

<<管理学经典案例>>

图书基本信息

书名：<<管理学经典案例>>

13位ISBN编号：9787802470811

10位ISBN编号：7802470811

出版时间：2010-2

出版时间：知识产权

作者：陈西川//杜贺亮//孙东坡

页数：270

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>

## <<管理学经典案例>>

### 内容概要

《管理学经典案例》精选在教学过程中讲评的本土经典企业案例。内容包括管理过程的各个环节，有信息、决策、计划、组织、领导、控制、创新等，涉及企业兼并重组、市场营销、战略管理、组织与治理，基本涵盖了管理学的各个方面。案例涵盖了十多种行业、各种规模的企业，另有近期有关企业管理的热门话题。

如果你是商学院MBA或者EMBA学员，《管理学经典案例》是最适合你的课外读物；如果你是中国企业管理者中对理论有兴趣的人，《管理学经典案例》是你必不可少的阅读材料；如果你是中国企业研究方面的学者，《管理学经典案例》是你进行理论研究的重要素材。

## <<管理学经典案例>>

### 作者简介

陈西川，男，郑州师范学院教师，管理学硕士，华中科技大学公共管理学院博士。曾供职于大型国有企业及中外合资金融机构，担任过共青团干部和金融机构业务部门负责人。长期关注我国企业管理领域的人力资源管理，公共管理领域的公共科技与政策、参与或主持完成国家自然科学基金、河南省软科学研究、郑州师专青年教师科研基金等课题，先后在《市场研究》等学术期刊上公开发表论文多篇。

杜贺亮，管理学硕士，CFP（国际金融理财师），曾任民生证券郑州营业部总经理，现供职于华泰证券。

长期致力于金融研究及金融企业管理。

在《金融时报》、《上海证券报》等报纸刊物发表论文多篇？

孙东坡，1974年7月生，工商管理硕士，高级人力资源管理师。

现供职于郑州宇通集团，从事管理工作，长期致力于战略管理、人力资源、企业文化、流程设计与优化等领域的研究与实践，编著有《漫画企业文化》、《成功必有好习惯》、《基于胜任力的人力资源管理》、《事业部管控》等著作。

## &lt;&lt;管理学经典案例&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 信息篇美新政府能源新政 国内A股新能源板块风生水起东航联手淘宝携程前程存变数甲型H1N1来袭,旅游业前景如何丝绸之路的“微笑曲线”大连万达蝶变之路微车下乡能走多远第二部分 决策篇危机来袭,联想如何破解美国企业国有化,应验马克思预言薄熙来实施新政:重庆华丽转身保利万科谁更胜一筹联通出手摘取苹果升级或者淘汰劳动密集型产业面临抉择生存之道,“剩”者王新希望:刘永好的新柔术致胜之道丰田:“精益生产”之江郎才尽微软:搜索引擎突围2015,淘金老龄组第三部分 计划篇Wphone微软的移动“梦”ABB中国的环保谋略LOV0:如何粘住消费者GE:新资本计划光明突围“常温奶”龙湖制造谋全局携程、如家利益共享促销——家乐福致胜之道无抗奶——出头鸟之困第四部分 组织篇东航上航重组几家欢乐几家愁麦当劳:缔造“非契约”的“契约”宜家重构价值供应链苹果谋局新舵手中移动仗TD之剑“围剿”固话市场新浪分众合谋:传媒生态骤变第五部分 领导篇史玉柱与马云:IT两“快男”任正非、王石:企业成长的路径抉择万通地产前传段永基、王志东:创新之路开拓者何享健、梁庆德:同城双雄传马蔚华、马明哲:金融大佬之二马传奇尹同耀、李书福:现代双骑士第六部分 控制篇沃尔玛整合好又多:如何控制异域文化影响小肥羊的“资本秘方”猪肉价格显示的红色警讯新希望的控制术——“欲望管理”荣智健:孤单谢幕因控制失灵第七部分 创新篇可口可乐:试水未来走出神话的分众传媒创新——现代酒店服务业的新出路现代“以物易物”新思维“印象”系列崛起的创新术美容店成长新路径Ray:英语可以这么说“斗鸡”OR“脚斗士”“人人购”——购物新方法渠道创新因时谋变的大学教学变革打造“圈子”的经济效应

## &lt;&lt;管理学经典案例&gt;&gt;

## 章节摘录

尚在美国的马云不由自主卷入了一场商业角力。刘绍勇的公开“叫板”，拉开了热闹非凡的商业剧，携程与航空公司、酒店的分销和直销之争渐入高潮。

航空公司不做“温水里的青蛙” 这是一场关于未来渠道话语权的争夺之战。

“这不是东航一家的困惑。

携程作为航空公司机票销售最大的渠道分销商，在合作中掌握了更多的话语权，航空公司对自己‘受制于人’的现状一直忧心忡忡。

”海航一位内部高层称。

目前航空公司的机票销售方式主要分为三种：中航信分销代理渠道、携程、e龙等电子商务平台以及航空公司的直销。

其中，前两种方式属于分销渠道，一般占据航空公司出票量的70%~80%，而直销渠道的销售额保持在10%~20%。

“以前航空公司很少重视直销，这一比例也是近一两年才发展的。

”海航的上述高层透露。

而在约80%的分销比例中，通过携程之类中介售出的机票仅维持在10%。

携程占据的销售份额并不高。

这也是携程反复对外界强调不构成“市场垄断”的理由之一。

“根据国家民用航空局数据，2008年旅客运输量为1.92亿人次，通过携程预订机票的乘机人数不到7%，加上e龙、芒果等所有在线预订商的份额也不到20%，航空公司直销预订的总量大约也是百分之几，仍有80%左右的市场掌握在传统机票代理商的手中。

”范敏对刘绍勇的“打工论”颇为不平。

但是，在航空公司看来，争论的焦点并不在此。

航空公司不想做“温水里的青蛙”。

“东航为代表的航空公司看重的是将来的渠道份额，刘绍勇是在为东航争夺渠道未来的控制权。

”海航股份市场部销售经理熊洪军指出。

一个不容忽视的事实是，尽管没有占据绝对份额优势，但是携程却毫无争议地成为各大航空公司的最大经销商，月均出票量超过了此前任何一家传统的线下分销商。

凭借强大的呼叫中心和客户资源以及从航空公司获得的更有吸引力的价格承诺，携程利用短短几年时间就确立了行业霸主地位。

艾瑞咨询《2008~2009年中国网上支付行业发展报告》显示，航空客票成为2008年网络支付应用行业发展亮点，航空客票网上支付交易额在2008年大幅增加，增速高达440.7%，增速位居各细分应用行业之首。

“这致使我们和携程在谈判时，处于弱勢的地位。

”熊洪军表示。

## <<管理学经典案例>>

### 编辑推荐

如果你是商学院MBA或者EMBA学员《管理学经典案例》是地适合你的深外读物；如果你是中国企业管理中对理论有兴趣的人，《管理学经典案例》是你必不可少的读波材料；如果你是中国企业研究方面的学者，《管理学经典案例》是你进行理论研究的重要素材。

<<管理学经典案例>>

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>