

每单元导读

Unit 3 Business Strategy 商业战略

商业战略是任何企业成功的关键因素。企业想要在激烈的商业竞争获胜，获得更多的市场份额和更高的营收，行之有效的商业战略是必不可少的前提。它决定了一家公司如何在市场上与对手竞争，如何应对市场中的威胁和机遇，以及如何盈利。从本质上讲，它反映了公司的优势和劣势。出色的商业战略能够用以指导管理者的决策，使其有效利用内外资源从而实现企业盈利目标。商业战略应考虑企业自身的资源，充分利用掌握的资源，以实现其既定战略目标。它也被称为公司管理层的灯塔，协调各职能部门相互协作，为员工日常决策提供参照标准。如果没有战略规划作指导，企业内部运作会陷入混乱，导致整个企业执行力弱化，从而无法实现商业目标。此外，战略规划的连贯性也很重要，缺乏连贯性的战略也会导致企业丧失竞争力。

第三单元通过星巴克对中国市场的高度关注和大众汽车扩大中国市场销售两个案例，管窥著名跨国企业在我国的经营动向和他们对中国市场的重视程度，有助于学生认识中国对于世界经济的举足轻重作用，增强民族自觉，树立民族自信。

思政关键词：民族自觉；文化自信