

课程名称	《企业并购及并购后的整合》		
课程价值	改变企业家概念，推动和掌握企业并购与重组的方式方法，重视并购后的整合方法。		
适用人员范围	<input checked="" type="checkbox"/> 企业 <input type="checkbox"/> 政府 <input type="checkbox"/> 其他	适用人员层次	<input checked="" type="checkbox"/> 高层 <input checked="" type="checkbox"/> 中层 <input type="checkbox"/> 基层
最适宜的时长	<input type="checkbox"/> 半天 <input type="checkbox"/> 一天 <input checked="" type="checkbox"/> 两天 其它		
课程简介 一、企业购并的原理、方法与技巧 1、企业购并的原理、基本方法与策略； 2、企业收购的目标公司评价、谈判、定价、融资等实务操作技巧； 3、企业并购的法律、法规、政策的分析及企业并购的风险防范； 4、企业重组购并中股权结构的设计。 三、企业购并后的整合策略与方法 （壹）不同企业购并重组模式的比较及对整合策略的影响 （二）企业购并整合的内容体系 企业购并后的发展战略整合；2、企业购并后的组织整合；3、企业购并后的制度整合；4、企业购并后的资产债务整合；5、企业购并后的技术整合；6、企业购并后的业务整合；7、企业购并后的人力资源整合；8、企业购并后的文化整合 （三）企业购并前后的组织架构建设 1、收购方管理团队的选择和建立； 2、购并后新企业的战略与组织设计要点； （四）企业购并整合中新企业管理模式的设计及案例分析 1、战略分解下的目标管理在企业整合的作用和使用； 2、薪酬体系是购并双方的结合点：①短期激励 ②长期激励 （五）购并整合过程中，考核体系——“温度计”设计 及案例分析 1、考核体系导入的策略、考核体系的应用与结果反馈； 2、人员竞聘上岗与解聘策略在整合过程中的运用； （六）企业购并整合实质上是多方文化的融合、创新及案例分析 1、企业文化的融合与创新对于企业购并整合的作用 2、新企业文化的创建与形成（征服还是共融）及新企业文化的内化与贯彻步骤			
课程理论支撑体系 市场经济资源配置理论、企业购并重组理论与方法、产业组织理论、公司治理结构完善及企业文化理论			
课程引用重点案例 实业界的购并重组案例、外资收购国内品牌及灭失的案例、吉利收购外国企业沃尔沃的案例，凯雷收购徐工的案例、复星收购南京钢铁的案例、家电业、啤酒业等产业并购案例、新经济与新业态的购并整合案例等			
与老师所授其它课程的关联说明（如有关联衔接请填写） 没有关联			