第一图书网, tushu007.com

<<经营管理经典案例大课堂>>

图书基本信息

书名：<<经营管理经典案例大课堂>>

13位ISBN编号：9787111263180

10位ISBN编号：7111263189

出版时间：2009-4

出版时间：机械工业出版社

作者：曹希绅 编

页数：354

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

《经营管理经典案例大课堂》作为中国地质大学（北京）人文经管学院重点推出的工商管理案例教材，是在曹希绅副院长主持下，由教研室老师集体完成的。
作为我校工商管理文科基地（本科）和MBA教育的负责人之一，曹希绅副院长在推广案例教学方面发挥了突出作用。
应该说，这部案例教材的完成，是我校工商管理文科基地教学改革的一大成果。
它的完成，对于我校开展工商管理案例教学，提升本科生和研究生（含MBA）教育教学的质量具有重要的意义。
案例教学在工商管理教育教学中占据重要地位，能否有效地开展案例教学，已经成为衡量一所商学院工商管理教育教学质量的重要指标。
世界知名商学院在工商管理教育中，都将案例教学作为基本的教学模式之一。
1908年，哈佛商学院在工商管理教育中首先引入案例教学法。
自20世纪40年代开始，案例教学法由哈佛向全美和世界推广。
100年来，案例教学法经过不断发展完善，已经成为世界商学院MBA教育的主打的、典型的教学方法。
案例教学法，一般是指为了实现特定的教学目的，在教师的精心策划与指导下，以典型案例为抓手，将学习者置于特定的真实情境中，通过师生研讨互动、平等对话，提高学生发现问题、分析问题、解决问题的能力，并使学生的沟通能力、创新思维和团队协作精神得以提升的一种开放式教学方法。

内容概要

本书是由中国地质大学（北京）人文经管学院曹希绅副院长主持编写的工商管理案例教材，是学院工商管理文科基地教学改革的一大成果。
本书共选编了56个案例，内容涉及战略与决策、组织架构与治理模式、人力资源管理、生产运作管理、市场营销、资本运作与财务管控、企业核心竞争力、企业文化、企业家与创业故事等九大部分。
作为案例教材，本书有二个突出优点：一是许多案例来自于学院与企业共创的奇正管理沙龙，案例内容新，社会关注多，学生兴趣大；二是紧密结合工商管理教学需要，其案例选择、问题设计同工商管理专业各理论模块有机配合；二是既有成功案例，也有失败案例，启发学生从正、反两方面进行思考。
本书适合作为工商管理专业本科生、研究生（含MBA）案例教学用书或参考书。

书籍目录

前言导言第一篇 战略·决策 案例1 聚焦格兰仕模式 案例2 联想收购IBM“ PC ”业务 案例3 郎酒集团的战略发展 案例4 红旗矿的生存与发展 案例5 石油行业发展机会分析第二篇 组织架构·治理模式 案例1 康益公司组织架构问题 案例2 美的集团组织微雕术 案例3 华润万家：大刀阔斧调整、变革 案例4 埃克利公司的组织管理问题 案例5 德隆集团的崩塌 案例6 孙大午的集团“ 新政 案例7 Oracle公司亚太区的组织扁平化第三篇 人力资源管理 案例1 美国西南航空公司“ 以人为先的经营战略 案例2 一家中国台湾公司的人力资源管理 案例3 戴尔公司和联想的人才之争 案例4 IBM公司的人力资源管理招数 案例5 山东鲁能积成电子股份有限公司员工职业生涯管理条例 案例6 销售部经理人选的难题 案例7 华为万名员工“ 主动辞职第四篇 生产运作管理 案例1 从制造大国到制造强国 案例2 中小型机场大片亏损的思考 案例3 设施布置案例二则 案例4 麦当劳选址的奥秘 案例5 柯达的产品研发 案例6 晶华玻璃瓶有限公司的困境第五篇 市场营销 案例1 亚马逊公司成功营销的两面 案例2“ 同修仁德，济世养生指导下的营销策略 案例3 消费需求是企业发展的动力 案例4 因地制宜开发市场 案例5 有效的定位 案例6 以科技满足需要第六篇 资本运作·财务管控 案例1 五次融资助老字号向现代化集团迈进 案例2 顾雏军——一个资本大鳄倾刻倒下 案例3 吉林制药重组的是与非 案例4 雷曼兄弟破产分析 案例5 粤海发展——虚假资产置换 案例6 安然事件——会计造假和诚信危机第七篇 经营理念·企业文化 案例1 华为的“ 狼性文化 襄例2 联邦家私集团的“ 家和万事兴 案例3 周鞅变革大秦集团遭惨败 案例4 邹衡败退德高集团 案例5 方D机电集团的管理困局 案例6 集体大逃亡 案例7“ 联想到底是不是我的家第八篇 企业核心竞争力 案例1 西班牙服装巨头ZARA商业模式创新 案例2 iPhom：手机的核心竞争力 案例3 南北N6ERP在大通国际运输管理核心竞争力 案例4 IBM公司核心竞争力——低成本采购分析 案例5 必胜客的核心竞争力一一标准化服务 案例6 星巴克的核心竞争力第九篇 企业家·创业故事 案例1 金卫东与禾丰牧业集闭 案例2 两联市场董事长刘志平的创业之路 案例3 史玉柱为何能东山冉起 案例4 梁伯强的“ 隐形冠军之路 案例5 王永庆——“ 吝啬的超级富豪和“ 经营之神 案例6 北京XS信息咨询有限公司

章节摘录

第一篇 战略·决策　案例1 聚焦格兰仕模式　七、格兰仕商业战略的转变　格兰仕辉煌的背后，也经历着外界无法体会的阵痛，譬如组织结构的大幅变革、管理团队的震荡、经营思路的调整。

以空调为例，格兰仕做空调主要复制的是微波炉的模式：低价和OEM。

在产能、资源有限的情况下，格兰仕选择了“大迂回”，避开国内市场混战，提前出海开辟海外市场，先贴牌、后创牌，先聚焦、后辐射。

直到2005年，格兰仕空调得以整合资源突进国内市场，然而管理当局不得不正视这样的困局：过分依赖OEM代工，内外销比例严重失衡。

因为缺乏品牌号召力，国内市场的低迷，一直激发不起渠道、经销商的热情。

格兰仕牌空调的市场认知度远不如微波炉、光波炉，一言以蔽之，格兰仕空调终端销售乏力，尚未真正走上品牌推广路线。

2004年之后，虽然声称价格战一打到底，但格兰仕的价格战逐渐变形。

在阵痛过程中，格兰仕的经营方略和商业模式也在悄悄地发生改变。

“价格杀手”的称号与格兰仕渐行渐远。

格兰仕已由价格战转向品牌战和价值战。

格兰仕的微波炉价格并不是最低的，LG、松下，还有很多品牌的产品，价格都比格兰仕低。

格兰仕追求性价比最高的模式，微波炉、空调，包括即将在中国市场上市的冰箱、洗衣机，低端的、产品价格已经被击穿的市场，如果冲进去捞不到油水，绝对不做。

具体经营过程中，采用‘田忌赛马’的方式——用高端去打竞争对手的中端，用中端去打竞争对手的低端。

格兰仕新的战略能否成功，乃至“格兰仕模式”在空调市场能否重写微波炉市场的辉煌，都还有待市场检验。

……

编辑推荐

《经营管理经典案例大课堂》作为中国地质大学（北京）人文经管学院重点推出的工商管理案例教材，是在曹希绅副院长主持下，由教研室老师集体完成的。
作为我校工商管理文科基地（本科）和MBA教育的负责人之一，曹希绅副院长在推广案例教学方面发挥了突出作用。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com