

<<北大案例经典>>

图书基本信息

书名：<<北大案例经典>>

13位ISBN编号：9787508611914

10位ISBN编号：7508611918

出版时间：2008-7

出版时间：中信出版社

作者：何志毅

页数：330

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

中国革命的成功在于毛泽东把“马列主义的普遍真理与中国革命的具体实践相结合”，中国企业管理的成功也有待于我们把美国教授们提炼出来的管理的普遍真理与中国企业管理的具体实践相结合。

因此，我们现在要解决的核心问题是如何从企业实践中总结、提炼出管理理论？

如何把管理理论运用到企业实践中？

即实践与理论相结合的方法论问题。

就本人的经验和见解而言，我认为，充分发挥管理案例在实践与理论之间的中介作用，是实现理论与实践相结合的有效途径和主要方法。

因为，管理案例具有素材、内容、工具三大属性，以及基于属性的总结、传播、学习三重

<<北大案例经典>>

内容概要

本书精选北京大学企业管理案例研究中心的本土经典企业案例，内容涉及财务金融、企业文化、人力资源、市场营销、运营管理、战略管理、组织与治理，基本涵盖了管理学的各个方面。案例涉及十多种行业中的各种规模的企业。

如果你是商学院MBA或者EMBA学员，本书将是最适合你的课外读物，它不仅分析了中国各行各业的企业成长与问题，还提供了若干企业的历史经验，“以史为鉴”是学习管理的有效方法。

如果你是中国企业管理者中对理论研究有兴趣的人，本书将是你必不可少的阅读材料，它不仅可以让你了解中国企业的成长实践，还能帮你

<<北大案例经典>>

作者简介

何志毅，北京大学教授，复旦大学博士，北京大学博士后，瑞士IMD、美国通用电气管理学院研修生。

美国西北大学凯洛格商学院访问学者，北京大学企业管理案例研究中心主任，《北大商业评论》执行主编，北京大学贫困地区发展研究院副院长，中国企业家与企业管理研究院院长，中国企业社会责任同盟秘书长，中国国民经济管理学会副会长、秘书长，世界管理学学者协会联盟（IFSAM）理事，曾任政府干部、国有企业总经理、股份制企业和民营企业董事长等职务。

何志毅教授的研究领域为战略管理、市场营销、企业文化，至今已出版了三部专著，主编

<<北大案例经典>>

书籍目录

序言 案例在实践与理论相结合过程中的三重作用 编者的话 第一部分 战略管理 百年同仁堂遭遇国际化
案例点评：先发产业的后发国际化 格兰仕的产业延伸 案例点评：冠军企业的多元化 福耀玻璃应诉
反倾销之路 案例点评：抗争，或者灭亡 小鸭折翅 案例点评：加法与减法 第二部分 市场营销 李宁公
司品牌重塑 案例点评：品牌的重新定位和推广 平安保险公司的品牌战略 案例点评：品牌战略的路
线图 剑南春品牌定位的困惑 案例点评：企业希望的品牌定位 消费者认知的品牌定位 婷美内衣的品
牌调整谜局 案例点评：关于婷

章节摘录

第一部分 战略管理 百年同仁堂遭遇国际化 百年同仁堂 北京前门外有一条喧闹的商业街，路两边挨排着一间间铺面。

这条久经历史沧桑的胡同，还是老模样儿。

大栅栏街路南，三开间的门脸儿，“同仁堂”牌匾高悬正中，门前不时有人进出。

前堂里，抓药的、等药的、买丸药的，忙而不乱，十分肃静。

这就是由乐显扬于清康熙八年（1669年）创办的、北京著名的老字号中药店——同仁堂。

同仁堂集团 北京同仁堂是中医药行业的老字号，至今已有334年的历史，是中华传统医药文化的象征。

创始人乐显扬在收集整理大量宫廷秘方、

<<北大案例经典>>

编辑推荐

《北大案例经典》精选北京大学企业管理案例研究中心的本土经典企业案例，内容涉及财务金融、企业文化、人力资源、市场营销、运营管理、战略管理、组织与治理，基本涵盖了管理学的各个方面。

案例涉及十多种行业中的各种规模的企业。

如果你是商学院MBA或者EMBA学员。

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>