第一图书网, tushu007.com

<<中欧案例经典>>

图书基本信息

书名：<<中欧案例经典>>

13位ISBN编号：9787508607399

10位ISBN编号：7508607392

出版时间：2006年12月第1版

出版时间：中信出版社

作者：王建铆 刘胜军 舒金斯

页数：384

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

该书从中欧国际工商学院1994-2006年间开发的案例中精选25篇，结集以飨读者。
全书共30余万字，分为五大部分，涵盖综合管理、公司战略、市场营销、人力资源和创业管理等领域。
书中有两篇案例被分别收入McGraw-Hill和Prentice-Hall出版的国外教科书，四篇案例被CCTV“赢在中国”节目选用。
本书一大特色是邀请了48位EMBA学员和专家，为每篇案例撰写了深入浅出、观点独到的点评。阅读这些案例和点评，犹如在中欧EMBA的课堂上与众多精英进行案例讨论，堪称一场头脑风暴式的体验。
该书由中欧

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王建铆现任中欧国际工商学院经济学教授、副教务长和案例研究中心主任，曾两度出任连续三年名列亚洲第一的中欧国际工商学院MBA课程主任。
1982年获中山大学物理学学士，1988年获上海科技情报研究所科技情报学硕士，1997年获美国佛罗里达大学商学院经济学博士。
研究领域为知识经济、国际经济、中国经济改革与发展，研究成果发表于《加拿大经济学期刊》、《哈佛商业评论》、《远东经济评论》、《经济一体化期刊》等国际学术期刊。
应世界经济论坛邀请担任《中国与世界：二零二五年情景预测》项目顾问并参加2006年达沃斯世界经济论坛年会。

<<中欧案例经典>>

书籍目录

序一 商学院案例教学的精髓 朱晓明序二 做公司的态度与方式 王石编者的话第一部分：公司战略家乐福中国：遵循本地规则重组业务　案例点评一：选择生存是为了更好的发展　案例点评二：市场与公关策略的结合万向集团的国际化道路　案例点评一：资源整合与核心竞争力建设　案例点评二：把握每次机会为企业“补钙”宁波波导股份有限公司　案例点评一：国产手机企业猝死之谜　案例点评二：宁波波导战略价值曲线分析恒基伟业的商务通之路　案例点评一：进行多功能整合的重要性　案例点评二：持续创新，寻找新的“蓝海”上海协大国际贸易有限公司　案例点评一：延伸销售理念，建立市场竞争力　案例点评二：做专做强，走自主品牌之路第二部分：综合管理华为技术有限公司：生活在冬天里的企业　案例点评一：一个世界级企业的诞生　案例点评二：建议华为重新全面修订“基本法”青岛啤酒股份有限公司(A)　案例点评一：青啤品牌定位的两种选择　案例点评二：谁将是中国啤酒的明日之星柯达在中国(A)　案例点评一：于大处看机会，于细处迎挑战　案例点评二：一个失败的开始一个项目经理的困难选择　案例点评一：益达的困难不仅仅是项目管理　案例点评二：学会放弃，方有所得第三部分：市场营销梅赛德斯一奔驰和武汉野生动物园　案例点评一：危机公关处理与企业形象　案例点评二：危机中也可能隐藏着转机玫琳凯中国：进入上海市场　案例点评一：差异化定位是玫琳凯最大的挑战　案例点评二：市场、消费者研究的成败决定品牌市场表现脑白金　案例点评一：退出市场乃明智之举　案例点评二：企业家精神就是为社会创造价值北京四维·约翰逊保安器材公司(A)　案例点评一：顺应市场，利用优势　案例点评二：运钞车业的博弈之道宝贝第一：从出口到内销　案例点评一：影响力打造　案例点评二：从转变消费者观念入手第四部分：人力资源与组织行为米其林中国　案例点评一：思维全球化，行动本地化　案例点评二：求同存异，逐步整合必佳乐中国(A)　案例点评一：“服务型公司”到底意味着什么　案例点评二：以绩效导向为核心的激励体系推动组织变革海尔建筑市场链　案例点评一：海尔特色的管理模式　案例点评二：安内方能攘外邵逸夫医院的医疗小组工作模式　案例点评一：中国医疗改革应当先从服务模式开始　案例点评二：建立系统化组织转型模式，实现长久成功第五部分：创业管理聚众传媒　案例点评一：以规模化和市场细分打造新型户外媒体　案例点评二：创业焦虑下的不确定性和风险管理国际特许经营在中国：飞脚运动店　案例点评一：适应市场变化，实现快速转型　案例点评二：激流勇退小阿华：连锁经营的困境　案例点评一：在自营与加盟体系中找出动态平衡点　案例点评二：用8s方法分析小阿华连锁经营的困境浙江天正集团　案例点评一：天正品牌的重新定位　案例点评二：追求战略制胜的持续高卫东：一位企业家的历程　案例点评一：一切从重新确立战略开始　案例点评二：从财务视角看加州庄园附录 第三只眼睛看哈佛案例教学刘涌洁

媒体关注与评论

书评中欧国际工商学院是中国大陆惟一一所MBA、EMBA、高层经理培训项目 全面进入全球50强的世界级商学院，也是惟一获得EQUIS国际管理教育认证的商学院： MBA课程——2006年1月英国《金融时报》全球第21名，3年蝉联亚洲第一。
EMBA课程——2006年10月英国《金融时报》全球第17名，连续6年进入全球50强，是全世界规模最大的EMBA课程。
高层经理培训项目——2006年5月英国《金融时报》全球第35名。
本书最大特色是每篇案例都会有EMBA学员的点评。
这些EMBA学员在中欧读书期间都研讨过上百篇案例，并对点评对象企业有相当深入的了解。
本书这种案例加头脑风暴式点评的风格是一种值得肯定的尝试，它有助于读者捕捉到案例学习的精髓。
——朱晓明 中欧国际工商学院院长 中国经济发展的成功，管理水平的提高，要为中欧国际工商学院记上一笔。
——吴敬琏 国务院发展研究中心高级研究员 中欧国际工商学院宝钢经济学教席教授 中国最需要的是既懂西方先进管理思想又了角中国实际企业经营环境的高级管理人员。
中欧无疑为这种人才的培养做出了自己的贡献。
这应该是中国管理腾飞的真正希望。
——柳传志 联想控股有限公司总裁 在中国工商管理教育中具有指标意义的中欧国际工商学院，把1994年到2006年间所做的一些经典案例结集公开出版，知识领航，金针度人，这是一件很有价值的事情。
——王石 万科企业股份有限公司董事长 在我的情感深处，中欧就和我家乡的草原一样，尽管不能时常回去，但那些丝丝缕缕的影响，已经渗透到了个人的精神气质当中。
最为难能可贵的是，能够给我提供持续而且新鲜的营养。
——潘刚 内蒙古伊利实业集团股份有限公司董事长、总裁 中欧国际工商学院EMBA2002级学员 企业靠产品赢得市场，学校凭毕业生证明实力。
中欧的每名学生正以自己的出色表现印证着母校作为工商管理教育先驱和领导者的地位。
——徐和谊 北京现代汽车有限公司董事长、中欧国际工商学院EMBA1996级学员

编辑推荐

中国经济发展的成功，管理水平的提高，要为中欧国际工商学院记上一笔。
——吴敬琏（国务院发展研究中心高级研究员，中欧国际工商学院宝钢经济学教席教授）　　中国最需要的是既懂西方先进管理思想又了解中国实际企业经营环境的高级管理人员，中欧无疑为这种人才的培养做出了自己的贡献。
这应该是中国管理腾飞的真正希望。
——柳传志（联想控股有限公司总裁）　　企业靠产品赢得市场，学校凭毕业生证明实力。
中欧的每名学生正以自己的出色表现印证着母校作为中国工商管理教育先驱和领导者的地位。
——徐和谊（北京现代汽车有限公司董事长，中欧国际工商学院EMBA1996级学员）　　中欧国际工商学院是中国大陆惟一一所MBA、EMBA、高层经理培训项目全面进入全球50强的世界级商学院，也是惟一获得EQUIS国际管理教育认证的商学院：◆MBA课程——2006年1月英国《金融时报》全球第21名，3年蝉联亚洲第一。
◆EMBA课程一2006年10月英国《金融时报》全球第17名，连续6年进入全球50强，是全世界规模最大的EMBA课程。
◆高层经理培训项目——2006年5月英国《金融时报》全球第35名。
本书最大特色是每篇案例都附有中欧EMBA学员的点评。
这些EMBA学员在中欧读书期间都研讨过上百篇案例，并对点评对象企业有相当深入的了解。
本书这种案例加头脑风暴式点评的风格是一种值得肯定的尝试，它有助于读者捕捉到案例学习的精髓。

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