

<<企业管理案例与评论>>

图书基本信息

书名：<<企业管理案例与评论>>

13位ISBN编号：9787509606551

10位ISBN编号：7509606551

出版时间：2009-8

出版时间：经济管理出版社

作者：罗珩

页数：219

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>

<<企业管理案例与评论>>

前言

企业管理的研究与经济学研究的方法有着重要的不同：经济学将企业看成是一个“质点”，主要采取演绎的方法进行研究；企业管理研究则深入到企业内部或者对企业实行“解剖”，主要采取归纳的方法进行研究。

换句话说，案例研究是企业管理研究的重要方法。

实际上，许多重要的研究成果都是从一个具体的案例研究中得出的。

案例研究又包含两方面的基本内容或者说是分成两个基本的层次：一个是描述，要求客观真实，不因人而异；另一个是评论，要求深入挖掘，其价值判定各不相同。

当然，在个案描述的基础上也可以有综述性质的研究。

我已经出版过几本企业管理案例的书籍，也曾将若干评论汇集成《企业管理案例与评论》出版过4本。

摆在您面前的第5本主要包括笔者近年来在报纸、杂志上所写的评论文稿，也有参加完成的专题调研报告或讲话，等等。

从结构安排上看，本书主要是从形式上考虑和划分的，分案例、时评与访谈等三大部分。

“案例”是针对某一案例所写的，后面附有背景资料；“时评”是独立的评论，比较短小；“访谈”为记者的媒体采访整理。

从内容上看，本书有的内容，比如国有企业改革、铁路发展等前后会有重复交叉。

在案例部分，本来按照文字产生的逻辑顺序应是案例在先评论在后，但是，本书则是评论在先了。这是想把评论作为导读，给读者一个大致的介绍；如果读过案例再回过头来看评论也可以有新的认识。

第一部分“案例”包括13篇，其中后面两篇没有配发评论；第二部分“时评”包括8篇；第三部分“访谈”包括4篇，最后一篇是《上海证券报》的经济学人士专栏介绍文章，有中间成果的出处可供参考。

本书的读者主要为企业管理研究人员、企业界人士以及企业管理类的研究生和大学生。

<<企业管理案例与评论>>

内容概要

《企业管理案例与评论（教学案例5）》主要是从形式上考虑和划分的，分案例、时评与访谈等三大部分。

“案例”是针对某一案例所写的，后面附有背景资料；“时评”是独立的评论，比较短小；“访谈”为记者的媒体采访整理。

从内容上看，《企业管理案例与评论（教学案例5）》有的内容，比如国有企业改革、铁路发展等前后会有重复交叉。

<<企业管理案例与评论>>

作者简介

张承耀，男，1947年5月出生于河北省秦皇岛市。
1964年入清华大学学习；1970年2月到本溪钢铁公司做技术工作。
1980年到日本进修技术一年。
从1982年到1988年在中国社会科学院研究生院就读，为我国第一批企业管理专业毕业博士研究生两名中的一名；毕业后留工业经济研究所工作至今。
1990年到日本东京大学任客座研究员一年。
现任研究员，博士生导师。
主要社会兼职有：中国企业管理研究会理事，中国国有资产学会理事，政协北京市西城区委员，北京市西城区科协副主席，担任《改革》、《经济管理》、《中外管理》、《中国管理评论》等杂志编委员会委员，国家教委中国国有企业问题研究中心学术委员会委员。
1995-1996年负责主持了院重点课题《控股公司的理论与实践》；1996年至1999年负责主持了国家社科基金“九五”重点课题《企业管理现代化、科学化问题研究》；1999-2000年负责主持了所重点课题《企业管理案例编写模式研究》；2000-2002年负责主持了院重大课题《我国企业管理的实践与管理科学的发展》。

<<企业管理案例与评论>>

书籍目录

第一部分 案例第1篇 神马之“神”在哪里案例：合肥神马的品牌之道第2篇 一位“农民代表”“反弹琵琶”的启示案例：赛飞亚：以鸭富农第3篇 还能叫杭钢吗案例：杭钢多元化之道第4篇 做哪一档的企业案例：中海基业常青的元素第5篇 产权与品牌的对决案例：双星“脱鞋”第6篇 国投素描案例：国投：一个国企典型的创新活力第7篇 对“中国人寿”的X光透视案例：中国人寿的新征途第8篇 豪华盛宴后来居上案例：北京奔驰的帝国反击战第9篇 中国企业变革的缩影案例：中铝之变第10篇 民营企业与党组织的高度融合——浙江万向集团党组织建设模式案例分析第11篇 危中有机——上海科技“小巨人”企业“入冬如春”案例的启示第12篇 冀东水泥组织结构与流程第13篇 以价值增值为导向的煤矿精益管理第二部分 时评第14篇 消费者网络购物的三层次思考——从世纪电器网刷新一项国内网购纪录所想到的第15篇 企业管理创新的一个方向第16篇 城市综合改革试点的可喜探索第17篇 经济体制改革的方向性问题——重温蒋一苇先生的“经济民主论”第18篇 2007年中国企业改革评估第19篇 国有企业改革评论第20篇 旅游饭店管理的双重复合特征第21篇 组织变革的本质第三部分 访谈第22篇 铁路运输大发展的时代第23篇 中国企业改革30年回顾第24篇 关于商帮的谈话第25篇 用两只眼睛仔细看企业

<<企业管理案例与评论>>

章节摘录

第一部分 案例 第1篇 神马之“神”在哪里 合肥神马科技股份有限公司是我国电线电缆的明星企业。

尽管近年来电线电缆行业的市场环境很好，但是，合肥神马的成功还是有着自己的独到之处的，至少有以下几点。

第一，现场主义。

合肥神马的岳光明是有着硕士研究生学历的高级工程师，是有名的科技攻关能手。

他除了公务接待，只要进公司就是一身蓝色工作服。

按照他本人的说法，是因为“一身工作装可以随时上操作台，随时发现问题、解决问题”。

在这里，我们看到了一个“现场主义”的老总。

如果一个企业的老总主要时间是听汇报，大概就有问题了。

因为那样就可能已经染上了类似于某些官员的官僚主义弊病，企业也搞不好。

第二，品牌战略。

合肥神马的制胜法宝之一是品牌战略。

所谓的品牌效应在生活资料领域效果最明显，因为某些生活消费品功能雷同、价格差异也不大，消费者无法选择。

这时，名牌则凝结了产品质量、服务等一系列因素，成为了一种产品与另一种产品区别的最显著的标志。

但是，电线电缆除了家庭装修的一小部分外，基本上属于生产资料。

按理说，生产资料的品牌效应没有消费品那么明显，因为这时是“专家购买”，而不是普通消费者的“非专家购买”。

不过，当线缆产品同质化也很严重的时候，“专家”也变成了“非专家”。

合肥神马抓住了品牌的制高点，是非常明智的。

<<企业管理案例与评论>>

编辑推荐

企业管理的研究与经济学研究的方法不同：经济学将企业看成一个“质点”，主要采取演绎的方法进行研究；企业管理研究则深入到企业内部或者说对企业实行“解剖”，主要采取归纳的方法进行研究。

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>