

<<中国MBA经典案例>>

图书基本信息

书名：<<中国MBA经典案例>>

13位ISBN编号：9787801555083

10位ISBN编号：7801555082

出版时间：2003-3

出版时间：中国物价出版社

作者：北京市科教学校

页数：415

字数：446000

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>

<<中国MBA经典案例>>

内容概要

经理人的经典案例，全国第一本提供教学服务的案例书，全国第一本带密码的案例书，中国教育电视台CETV-1《管理世界》栏目热播案例。

本书特色第一本带服务的案例书籍。

本书取材源于对300多家中国企业实地考察精选而成。

本土化的案例和西方管理理念的结合是我们的追求。

本书编辑队伍由人大、北大等在企业管理专业领域实践和研究的学者组成。

针对多媒体案例教学在中国的迅猛发展，我们同期推出案例多媒体教材（含音像、幻灯片），让案例变得更加形象、生动。

MBA的英文全称是Master of Business Administration。

作为一种学位，MBA诞生于20世纪的美国，它所致力培养的也就是懂得科学管理的职业经理人员。

纵观MBA的历史，审视今日之MBA，它是从经济管理的现实中诞生，随着社会经济的发展而演变，但终究根植于经济组织的管理实践中，究其MBA的原始意义，它是作为一种培训职业工商管理者的教育方式，这才是MBA被社会、被市场所认同的价值所在。

朱镕基总理所指出的：“今天到了要大力提倡改善中国的管理和发展中国的管理科学的时候了，确实要强调管理的科学和管理教育也是兴国之道。

”作为管理学者和工商管理MBA培训与教育机构，我们的追求是把实用的管理理论与中国鲜活的企业实例相结合，探索一条适合中国国情和中国企业现况的管理之路。

鉴于我们的使命和追求，我们把自己的角色定义为资源的整合者。

为此，我们在《中国MBA经典案例》的编撰过程中坚守了如下原则：（1）切实从管理者实用需求的角度去选材、选题，构建书的框架。

（2）利用北京作为中国文化中心的优势，整合诸多位专业的专家和学者，总结企业的经验并将其提炼成优秀的案例。

（3）每个案例都来源于对企业的实际调研和访谈，为广大读者和管理者奉献中国最宝贵的企业的运作经验。

（4）满足MBA研究者相互沟通的需要，建立一个专用的网站虚拟空间，大家访问时可以进行无限沟通。

（5）所有编入本书的案例均经过企业的认证。

本书由战略篇、营销篇、资本运营篇、组织和人力资源管理篇、企业文化篇、综合篇组成，共计40万字，36个经典案例。

每个案例包括案例本体和案例思考两部分，案例本体主要介绍企业的某个管理特色，案例思考是针对案例的相关主体深刻切入。

本书取材于对300多家中国企业实地考察精选而成，本土化的案例和西方管理理念的结合是最大特色。

本书编辑队伍由人大、北大等在企业管理专业领域实践和研究的学者组成。

<<中国MBA经典案例>>

书籍目录

第一篇：战略篇 新浪：世界网络大缩水，新浪服务不缩水 西蔓：填补色彩空白的开拓者 新东方；教育产业的先行者 京新药业：二次创业之战略 北京巴威公司：通过澳项提升战略实施能力 鲁花：科技创新战略第二篇：营销篇 格兰仕：价格战中的胜利者 澳柯玛：制造“标准”空间 广西黑五类：“攻占”大上海 中国企业网：“一对一”营销 青鸟健身：在市场生存与发展的健身新时尚 龙信丰：为信用卡插上服务的翅膀 科健：营销开路，打造未来 喷施宝：中华肥王的成长之路 星海：营销渠道第三篇：组织和人力资源篇 视新广告：人力资源的“冰淇淋”艺术 北大方正：抓住人才优势，实施科技创新第四篇：企业文化篇 新东方：从绝望中寻找希望，人生终将辉煌 玉柴集团：文化提升品牌第五篇：资本运营篇 首都创业集团：“两个轮子”相互驱动的资金运营 古井：多员化的资本运营 北京三元：南征北战的收购战略 海信：鱼和熊掌兼得的资本运营第六篇：综合篇 卓达：突破传统思维，挑战房地产 法尔胜：从源头处把握 蒙牛：中国民营企业的成长之路 章光101：“东方魔水”的成长之路 波导：稳步成长探秘 同仁堂：品牌在时间的纬度中提升 郑州宇通：改革创新是企业发展的驱动力 上海中发电气：“三级跳跃”式发展战略 仕奇：以质量赢来顾客 清华同方：校办产业超常规发展之路 燕莎：再塑核心竞争力 恩威：立业之道 后记

<<中国MBA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>