

# 《战略管理》课程教学大纲

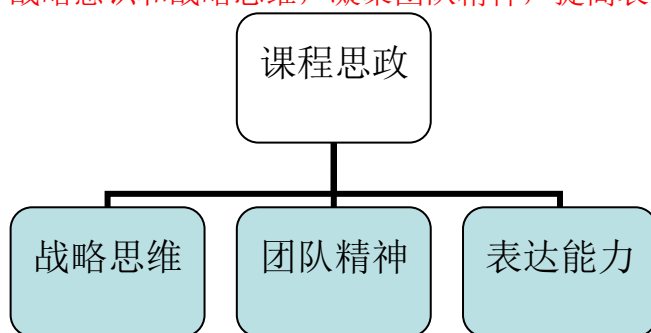
## 一、课程基本信息

课程代码：17015502  
课程名称：战略管理  
英文名称：Strategic Management  
课程类别：专业必修  
学时：32 学时  
学分：2 学分  
适用对象：物流管理专业  
考核方式：考查  
先修课程：管理学

## 二、课程简介

《战略管理》是物流管理专业的必修课，针对具有管理学基础知识的学生开设。战略管理（strategic management）是一门关于战略制定、实施和评价以使组织实现其目标的跨职能决策的艺术与科学。正如定义所说，战略管理聚焦综合管理、营销、财务与会计、生产与运营、研发以及信息系统，以使组织获得成功。战略管理也可定义为，为产品和区域分配资源以获得相对于竞争对手的持续竞争优势的执行层活动。公司可以在不同地理区域以不同方式竞争，它必须决定进入或避开哪些市场，进入或避开竞争对手的空间，公司能否生存取决于这些决策是否正确。

针对没有管理实践经验，更没有战略管理体验的本科生开课，战略管理以立德树人为宗旨，注重培养战略意识和战略思维，凝聚团队精神，提高表达能力。



Strategic management is one of the core courses in business school at home and abroad with a history of only 40 years since it was appeared as a field. Strategic management is a business approach that is utilized to make the most efficient use of available resources in the process of operating a company. The idea behind any strategic

management process is to evaluate the current status of the operation and all its individual components, identify whether those components are being utilized to best effect, and to develop and implement changes when and as necessary. When utilized properly, this approach can improve the overall performance of the company, move the business closer toward reaching its stated goals, and keep the cost of raw materials and other resources in balance with the returns generated by the business effort.

With the aim of moral education, the course of strategic management is focusing on improving students` strategic thinking, teamwork and presentation skill, which will be practiced during the period of course.

The training of strategic thinking is embodied during the course where students have to apply strategic methods to understanding and analyzing themselves, in order to know clearly of themselves and draw out good plan of learning. There are many chances of speaking and talking of management cases during the course, the students will practice it and improve their teamwork and express skills.

### 三、课程性质与教学目的

《战略管理》课程以培养学生战略思维、团队精神和表达能力为目标，以学习战略分析和战略制定方法为途径，让学生学会快速阅读、学会搜集资料，增加知己知彼的能力，遇到问题养成科学分析的习惯。为没有管理实践经验的大学生讲授《战略管理》，有两个困难：一是对西方情境下产生的理论感觉陌生，二是对抽象的理论词汇缺乏感性认知。

具体来说，该课程的学习旨在达到三方面的教学目标：（1）知识结构：掌握战略和 *strategic management* 的概念，进而了解中西文化背景下理论体系的差别，增强文化自信和学习、创造中国特色社会科学体系的信念；熟悉战略分析、战略制定、战略实施的基本流程。（2）技能结构：使用课堂所学的战略分析工具解决自己遇到的问题，注重观察和发现周围出现的新的分析思路和方法。（3）思维结构：使学生跳出为了考试而学习的狭隘态度，明确目标，主动学习，博采众长、兼收并蓄，养成思考日常问题的全局观、动态观。

### 四、教学内容及要求

#### 第一章 战略管理概述

##### （一）目的与要求

第一节课要求学生明确学习对象、端正学习态度、找到正确的学习方法。本章的学习关键在基本概念的掌握。从辨析战略和 *strategic management* 两个词语开始，了解从西方引进课程的特征，建立文化自信的学习态度与风格。明确四个学会、三个随身的教学要求。为课程学习打下良好的态度和方法基础。

课程思政点：

1.科学学习观的建立：掌握四种技能，上课携带三样物品。

2.文化自信的树立。从熟悉战略与 **strategic management** 的内涵开始，掌握西方引进课程的学习方法，夯实为我所用、建设中华的学习思维。

## （二）教学内容

### 第一节 战略管理概述

#### 1.主要内容

中西文化背景下不同的战略的概念和理论的演进；战略管理的历程和内涵；战略管理课程的学习方法；战略管理的流派和代表著作；战略管理模型。

#### 2. 基本概念与知识点

战略、战略管理、**strategic management**、战略管理理论发展的不同阶段和不同流派、战略管理的内涵和构成要素、战略管理体系、战略管理的模型和过程、本课程的知识结构和基本逻辑

#### 3. 问题与应用（能力要求）

识别中西文化的差异，明确所学专业的来源和应用场景。正确理解战略和战略管理（**strategic management**）的不同产生背景和演进过程，熟悉战略管理的过程和任务。

## （三）思考与实践

战略管理是管理学的一门核心课，对于没有管理实践的本科生，要理解远离现实生活的进口理论不容易。需要以“洋为中用”的态度与学生共同体会从实践中提炼理论的过程和乐趣。生活就是教育，一切都是教材。

## （四）教学方法与手段

克服多媒体中心主义，以学生身边发生的事情为案例引入主题。课堂以讨论为主。

## 第二章 战略目标与企业文化

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生理解使命、愿景、价值观等文化要素对于企业生存和发展的意义，理解企业战略的来源和方向。本章教学是课程思政的重要环节，通过个人、组织、国家三个层面的价值观与发展成果的互动关系强调价值观的重要意义，为学生理解和践行社会主义核心价值观、端正职业价值取向打下基础。本章教学要求学生练习知识图谱和快速阅读。

**课程思政点：**企业价值观的意义；社会主义核心价值观对中华民族复兴大业的意义。

## （二）教学内容

### 第一节 使命、愿景、价值观与战略目标

#### 1. 主要内容：

愿景、使命、价值观、战略目标体系。

## 2. 基本概念与知识点

核心价值观：我们的基础是什么？

愿景：我们想成为什么？

愿景的特点

使命：我们的业务是什么？

使命的特点

使命的构成要素

愿景和使命的重要性

撰写和评价使命陈述

## 3. 问题与应用（能力要求）

理解经常听说的使命、愿景、价值观不是贴在墙上的标语，而是组织发展须臾不可离的文化和制定战略的指引。结合课程内容理解社会主义核心价值观在全面建设小康社会和社会主义现代化国家的意义。

### （三）思考与实践

企业文化在 Z 世代又成为受欢迎的话题，结合学生感兴趣的企业文化探讨战略管理问题，案例选择大学组织、学生社团等为人熟悉的场景。

### （四）教学方法与手段

翻转课堂；主动学习；课堂讨论。

## 第三章 外部环境分析

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生了解企业外部环境分析的内容与层次，正确理解 PESTEL 模型的六个主要因素及其分析内容和分析指标，掌握情境分析的方法，熟练掌握行业环境的主要经济特征及分析方法，正确认识行业生命周期理论，熟练使用波特的五力模型，延伸到运用五力模型分析自己，明确职业定位；掌握竞争者分析的内容、关键问题与竞合理念，熟练运用竞争态势矩阵进行分析，深入理解波特的钻石模型。

**课程思政点：**熟悉新时代社会环境的新变化，学习十八大以来的国家战略。

### （二）教学内容

#### 第一节 宏观环境分析

##### 1. 主要内容

环境分析的目的、意义、内容和层次；宏观环境的内容和分析方法；PESTEL 模型；我们所处的宏观环境：国际国内双循环、新发展阶段。

##### 2. 基本概念与知识点

战略制定的思路和逻辑、企业环境的内容和层次；

宏观环境的内容、PESTEL 分析模型

分析方法：情境分析、外部因素评价矩阵

后疫情时代的国际国内双循环、新发展阶段、新发展理念、新发展格局

### 3.问题与应用（能力要求）

理解企业环境分析的目的、意义、内容和层次；能够运用 PESTEL 方法分析企业的宏观环境。

## 第二节 行业环境分析

### 1. 主要内容

行业环境分析的内容与方法；行业生命周期；行业中的竞争者和利益相关者

### 2. 基本概念与知识点

行业环境分析的内容；行业环境的经济特性；行业关键经济特性的战略重要性；行业环境分析中的预测方法与技术；行业生命周期分析

竞争者分析的关键问题；竞争态势矩阵；战略集团；红海与蓝海；

利益相关者分析的意义；企业的主要利益相关者及其期望；利益相关者讨价还价的行为模式

### 3. 问题与应用（能力要求）

熟悉分析企业所处行业环境的内容和方法、理解五力模型的局限、理解波特理论在中国情景中的适用性、文化自信与中国特色社会主义建设

## 第三节 战略思想家

### 1. 主要内容

迈克尔·波特的生平与战略思想；孙子的思想；钮先钟的战略思想、蒋百里的战略思想

### 2. 基本概念与知识点

迈克尔·波特简介、竞争战略、竞争优势、国家竞争优势、五力模型、五种竞争力量的影响因素、五力模型的局限、钻石模型

孙子兵法简要

钮先钟的生平简介和战略思想

蒋百里的生平简介和战略思想

### 3. 问题与应用（能力要求）

了解中西主要战略家和战略思想家，比较东西方战略思想的异同，增强文化自信和建设中国特色管理学的意识，不断提高转识成智的能力，主动参与到中国特色社会主义建设中

## 第四节 企业外部环境案例讨论

### 1. 主要内容

企业介绍的规范性；企业外部环境的内容及分析方法

## 2. 基本概念与知识点

公司名称的规范表述、案例的含义、外部环境的意义和内容、PESTEL 分析、情境分析、行业环境、机会与威胁、行业生命周期、竞争环境、进入壁垒、退出壁垒、规模经济性、学习曲线、竞争对手分析维度

## 3. 问题与应用（能力要求）

运用所学知识和方法进行企业外部环境分析、能够识别外部环境分析的要  
素、学习规范的论文格式

### （三）思考与实践

通过本章的学习，使学生了解企业宏观环境与企业行业环境，能够运用  
PESTEL 方法分析企业的外部环境，运用五力模型分析企业的行业环境，对  
企业案例产生兴趣，掌握案例分析的基本规范，为毕业论文写作打基础。

### （四）教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。  
课堂以讨论为主。

## 第四章 内部环境分析

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生了解企业内部环境的组成，掌握企业内部环境的分  
析方法，理解价值链的组成以及价值链分析的特点，运用基准分析来分析企  
业的内部环境，熟练运用价值链分析方法阐释企业的经营行为，能够对企  
业资源、能力进行分析，找出企业的核心竞争力。

**课程思政点：**深入了解自己，运用本章内容中的“资源-能力-核心竞争力”  
模型恰当、合理地分析自己的现状，明确自己的核心竞争力，制定学习和生  
活计划

### （二）教学内容

#### 第一节 内部环境分析

##### 1. 主要内容

介绍企业内部环境的组成、价值链的组成与特点、企业的资源与能力、持续  
竞争优势及来源、基准分析。

##### 2. 基本概念与知识点

企业资源、企业能力、核心竞争力、持续竞争优势、价值链、雷达图分析法、

##### 3. 问题与应用（能力要求）

了解企业内部环境的组成，理解价值链的组成以及价值链分析的特点，能够  
运用基准分析来分析企业的内部环境；能够运用价值链分析方法阐释企业的  
经营行为；能够对企业资源、能力进行分析，找出企业的核心竞争力。

#### 第二节 核心能力的培育

### 1. 主要内容

当知识资源成为这个时代的战略资源，知识工作者成为社会的中流砥柱，核心能力的竞争成为企业之间竞争的关键。大学生要明确自己的角色转换和使命担当，不断丰富和发展自己的知识资源，努力转换成为相应的能力，培育自己的核心能力

### 2. 基本概念与知识点

知识的内涵、知识资源与物质资源、知识资源管理、核心能力的特点、核心能力的培育方法、核心能力管理与开发

### 3. 问题与应用（能力要求）

改革开放和社会主义现代化建设是理论研究的富矿。对于没有管理实践经验的大学生，知识资源是相对熟悉的话题，核心能力的培育和提升，知识资源的管理和能力转换是战略管理课的“实用”点。通过理论学习明确目标，提高自己的知识资源和管理能力

## 第三节 内部环境与核心能力案例讨论

### 1. 主要内容

让学生结合所学对企业内部环境进行分析，熟悉内部环境的内容和分析方法；明确核心能力在职业规划和未来社会竞争中的关键作用；掌握培育核心能力的方法

### 2. 基本概念与知识点

价值链分析、企业资源、能力、核心能力、持续竞争优势

### 3. 问题与应用（能力要求）

掌握资源、能力、核心竞争力模型的运用，将此方法不仅用于企业研究，也用于对自己的认识和职业生涯规划

## （三）思考与实践

通过本章的学习，使学生了解企业内部环境的结构，理解价值链的组成以及价值链分析的特点，能够运用基准分析来分析企业的内部环境；能够运用价值链分析方法阐释企业的经营行为；能够对企业资源、能力进行分析，找出企业的核心竞争力。

## （四）教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。

课堂以讨论为主。

## 第五章 战略分析方法

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生了解并掌握基本的战略分析方法，能够在今后的学

习和工作中自觉地运用。掌握企业战略制定与选择的各种分析工具与方法，能够运用战略分析工具与方法进行战略制定与选择。

**课程思政点：超越应试，学以致用教学目标。把课堂学到的方法和工具运用于各类比赛，学会战略分析和制定战略。**

## （二）教学内容

### 第一节 SWOT 分析和波士顿矩阵

#### 1. 主要内容

SWOT 分析、波士顿矩阵。

#### 2. 基本概念与知识点

SWOT 分析的基本内容、SWOT 分析的使用范围和局限；

对 SWOT 分析方法的借鉴和改进

波士顿矩阵、波士顿矩阵的适用范围和局限

对波士顿矩阵的改进和借鉴。

#### 3. 问题与应用（能力要求）

使学生了解两种常见战略分析方法的内涵和适用范围，掌握企业战略制定与选择的常见工具，能够熟练运用所学工具与方法进行战略制定与选择。

### 第二节 其他战略分析方法

#### 1. 主要内容

除 SWOT 分析、波士顿矩阵以外的常见战略分析方法。

#### 2. 基本概念与知识点

战略定位、战略态势矩阵、SPACE 评价矩阵、大战略矩阵、内部因素评价矩阵、外部因素评价矩阵、生命周期分析法。

#### 3. 问题与应用（能力要求）

使学生了解其他常见战略分析方法的内涵和适用范围，掌握企业战略制定与选择的常见工具，能够熟练运用所学工具与方法进行战略制定与选择。

## （三）思考与实践

通过本章的学习，使学生了解战略分析方法和工具的内涵、特点，掌握企业战略分析的常用工具，能够熟练运用所学工具与方法进行战略制定与选择。

## （四）教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。

## 第六章 战略的层次

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生理解战略管理课程中的战略是来自西方的，不同于中国人熟悉的历史上的战略。战略管理中的战略不是单一的，而是有层次性



点。理解公司层战略的内涵及性质，了解公司创造价值的方式，掌握公司层战略管理的基本模式，能够分析纵向行业多元化、共享型行业多元化和不相关行业多元化战略的利弊，掌握行业多元化战略实施的动机、时机、速度和程度，并能够判断实践中企业实施多元化战略的动态调整趋势。使学生了解业务层战略的定义与适用范围，理解低成本、差异化和聚焦战略的性质及特点，掌握发现独特的目标市场和顾客诉求的方法，能够对业务层战略进行取舍且持续创新。

**课程思政点：**文化自信和国情教育是本章教学的主题。通过学习战略的层次回顾和掌握中西文化的差异，掌握来自西方的战略与中国历史上的战略的异同。

## （二）教学内容

### 第一节 战略的种类

#### 1. 主要内容

战略与 strategy；战略管理与 strategic management；战略态势；战略目标体系。战略的层次；公司战略；业务战略

#### 2. 基本概念与知识点

顾客价值与增加顾客价值的途径；企业战略分类；公司战略决策的关键问题；常用的公司战略（一体化战略、多元化战略、加强型战略、防御型战略、战略外包、并购战略、联盟战略）；业务战略的含义；五种主要的业务战略

#### 3. 问题与应用（能力要求）

透过巴比伦混乱，识别名与实的能力是教学对象应该具备的能力。在信息爆炸的时代很容易陷入云山雾海的知识堆里。教学过程中要不断提高学生的知识创造能力。

### 第二节 公司战略

#### 1. 主要内容

介绍公司层战略的内涵及性质、公司创造价值的方式、公司层战略管理的基本模式、行业多元化战略的利弊、公司层战略的推进策略。

#### 2. 基本概念与知识点

公司层战略、纵向行业多元化、共享型行业多元化、不相关行业多元化战略。

#### 3. 问题与应用（能力要求）

理解公司层战略的内涵及性质，了解公司创造价值的方式，掌握公司层战略管理的基本模式，能够分析纵向行业多元化、共享型行业多元化和不相关行业多元化战略的利弊，掌握行业多元化战略实施的动机、时机、速度和程度，并能够判断实践中企业实施多元化战略的动态调整趋势。

### 第三节 业务战略

#### 1.主要内容

介绍业务层战略的定义与适用范围、低成本战略的性质及特点、差异化战略的性质及特点、集中化战略的性质及特点。

#### 2.基本概念与知识点

业务层战略、低成本战略、差异化战略、集中化战略

#### 3.问题与应用（能力要求）

了解业务层战略的定义与适用范围，理解低成本、差异化和集中化战略的性质及特点，掌握发现独特的目标市场和顾客诉求的方法，能够对业务层战略进行取舍且持续创新。

### 第四节 案例讨论

#### 1. 主要内容

选取资料对企业的三个层次战略进行分析，熟悉战略的层次性和不同层次的战略

#### 2. 基本概念与知识点

战略的层次、总体战略、竞争战略、低成本战略、差异战略

#### 3. 问题与应用

让学生对战略的层次进一步掌握，通过案例的搜集、编辑和讨论熟悉不同层次的战略及其指定依据

### （三）思考与实践

战略是一个简单的词语，但是恰当的战略制定不是一件容易的事。市场经济大潮中有许许多多的案例体现出战略的意义，也有许多的血泪史讲述着战略的教训。让学生体现从环境分析到战略制定的过程进一步了解战略的内涵及战略制定的过程、步骤、逻辑。学以致用，从企业到个人，能够为自己制定出恰当的、合理的战略。

### （四）教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。课堂以讨论为主。

## 第七章 战略实施与控制

### （一）目的与要求

通过本章的学习，使学生了解战略实施的过程、战略实施的类型和战略实施的特点，能够理解公司治理和战略领导在战略实施过程的作用；了解创新战略的概念，熟悉领先型创新战略、跟随性创新战略和依赖性创新战略的内涵、特征。

### （二）教学内容

### 1.主要内容

介绍战略实施的过程、类型和特点，以及公司治理、战略领导、创新战略、领先型创新战略、跟随性创新战略、依赖性创新战略。

### 2.基本概念与知识点

战略实施、公司治理、战略领导、创新战略、领先型创新战略、跟随性创新战略、依赖性创新战略。

### 3.问题与应用（能力要求）

使学生了解战略实施的过程、战略实施的类型和战略实施的特点，能够理解公司治理和战略领导在战略实施过程的作用；了解创新战略的概念，熟悉领先型创新战略、跟随性创新战略和依赖性创新战略的内涵、特征。

## （三）思考与实践

通过本章的学习，学生了解战略实施的过程、战略实施的类型和战略实施的特点，理解公司治理和战略领导在战略实施过程的作用；了解创新战略的概念，熟悉领先型创新战略、跟随性创新战略和依赖性创新战略的内涵、特征。

## （四）教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。课堂以讨论为主。

## 第八章 战略理论新发展

### （一）目的与要求

百年变局和新发展阶段对劳动者的要求不只是即有知识的掌握，更重要的是与时俱进的学习能力和新知识的创造能力。通过本章的学习，旨在促进学生主动搜集和发现相关领域前沿信息的意识和能力。本章内容既是对课程的回顾，也是对课堂教学之后学习和实践的展望。

### （二）教学内容

#### 1.主要内容

常规教学以外的其他战略理论和战略种类。

#### 2.基本概念与知识点

并购战略、国际化战略、电子商务战略、战略领导、创新战略。

#### 3.问题与应用（能力要求）

言有尽而意无穷。课堂教学有时尽，转识成智无止境。任何时候，“渔”都比“好多鱼”重要。学生产生了对相关学科的兴趣，掌握了搜集相关领域的信息的能力，能够根据现实中遇到的问题提出自己的解决方案，是一门课程教学环节最重要的目的。

## （三）思考与实践

通过本章的学习，希望学生超越上课为了考试和学分的小目标，激发起学习

的兴趣，提高对现实问题的思考 and 解决能力

(四) 教学方法与手段

超越多媒体中心主义，回归课堂，以学生身边发生的事情为案例引入主题。

课堂以讨论为主。

**五、各教学环节学时分配**

教学环节 教学时数	授课	研讨课	上机与实验	小计
课程内容				
第一讲：战略管理概述	2			2
第二讲：战略目标与企业文化	2			2
第三讲：宏观环境分析	2			2
第四讲：行业环境分析	2			2
第五讲：战略思想家	2			2
第六讲：案例讨论与点评		2		2
第七讲：内部环境分析	2			2
第八讲：核心能力的培育	2			2
第九讲：案例讨论与点评		2		2
第十讲：战略分析方法一	2			2
第十一讲：战略分析方法二	2			2
第十二讲：战略的层次	2			2
第十三讲：公司战略		2		2
第十四讲：业务战略	2			2
第十五讲：战略实施与控制	2			2
第十六讲：战略理论新发展	2			2

**六、课程考核**

(一) 考核方式 课程论文

(二) 成绩构成

平时成绩占比：50% 期末考试占比：50%

(三) 成绩考核标准

以过程考核为主，每节课的发言、提问、讨论，课后的作业都计入考核成绩。过程为主的考核淡化了为考试而学习的态度，激发了比学赶超的学习热情和学以致用态度。

期末考试的课程论文评分标准为：案例选取与格式 20%；外部环境分析 20%；内部环境分析 20%；战略层次的表述 20%；逻辑与论证 20%

七、推荐教材和教学参考资源

1. (美) 弗雷德·R.戴维(Fred R. David) 福里斯特·R.戴维(Forest R. David) 著，魏江译，战略管理：概念与案例（第17版），清华大学出版社，2019年06月
2. 毛泽东，中国革命战争的战略问题，《毛泽东选集》第一卷，人民出版社
3. 毛泽东，抗日游击战争的战略问题，《毛泽东选集》第二卷，人民出版社
4. 毛泽东，战争和战略问题，《毛泽东选集》第二卷，人民出版社
5. (加) 亨利.明茨伯格 (Henry Mintzberg) (加) 布鲁斯·阿尔斯著，魏江译，战略历程(第2版)，机械工业出版社，2020年
6. (美) 迈克尔·波特，什么是战略，《哈佛商业评论》，1996
7. (美) 理查德·鲁梅尔特著，蒋宗强译，《好战略，坏战略》，中信出版社，2017年11月
8. (美) 西蒙斯著，刘俊勇等译，《七个战略问题》，中国人民大学出版社，2013年03月

八、其他说明

大纲修订人：刘小宝

修订日期：2022/8/25

大纲审定人：罗任飞

审定日期：2022/8/26