

课程名称：战略管理

一、课程编码：战略管理

课内学时： 32 学分： 2

二、适用学科专业： MBA

三、先修课程： 无

四、教学目标

本课程以国际商事主体在国际商事活动过程中必然面临的一系列商事活动规则为线索，通过对大陆法系和英美法系国家商法的比较研究，结合国际公约和国际惯例的最新发展，使学生系统掌握代理法、合伙企业法、公司法、外商投资企业法、合同法、货物买卖法、产品责任法、票据法、信托法、国际商事仲裁等领域的法律制度。

本课程重点培养学生的综合分析问题的能力和理论联系实际的能力，使学生在掌握法律基本上，懂得如何将所学的法律原力用来防范国际商务中的法律风险，解决实际国际商务纠纷。

五、教学方式

讲授和练习

六、主要内容及学时分配

第1周	什么是战略管理	5 学时
	外部环境：竞争与机遇	
第2周	内部组织：行动、资源和能力	5 学时
第3周	建立并维持竞争优势	5 学时
第4周	业务层战略	5 学时
	公司层战略	
第5周	收购与重组	5 学时
	国际化战略	
第6周	公司治理与组织结构	5 学时
第7周	领导力与创业	5 学时

七、考核与成绩评定

期末考试（60%）；

小组作业（15%）；

案例分析（15%）；

课堂参与（10%）；

八、参考书及学生必读参考资料

教科书：

- Strategic Management: Concepts & Cases (14th Edition, Fred David);
- Strategic Management, (6th Edition, H. Igor Ansoff), 2013

参考书：

- 戴尔战略 (Direction of Dell), 上海远东出版社, 1999.
- 定位 (Positioning). Jack Trout. 中国时政出版社, 2001.
- 新定位 (The New Positioning). Jack Trout. 中国时政出版社, 2009.
- The Management of Strategy: Concepts and Cases (11th Edition, R. Duane Ireland

- Robert E. Hoskisson, Michael A. Hitt), 2013.

九、大纲撰写人：戚淳