

<<商务沟通案例>>

图书基本信息

书名：<<商务沟通案例>>

13位ISBN编号：9787301074190

10位ISBN编号：7301074190

出版时间：2005-6

出版时间：北京大学

作者：詹姆斯·奥罗克

页数：244

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>

<<商务沟通案例>>

内容概要

《商务沟通案例》共分八个部分：品牌形象与认同、多样性与企业文化、互联网与电子技术、环境保护问题、危机处理、金融服务、社会关系、跨国公司的国际合作与冲突等。

具体涉及到朗讯科持、通用汽车公司、英特尔、壳牌石油、美国电气公司、联合航空公司和福特汽车等近36家著名公司，通过多角度、广范围的案例选取为相关指导者和学习者提供了丰富的素材与支持。

教学案例有助于学生分析、组织和批判思考能力的提高以及沟通技巧的培养。在案例研究中，了解如何进行适当的分析是案例教学成功的第一步，奥罗克在《商务沟通案例》前言部分提到的“如何分析一个案例”可以使学生的案例分析更为容易，进而通过素材的精心选取将商务沟通的方法指导应用于现实生活，显示了其对人们日常生活和商业运作的重要影响。

<<商务沟通案例>>

作者简介

作者：詹姆斯·奥罗克 译者：李敏 姜玉砚

<<商务沟通案例>>

书籍目录

前言(1)案例教学分析(1) 第1部分 品牌形象与认同案例1 拜耳公司：盐酸苯丙醇胺(PPA)的召回(11)案例2 美国朗讯科技公司：维持续优股品牌特征的分拆方案(20)案例3 埃森哲：安达信咨询公司的更名(24)案例4 w旅馆：专为精明的商务旅行者设计的舒适、时尚的知性旅馆(29)案例5 通用汽车和百年老车奥兹莫比尔的衰亡(37)案例6 美国连锁零售商西尔斯·罗巴克与全色彩贝纳通(51) 第2部分 多样性与企业文化案例7 丹尼餐馆：营造多元化的企业文化(59)案例8 美国德士古公司遭种族歧视诉讼(65)案例9 鹿野药品供应公司(69) 第3部分 因特网和电子技术案例10 全球最大的网络广告公司——双击公司(75)案例11 美国音乐交互网站纳普斯特：知识产权保护与免费音乐(81)案例12 音乐天地CD网站和互联网安全问题(96)案例13 英特尔公司：第三代奔腾处理器芯片(101)案例14 宏达理财优惠投资服务：这是多么容易啊！(105) 第4部分 环境保护案例15 英国壳牌石油公司及北海布伦特石油平台(111)案例16 三菱公司(117)案例17 美国电气公司：恰当处理一次环境危机(121) 第5部分 危机管理案例18 普利司通/凡士通公司和福特汽车公司：危机管理和产品召回(131)案例19 麦当劳和欧洲疯牛病(142)案例20 太平洋天然气电力公司：解除对加利福尼亚州的能源管制(150)案例21 瓦伦喷气航空公司——佛罗里达州埃维格莱德大空难(156)案例22 西北航空公司和1999年的大风雪(162)案例23 航星公司(Navistar Corporation)和枪击案(169)案例24 莎莉·李公司(Sara Lee)和1998年李氏杆菌病恐慌(173)案例25 克利斯蒂拍卖行和苏富比拍卖行：艺术品世界的价格丑闻(178)案例26 联合航空公司：2000年夏季的客户服务(182)案例27 美国德法保险集团(188) 第6部分 金融服务业案例28 长期资本基金(LTC)管理(195)案例29 Quality餐饮公司与Bruegger's百吉饼公司(201)案例30 纽约银行之洗钱丑闻——发生于华尔街的丑行(205) 第7部分 社区关系案例31 芝加哥运输当局(CTA)(213)案例32 艾恩通用公司与悍马工厂的扩张(217) 第8部分 跨国经营问题案例33 戴姆勒—奔驰公司(Daimler-Benz Corporation)与梅赛德斯(Mercedes)A—Class型车(223)案例34 哥伦比亚英国石油公司(BP)(228)案例35 施乐公司Xerox Corporation)跨国财务运作(233)案例36 可口可乐及其欧洲污染危机(237)

<<商务沟通案例>>

章节摘录

书摘根据读者学习方式的不同，可以将案例分为三种基本类型：现场案例、图书馆案例(有时指的是公共记载案例)和课堂案例。

现场案例：现场案例是由商学院的教授、学生和企业管理人员一起合作编写的。

案例中所描写的事件和问题，参与合作的管理人员都亲身经历过，也就了解得最为清楚。

因此，能在案例中提出自己详尽的观点。

媒体对这些事件也有所报道，公众可以从中了解到事实的大概，但关于事件详情、管理人员采取的措施及事件后果，公众并不了解，这些都需要在案例中加以阐述。

在案例编写过程中，与公司雇员、管理者及行政工作人员进行广泛的会谈、对商务记录和数据做详尽的调查都可以了解到更多的详情。

所以案例编写者应该积极地与公司进行合作。

与另外两种案例相比，现场案例所描写的事件更为丰富、详尽，只是对于案例编写者来说会碰到一些难题：怎样才能得到公司的许可来深入工作现场、广泛接触公司的雇员和商务记录？案例的编写仅仅只是为了让管理者更好地认清事实吗？如果事态进一步恶化，所写的案例能缓和公众关系吗？一般来说，如果案例编写者能够进入公司，那他必定和这家公司的老板或管理者有特殊的关系，而且他本人也以其报道的客观公平性在业界有一定的名气。

现场案例的不足之处在于，一旦公布于众就很难加以修改，而且随着时间的推移很快就会过时。

P2

<<商务沟通案例>>

媒体关注与评论

书评为指导者和学生设置的教参网址包括：1、每个案例都有相应的幻灯片作为教辅支持，由作者完成的这些幻灯资料对于课堂讨论极为有用。

2、近50%的案例都有相关的教学笔记，便于教师备课。

3、近20%的案例有“B类案例”作为辅助，有助于读者进行深入研究并丰富课堂讨论的内容。

<<商务沟通案例>>

编辑推荐

教学案例有助于学生分析、组织和批判思考能力的提高以及沟通技巧的培养。

在案例研究中，了解如何进行适当的分析是案例教学成功的第一步。

本书收录了来自《华尔街时报》、《纽约时报》、《金融时报》等著名杂志和其他公共资源的36个经典案例，评析深刻，为相关指导者和学习者提了丰富的素材与支持。

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>