

<<战略管理>>

图书基本信息

书名：<<战略管理>>

13位ISBN编号：9787300066752

10位ISBN编号：7300066755

出版时间：2005-7

出版时间：人民大学

作者：MBA核心课案例教学推荐教材

页数：344

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>

<<战略管理>>

内容概要

“培养世界上有影响力的领导人”是哈佛商学院的使命。

1908年，哈佛商学院正式成立。

为实现这一使命，哈佛商学院通过实施各种项目，影响众多不同的人。

哈佛商学院最出名的可能是其MBA项目，但同时我们也通过开展高级管理人员培训项目（Executive Education Program）（包括AMP项目以及其他逾100个为职业经理人开设的各种培训项目）和通过哈佛商学院出版公司的出版物追求我们的使命。

我们的出版物包括《哈佛商业评论》、哈佛商学院图书、网络课程，以及哈佛商学院案例研究。

为杰出院校提供建议也是我们使命的一个重要方面。

在过去的60年里，哈佛商学院为世界上许多院校不仅提供了教学案例，还通过各种项目帮助他们及其教师提升了自己的案例教学能力。

包括：国际教师项目（ITP）、以参与者为中心的教学法培训项目（CPCL）、案例教学与以参与者为中心的教学法培训项目（PCMPCL）。

其中，PCMPCL项目发起于2005年8月，其目的在于帮助中国大陆、香港、台湾等地区和新加坡的主要商学院提升其在MBA项目、高级管理人员培训项目以及以管理实践为导向的研究中，熟练运用案例教学和启发式教学的能力。

通过多年的实践，哈佛商学院发现案例教学的应用通常需要经历三个阶段。

第一阶段，案例在管理学课堂上是作为概念或原理的例子、说明来使用的。

第二阶段，将案例研究作为主要的学习方法，依靠案例讨论。

第三阶段，教授开始把他们在案例研究和课程发展上取得的成果大量应用于教学，以便更好地理解 and 传授如何做决定。

为实践我们的使命，哈佛商学院和哈佛商学院出版公司很高兴与中国人民大学出版社携手帮助中国商学院及其教授实现从第二阶段向第三阶段的跨越。

我们的努力包括：为来自中国大陆、香港、台湾等地区和新加坡的教授提供为期10天的PCMPCL培训；出版一套根据MBA核心课编辑的案例书（分中文版和英文版）；组织一系列后续服务的案例教学和案例写作的培训班；建立一个服务于中国教师的案例服务中心。

我们这样做的目的有两个，并且这两个方面都与哈佛商学院的使命紧密相连。

一个目的是通过帮助全球教育机构——正如我们在中国发现的那些机构一样——发展他们自身的、着眼于管理实践的案例教学能力，从而促进全球管理教育水平的提高。

另一个目的是帮助这些机构培养一些能够在他们的学校中起到带头作用的教师，使他们能够写出新的、能够与世界分享的案例研究和教学资料。

这种既符合国际标准，又与中国具体管理实践相关的案例研究正是中国管理教育机构所急需的。

我们很高兴中国人民大学出版社和中国许多优秀的商学院加入我们的队伍。

我们希望哈佛案例书在中国的出版能对中国的教育机构、教师及其培养的未来职业经理人有所帮助，帮助他们实现在全球经济中扮演重要角色的梦想。

史蒂文·C·惠尔赖特（Steven C. Wheelwright）

哈佛商学院高级副院长，贝克基金教授

2005年6月

书籍目录

Crown Cork & Seal in 1989 (9-793-035) 1 Cola Wars Continue:Coke and Pepsi in the Twenty-First Century (9-702-442) 23 Kodak (A) (9-703-503) 47 Wal-Mart Stores, Inc. (9-794-024) 75 Wal-Mart Stores in 2003 (9-704-430) 97 ZARA:Fast Fashion (9-703-497) 129 The Leaders (Dis) Advantage (9-701-084) 165 Leadership Online (A). Barnes & Noble vs. Amazon.com (9-798-063) 177 Leadership Online:Barnes & Noble vs. Amazon.com (B) (9-701-085) 197 Note on Home Video Game Technology and Industry Structure (9-700-107) 203 Competitive Dynamics in Home Video Games (A) : The Age of Atari (9-701-091) 221 The Walt Disney Company. The Entertainment King (9-701-035) 233 GE's Two-Decade Transformation: Jack Welch's Leadership (9-399-150) 261 General Electric Medical Systems, 2002 (9-702-428) 285 Local Institutions and Global Strategy (9-702-475) 311 House of Tata, 1995: The Next Generation (A) (9-798-037) 327

媒体关注与评论

书评随着MBA教育逐渐走向成熟，人们对于案例教学已不再陌生，很多院校，特别是首批MBA试点院校已经比较普遍地采用案例教学这种模式。

案例教学、案例编写也成为全国MBA教学指导委员会十分重视并大力推广的重要工作。

为满足教学需要，中国人民大学出版社与哈佛商学院出版公司达成了引进出版哈佛商学院案例的协议，围绕MBA教学选择了十门课程，包括：战略管理，人力资源管理，营销管理，公司财务管理，领导学，组织行为学，供应链管理，技术与运营管理，财务报告与控制，企业、政府与国际经济，中文版和英文版同时推出。

先由哈佛大学教授从其数千个案例中进行选择、推荐，再由中国教授从推荐的案例目录中遴选，在翻译的过程中又作了进一步的调整，最终确定了目前的案例。

多年来，中国人民大学出版社一直在不懈地打造经管类图书的品牌，特别是，作为高等教育教材出版的市场领先者，我们一直希望能为中国的管理教学和实践提供更多、更好的产品。

随着中国MBA市场规模的扩大，学生人数的增加、素质的提高，教师队伍的成熟，我们发现，案例教学教材的数量不足及质量不高成了一个比较大的问题，基于大量的市场调研，哈佛商学院的案例便成了我们针对MBA教学引进案例的首选。

毕竟，哈佛大学是最早开始MBA教育的，其MBA学位计划有近一百年的历史。

哈佛案例每年能销600万份，其案例教学法也在逐渐为世界上各大学校所熟悉和借鉴。

作为一家以为高等教育服务为己任的大学出版社，我们深感哈佛案例的引进对于我国工商管理教育理论和实践的提升具有十分重要的意义，事实上，我们在2002年曾引进出版了一套哈佛商学案例，分商务基础系列和实务系列，共21种，在当时引起了很大的反响，只是囿于条件，案例没能根据课程设置选取，不便于教师在教学中使用，基于此，便有了我们这套针对MBA核心课程的案例。

在运作这套案例的过程中，我们广泛听取了老师们的意见和建议，我们发现，单是引进一些案例并出版不能满足教学的实际需要，对于很多老师来说，如何讲授哈佛案例才是一个难点。

同时，我们在前期调研和筹备工作中也深感案例的推广不再局限于传统意义上的图书推广工作，它已超出了传统单纯出版图书的概念，变成了一种教学理念和教学方法的推广，它需要我们提供更多、更长期的后续服务，并改变传统的出版模式。

就在我们策划出版这套案例书之际，哈佛商学院酝酿已久的PCMPCL Program on Case Method and Participant-Centered Learning培训计划正式启动。

为配合PCMPCL项目，哈佛商学院出版公司邀请包括中国大陆、香港、台湾等地区和新加坡在内的16所大学的商学院选派一些教授到哈佛商学院参加哈佛案例教学的培训。

首次培训定于2005年8月，同年12月还将在中国举办第二期有关案例教学与写作的培训。

同时，为帮助广大教师更好地使用哈佛案例，中国人民大学出版社还将配套引进案例的教师用书、教学录像等辅助资料（出于授权限制，仅向使用本案例教学的教师提供）。

在案例出版后，我们还将提供教学支持，帮助中国教师更好、更便利地使用案例。

运作案例出版的过程是艰苦的，但结果是美好的、令人难忘的。

在和哈佛商学院出版公司的合作中，我们一次又一次地听到他们虔诚地谈及他们的使命：改善管理实践。

在案例出版的过程中，很多人做了辛苦的工作，我们感谢哈佛商学院高级副院长、贝克基金教授史蒂文·C·惠尔赖特（steve c. Wheelwright）先生，他为我们的案例出版写了序，他在这套案例书10门课的选择中起了决定性的作用，没有他的努力，这套书的出版是不可能的。

感谢 John Quelch、Michael Tushman、Deborah Spar、Pankaj Ghemawat、David Hawkins以及 David Upton 等教授，他们在我们初选案例的过程中给予了建议和指导；感谢哈佛商学院和哈佛商学院出版公司的下列人员，他们为案例的挑选做了许多工作：Paul Andrews、Tim Cannon、Tad DearDen、Mike Derocco、Pat Hathaway、Amy Iakovou和Carol Sweet；感谢哈佛商学院出版公司国际部总经理陈欣章先生，他促成了案例最终出版协议的签订和执行，并完成了整个过程中的协调工作。

最后，也要感谢所有参加案例中文版翻译的教授，他们都有自己繁重的教学任务，在出版时间紧迫的

<<战略管理>>

情况下，各位教授都保质、按时地完成了翻译工作。

我们希望这套案例书的出版以及后续的培训能影响几百、几千乃至上万个MBA；我们希望他们能用一种新的视角，适应国际化的大趋势，理解现代企业的管理方法，理性地接受信用经商的理念，推动中国经济的更大发展；我们希望能通过我们的出版物来引导中国的管理实践。

如能做到此，那么其间的各种辛苦努力也就值得了。

感谢您选用或关注我们的这套案例书，对您的任何反馈我们都十分珍视。

我们的联系方式：010 - 62510566转551或541；E-mail:rdcbsjg@crup.com.cn或登录：<http://www.rdjg.com.cn>。

中国人民大学出版社

2005年7月

<<战略管理>>

编辑推荐

这是本由美国哈佛商学院提供版权的关于企业战略管理的全英文书籍。它主要通过案例教学，案例不仅运用于讨论研究，还作为概念或原理的例子、说明来使用。因此，它在相关领域的书籍中具有很高评价。

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>