

《工商管理/MBA案例》

图书基本信息

书名：《工商管理/MBA案例》

13位ISBN编号：9787300030180

10位ISBN编号：7300030181

出版时间：1999-05

出版社：中国人民大学出版社

作者：徐二明

页数：435

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

在企业战略管理中，企业为了获得竞争优势，需要分析自己的战略态势，找出保证获得成功的关键因素。那么，在工商管理教育中，案例教学可以称得上是一种保证完善地贯彻教学思路的关键因素。如同医院的病例、法院的审判案例，工商管理教学中所使用的案例反映企业管理的现实情景、管理中所出现的矛盾与冲突、管理所应用的各种数据，以及案例编写者所试图反映的管理理念。这就要求教师与学生共同配合，在课堂上对案例所提供的材料加以认真讨论；甚至通过计算机的模拟，提出一种或几种在教学过程中认为满意的解。当然，所有的案例是已成为历史的管理经验或方法的总结，是对企业以往的成功经验与失败教训的一种回顾，已成为一种静态的物质凝固在文字之中，与管理的现实已有了一段距离。这就要求教师与学生触类旁通，不应拘泥于现有的经验。在过去很长的时间里，我们的工商管理教学中缺少案例教学这一手段，充其量是教师在授课时辅以例子或例证，说明自己所要阐述的观点。学生只能被动地接受那林林总总的知识，难以在课堂上消化管理知识。

《工商管理/MBA案例》

内容概要

中国人民大学工商管理MBA案例（市场营销卷），ISBN：9787300030180，作者：徐二明丛书主编；郭国庆，李立国分卷主编

章节摘录

由于美国市场成长迅速，1986年和1987年日立公司在盒式录像机市场经营得十分出色。日立公司选择了廉价电视与立体声设备商店作为它的分销渠道。加之低价和促销性折扣，使它在这类销售网点中捷报频传，大获全胜。不妙的是，盒式录像机市场已趋于成熟，并且竞争对手纷纷崛起，正在为争夺市场占有率而战斗。因此，日立公司必须改善它形势严峻的营销地位，以求在盒式录像机市场上生存下去。盒式录像机市场的成长已经停止，该市场领域的大多数公司都在为继续盈利而奋斗。像许多其他日本公司一样，由于日元坚挺，日立可能要提价。同时，市场竞争十分激烈，韩国低价盒式录像机如三星和金星进入市场，会使提价产生严重后果。即一旦三星和金星占有明显的市场份额时，它们很有可能迅速向市场渗透，此时若日立提价，就会给三星和金星以可乘之机。日立公司过去一直采用低零售价和高零售折扣的战略，经营一向很成功，直到韩国产品大量涌入美国之前，日立公司的盒式录像机的售价常常是最低的。所以在韩国进口面前，日立公司表现得十分脆弱。

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：www.tushu000.com