营销 | | 课程组负责人 |  |
| 课程组成员 |  | | | |
| 先修课程 | 管理学、微观经济学、市场营销学、会计学 | | | |
| 选用教材 | 迈克尔.A.希特等.战略管理——概念与案例（第12版）.刘刚等译.北京：中国人民大学出版社，2017. | | | |
| 参考书目 | 1.杨锡怀、王江.企业战略管理——理论与案例（第四版）.北京：高等教育出版社，2016.  2.弗雷德.R.戴维.战略管理——概念与案例（第13版.全球版）.徐飞译.北京：中国人民大学出版社，2012. | | | |
| 推荐教材 | 迈克尔.A.希特等.战略管理——概念与案例（第12版）.刘刚等译.北京：中国人民大学出版社，2017. | | | |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握战略、战略管理、宏观环境、产业环境、内部环境、战略集团、企业使命、战略目标、企业战略、国际化经营战略、多元化战略、竞争战略、战略评价、战略选择、资源规划与配置、战略与组织结构、领导与战略、战略控制、战略性创业等基本概念、基本方法与基本理论。 |
| 课程目标2 | 能利用有关的理论和方法，分析战略管理中的具体问题，并初步能够提出解决问题的方案 |
| 课程目标3 | 具有战略性创新创业意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解战略管理学科前沿理论和实践，形成战略思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2 专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握市场营销学的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2：知识应用能力 | 2.1 专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用市场营销学理论和方法，系统分析、解决企业的营销问题  2.3 互利网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决企业现代营销中的问题。 |
| 毕业要求5：科学研究能力 | 5.1掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力  5.3掌握管理、市场营销的定性和定量的研究分析方法。 |
| 课程目标3 | 毕业要求3：思想道德素质 | 3.2 拥护党的领导和社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力。 |
| 毕业要求4：创新创业能力 | 4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力 |
| 课程目标4 | 毕业要求5：科学研究能力 | 5.2了解本学科的理论前沿和发展动态，具有较强的科研创新能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第1章 战略管理与战略竞争力 | 1.掌握战略和战略管理的概念、战略竞争力的概念、超额利润的概念、利益相关者概念、战略管理的过程  2.能利用产业组织模型和资源基础模型解释企业如何获得超额利润  3.了解愿景和使命以及利益相关者对企业的影  4.了解战略领导者的工作 | 1.战略和战略管理的概念、战略竞争力的概念、超额利润的概念  2.超额利润的产业组织模型和超额利润的资源基础模型  3.战略管理过程 | 1.超额利润的产业组织模型的解释  2.超额利润的资源基础模型的解释 |
| 2 | 第2章 外部环境：机遇、威胁、竞争和竞争对手分析 | 1.理解外部环境的重要性2.掌握总体环境和行业环  境的定义  3.掌握外部环境分析的四个步骤  4.了解总体环境的七个要素  5.能够识别企业的五种竞争力量，并能解释它们对企业的影响  6.了解企业收集竞争对手情报的不同方法。 | 1.总体环境、行业环境、外部环境的分析步骤  2.五种竞争力量（波特的五力模型） | 1．外部环境的分析步骤  2.五种竞争力量对企业的影响 |
| 3 | 第3章 内部环境：资源、能力、核心竞争力和竞争优势 | 1.了解内部环境分析的重要性  2.掌握价值的概念、有形资源和无形资源的区别、能力的概念、核心竞争力的四个标准  3.能通过价值链分析识别企业在哪些环节上可以利用资源、能力和核心竞争力来创造价值  4.了解外包的原因和企业避免核心刚性的重要性 | 1.有形资源和无形资源的区别  2.核心竞争力的四个标准  3.价值链分析 | 1.价值链分析  2.核心刚性 |
| 4 | 第4章 业务层战略 | 1.掌握业务层战略的定义2.理解顾客与业务层战略  之间的关系  3.掌握五种业务层战略之间的区别  4.能运用五力模型解释如何通过业务层战略获得超额利润  5.能描述每种业务层战略在运用中存在的风险 | 1.业务层战略的定义  2.五种业务层战略  3.运用五力模型解释企业通过业务层战略获得超额利润 | 1.运用五力模型解释企业通过业务层战略获得超额利润 |
| 5 | 第5章 竞争性对抗与竞争动态 | 1.掌握竞争者、竞争性对抗、竞争性行为和竞争动态的概念  2.理解市场共性和资源相似性  3.掌握竞争性行为的驱动力和影响因素  4.能理解慢周期市场、快周期市场和标准周期市场的竞争动态 | 1.企业竞争性行为的驱动力和影响因素 | 1.竞争者、竞争性对抗、竞争性行为和竞争动态的概念  2.市场共性和资源相似性 |
| 6 | 第6章 公司层战略 | 1.掌握公司层战略的定义2.掌握不同公司层战略不  同层次的多元化  3.掌握公司多元化的原因4.能解释相关多元化和非  相关多元化战略时如何创造价值的  5.能理解管理人员进行过度多元化的动机 | 1.公司层战略的定义  2.不同层次的多元化、相关多元化和非相关多元化如何创造价值 | 1.相关多元化和非相关多元化如何创造价值 |
| 7 | 第7章 合并与收购战略 | 1.掌握公司合并和收购的动因  2.掌握影响收购战略成功的主要影响因素  3.能够界定有效收购的特征  4.掌握战略重组的几种形式，并能解释不同重组形式的短期和长期效果。 | 1.收购战略的动因  2.收购战略成功的主要影响因素  3.有效收购的特征  4.战略重组的形式 | 1.有效收购的特征2.战略重组的形式  及效果 |
| 8 | 第8章 国际化战略 | 1.能够解释公司实施国际化战略的动机和获得的主要受益  2.掌握业务层国际化战略和公司层国际化战略  3.能够解释公司进入国际市场的五种模式  4.了解公司实施国际化战略的风险和面临的挑战 | 1.公司实施国际化战略的动机和获得的主要受益  2.业务层国际化战略和公司层国际化战略 | 1.业务层国际化战略和公司层国际化战略 |
| 9 | 第9章 合作战略 | 1.掌握公司使用合作战略的动因  2.掌握战略联盟的定义和类型  3.掌握业务层和公司层合作战略的运用  4.理解跨国联盟的重要性，了解合作战略的风险  5.能描述管理合作战略的两种基本方法 | 1.公司使用合作战略的动因2.战略联盟  3.业务层和公司层合作战略  的使用  4.跨国联盟 | 1.业务层和公司层合作战略的使用 |
| 10 | 第10章 战略实施 | 1.掌握公司治理的定义，理解内部机制和外部公司治理机制，以及公司治理对公司高层管理者制定道德决策的影响  2.掌握不同战略与组织结构的关系  3.掌握战略领导力在制定公司战略方向时的价值  4.掌握战略性创业如何创造价值。 | 1.公司治理的概念和机制  2.战略领导力  3.战略性创业如何创造价值 | 1.公司治理的概念和机制  2.战略领导力  3.战略性创业如何创造价值 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的**  **课程目标** |
| 1 | 第1章 战略管理和战略竞争力 | 1.战略管理相关概念  2.竞争格局 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3.超额利润的产业组织模型  4.超额利润的资源基础模型 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 5.愿景与使命  6.利益相关者 | 教授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、3、4 |
| 7.战略领导者  8.战略管理过程 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 2 | 第2章 外部环境：机遇、威胁、竞争和竞争对手分析 | 1.总体环境、行业环境和竞争者环境  2.外部环境分析  3.总体环境因素  4.行业环境分析 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 5.解读行业分析  6.战略集团  7.竞争对手分析  8.道德思考 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、3 |
| 3 | 第3章 内部环境：资源、能力、核心竞争力和竞争优势 | 1.内部环境分析  2.资源、能力和核心竞争力  3.建立核心竞争力 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 4.外包  5.竞争力、优势、劣势和战略决策 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、4 |
| 4 | 第4章 业务层战略 | 1.顾客：与业务层战略的关系 | 讲授 | 1 | 课程目标1、4 |
| 2.业务层战略的目的 | 讲授 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3.业务层战略的类型 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2、4 |
| 5 | 第5章 竞争性对抗与竞争动态 | 1.竞争性对抗模型  2.竞争者分析  3.竞争性行为的驱动力 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 4.竞争性对抗  5.攻击的可能性  6.反击的可能性  7.竞争动态 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 6 | 第6章 公司层战略 | 1.多元化的层次  2.多元化的原因 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3.创造价值的多元化：相关约束型多元化  相关联系型多元化 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 4.非相关多元化 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 5.价值不确定的多元化：动机与资源  6.降低价值的多元化：管理人员的多元化  机 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 7 | 第7章 合并与收购战略 | 1.合并和收购战略的流行 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 2.实施收购的原因 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 3.阻碍收购获得成功的因素 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 4.有效的收购和重组 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1 |
| 8 | 第8章 国际化战略 | 1.识别国际化机遇  2.国际化战略  3.环境趋势  4.国际市场进入模式的选择 | 教授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 5.国际环境中的风险  6.战略竞争的结果  7.国际化战略面临的挑战 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3、4 |
| 9 | 第9章 合作战略 | 1.战略合作的主要类型  2.战略联盟的类型 | 讲授 | 1 | 课程目标1、4 |
| 3.业务层合作战略 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 4.公司层合作战略 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 5.合作战略的竞争风险  6.合作战略的管理 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 10 | 第10章 战略实施 | 1.公司治理与道德 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 2.组织结构与控制 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1、2、3、4 |
| 3.战略领导力 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1、2、3、4 |
| 4.战略性创业 | 讲授、课堂讨论、 | 1 | 课程目标1、2、4 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关战略管理的理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用战略管理理论知识和方法解决实际问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决企业战略问题时要有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关战略管理的前言问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 15% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 15% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考试 | 70% | 笔试，包含选择、名词解释、判断、简答、案例分析等题型，考核基本知识的掌握和运用情况 |