第一图书网, tushu007.com

<<企业管理案例精选精析>>

图书基本信息

书名：<<企业管理案例精选精析>>

13位ISBN编号：9787500475309

10位ISBN编号：7500475306

出版时间：2009-2

出版时间：中国社会科学出版社

作者：涨岩松 主编

页数：360

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

内容概要

本书的绪论对案例的含义、类型、功能，特别是对案例教学的特点、过程及案例教学的组织等都做了各有侧重的分析和阐述。
具体案例注重结合各管理学科通行的内容分章组织编写，在每章前先对本章的学科内容做了简要的阐述，帮助使用者把握基本管理原理和规律。
在对每个案例进行分析和点评时，力求画龙点睛，对读者有所启迪，并在此基础上提出若干思考·讨论·训练题，供读者思考和作为教学之用，真正做到了“精析”。

书籍目录

总序前言绪论第一章 管理概述 案例1 升任公司总裁后的思考 案例2 一次失败的探索 案例3 陈书友的悔恨 案例4 北京钟表公司扭亏为盈四步棋 案例5 以诚信取人的世界船王 案例6 谁是中国企业未来选择 案例7 方太——家族制与现代企业制度的嫁接 案例8 沈经理的报告第二章 管理思想的形成和发展 案例1 管理理论真能解决实际问题吗 案例2 智邦公司 案例3 微软文化的魅力 案例4 WATE公司重塑企业文化 案例5 H公司行为科学应用 案例6 管理的理论流派第三章 管理的计划职能 案例1 东方电力公司 案例2 麦当劳快餐馆 案例3 东方通信，挑战世界强手 案例4 科龙集团的“第一”战略 案例5 青岛啤酒走出困境 案例6 矢志创一流的江苏泰兴啤酒厂 案例7 IBM的三次兴衰 案例8 准确决策与盲目投资 案例9 毛家湾饭店奇迹的启示 案例10 竞争才能竞合 案例11 牵动企业发展之道 案例12 做大企业新策 案例13 多元化经营 案例14 企业战略态势 案例15 企业战略使命 案例16 LG的经营转型 案例17 西部航空公司的竞争战略 案例18 欧莱雅战略五要素第四章 管理的组织职能 案例1 测量仪器公司 案例2 圆山饭店的组织变革 案例3 达许曼公司 案例4 X媒体的组织结构 案例5 斯隆的四个绝招 案例6 金果子公司的组织结构设计 案例7 美国西雅图的波音飞机公司 案例8 成荣肥料公司的授权第五章 管理的人事职能 案例1 某电气公司员工的绩效评价 案例2 福雷斯蒂有限公司 案例3 宇航公司 案例4 灵化集团的“四优管理法” 案例5 培养人才 三星之本 案例6 王永庆用人的两大法宝 案例7 王安电脑公司破产之谜 案例8 克莱斯勒的奇迹 案例9 松下选才七招 案例10 知识管理第六章 管理的领导职能 案例1 成也萧何，败也萧何 案例2 小道消息传播带来的问题 案例3 国际商用机器公司 案例4 选择领导的策略 案例5 提拔错了吗 案例6 帕尔默机器公司 案例7 国民捷运公司 案例8 美国戴尔电脑公司 案例9 让班组去做主 案例10 施科长没有解决的难题第七章 管理的控制职能 案例1 邯钢的“模拟市场核算，实行成本否决”制 案例2 39滴焊料 案例3 柯达公司 案例4 奇异公司的零基经费预算和弹性利润预算 案例5 追求精益管理的纳铁福 案例6 格雷格的困惑 案例7 甲级烟车间的“点检制” 案例8 客户服务质量控制 案例9 企业高精度管理——6西格玛模式第八章 管理的创新职能 案例1 海尔集团以“订单”为中心的流程再造 案例2 柯达电子(上海)有限公司流程的局部再造 案例3 春兰的创新型矩阵管理 案例4 美国式管理+日本式生产——启示三星转型 案例5 LG电子后来者居上的秘密：专注和另类 案例6 海尔的非洲故事：五年内雄踞当地品牌第一 案例7 联想品牌整合的败笔——杀鸡取卵式的增长 案例8 锐意创新的3M公司 案例9 策略创新——企业成功之道 案例10 以创新求发展的IBM 案例11 IBM的知识管理的运用 案例12 TCL移动追逐知识管理第九章 管理的沟通职能 案例1 沟通障碍与空难 案例2 编辑部的故事 案例3 财务预算信任危机的化解 案例4 美邦公司的企业员工意见沟通制度 案例5 奖金风波 案例6 山泉水与纯净水之战第十章 综合案例选编 案例1 乐凯拒绝控股 案例2 一颗耀眼的航行之星 案例3 追求卓越的一汽大众 案例4 丰原集团争创世界第一 案例5 草原兴发的竞争力 案例6 门王之路参考文献

章节摘录

第一章　管理概述　　一　管理的含义　　管理是个含义极为广泛的概念，从字面上讲，管理就是管辖、治理的意思。
通俗的说法有：“管理就是管事理人”；“管理就是让别人按自己的意思去把事情办好。
”关于管理的定义，中外学者从不同的研究角度出发，对管理做出了不同的解释。
　　管理就一般意义而言，管理是指一定组织中的管理者，通过实施计划、组织、人员配备、指导与领导、控制等职能来协调他人的活动。
使别人同自己一起实现既定目标的活动过程。
管理的这个定义包含以下几方面的含义：　　其一，管理是为实现组织目标服务的，是一个有意识、有目的的活动过程。
一个组织要有一个远大的目标，管理是为实现组织目标服务的，组织的目标就是管理的目标，管理的目的在于实现组织的目标。
管理必须使活动实现预定的目标，追求最优的活动效果。
当管理者实现了组织目标时，他们的活动就是有效的。
　　其二，管理作为一个过程，是由一系列相互关联、连续进行的活动构成的。
管理活动是通过计划、组织、指挥、协调和控制等职能来实现的。
马克思曾经指出：一切规模较大的直接社会劳动或共同劳动，都或多或少地需要指挥，以协调个人的活动。
一个单独的提琴手是自己指挥自己，一个乐队就需要一个乐队指挥。

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