

一、 教学目的

战略管理是工商管理专业的一门核心专业课。通过教学使学员掌握企业战略管理的基本知识、基本原理，熟悉基本的企业战略。学习本课程的基本要求是把理念和行为结合起来，将最新的战略管理理论结合中国企业的实践，使学生学习该课程后，能够将所学的知识系统整合起来考虑企业战略与风险管理问题，能把市场营销、投资理财、人力资源、生产运作和研究开发等只能战略与企业总体战略结合起来系统分析；把企业的内部环境从长远发展的高度来概括、总结，提出可操作性思路；系统规划持续竞争优势和核心竞争能力。

二、 授课方法和方式

讲授和学生练习

三、 成绩评定方式

期末考试（60%）；
小组作业（15%）；
案例分析（15%）；
课堂参与（10%）；

四、 教材和必读参考资料

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.

任课教师_____ 年__月__日

教学院长_____ 年__月__日

注：

1. 此教学日历由授课教师填写，教学院长签字后执行，学院留存一份。
2. 任课教师应将教学日历提供给上课的研究生，课程完成后填写实际上课的学时数。