

# 《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：9787509619544

10位ISBN编号：7509619548

出版时间：2012-12

出版社：经济管理出版社

作者：张承耀

页数：263

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](http://www.tushu000.com)

# 《企业管理案例与评论》

## 前言

企业管理研究与经济学研究的方法有着很大的不同，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说对企业实行“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，许多划时代的研究成果都是从一个具体的案例研究中得出来的。案例研究又可以包含两个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，这要求客观真实，不因人而异；另一个是评论，这要求深入挖掘，其价值判定将各不相同。当然，在个案描述的基础上也可以有综述性质的研究。笔者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3本。摆在您面前的第4本评论文集主要包括作者近年来在报纸、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，主要是从形式上考虑和划分的，即本文集分“点评”、“研究”、“时评”与“报告”四大部分，“点评”是针对某一案例所写的，后面附有背景资料；“研究”是不分案例与评论的整体的案例研究文章；“时评”是独立的评论，比较短小；“报告”为对某个专题的研究。从内容上看，可能存在前后重复交叉的情况，比如国有企业改革、治理结构、技术创新、企业文化等。

# 《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4(第2版)》第一部分“点评”包括8篇文章，第二部分“研究”包括4篇文章，第三部分“时评”包括26篇文章，第四部分“报告”包括2篇文章。在篇头有中间成果的出处可供参考。因篇幅所限，报告部分的参考文献略去了。

# 《企业管理案例与评论》

## 作者简介

张承耀，1947年5月出生于河北省秦皇岛市。1964年进入清华大学学习，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，北京市西城区政协委员，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年负责主持了中国社科院重点课题《控股公司的理论与实践》1996~1999-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》。

主要著作 专著 《现代企业制度原理》中国铁道出版社1994年 《建造企业帝国》广东旅游出版社1997年 《企业业改制案例与评析》经济科学出版社1997年 《两只眼睛看企业》广东经济出版社2001年 《企业经营管理案例评论》经济管理出版社2001年 《虚拟企业与策略联盟》经济管理出版社2004年 编著 《企业管理现代化、科学化问题研究》经济管理出版社1999年 《中国企业改革与发展案例》缀济管理出版社2000年 《中国企业经营与管理案例》经济管理出版社2000年 《企业管理前沿报告》企业管理出版社2004年 《企业管理案例与评论》（教学案例—1）经济管理出版社2005年 《企业管理案例与评论》（教学案例—2）经济管理出版社2006年 《企业管理案例与评论》（教学案例—3）经济管理出版社2006年 《企业管理案例与评论》（教学案例—4）经济管理出版社2008年 译著 《股份制向何处去》中国计划出版社1996年

# 《企业管理案例与评论》

## 书籍目录

第一部分 点评第1篇 跳出装备看装备案例：没有用户支撑，振兴装备制造业孤掌难鸣第2篇 现代版“卖国求荣”的典型案列：从武汉机床厂的出售看招商引资中的管理漏洞第3篇 不仅仅是支线战略案例：海航打造传媒航空新概念第4篇 人人都是客户的朝阳行业案例：互力文化传媒有限公司与“互力健康传媒”第5篇 两只眼睛看“步长”案例：步长要成为中国的辉瑞第6篇 向“安老师”学什么案例：安利中国之道第7篇 垄断与竞争，百姓心自明案例：新国美集团成立的意义第8篇 当一个做善事的企业家案例：SEE:中国企业家的环保试验案例：远东慈善使命第二部分 研究第9篇 “001集团”技术创新模式的主要特征第10篇 企业成长的“另类模式”——《小巨人企业》读后感第11篇 打造高信任的企业组织第12篇 万向集团的企业文化附件1：万向集团企业文化手册(2005年版)附件2：万向诚信手册附件3：典型模范员工事迹附件4：万向故事1~11册目录附件5：万向集团企业文化建设月报表附件6：万向党员“政治生日”贺卡调查表第三部分 时评第13篇 “两头吃”——中国改革时代“英雄”的奥秘第14篇 摸着石头闭着眼第15篇 人力资本价值的实现第16篇 何时全民“炒国企”第17篇 赌股东还是赌董事第18篇 商业贿赂：游走在合法与非法之间第19篇 企业文化的核心是企业家的财富观第20篇 垄断行业高工资与社会和谐第21篇 对国企高管持股“解禁”的质疑第22篇 共同富裕与中产阶层第23篇 如此“隔靴搔痒”为哪般第24篇 并购之外的文章……第四部分 报告

## 章节摘录

十几年来，在中国，安利这个全球化公司正在试验着本土化。全球化是这个时代最重要的特征，它已经深刻地改变着世界的面貌和格局，与之相辅相成，本土化管理与本土化生产经营已成为全球跨国公司的趋势。本土化可以让跨国公司在全球化扩张中做到顺时应势，从而减小阻力。然而直销业进入中国后，作为一种新的销售方式所造成的种种非议和误解，让全球直销巨头安利徒增了许多烦恼。因时而异，安利正在悄悄改变！安利在中国市场经历了几番整顿和改革，在与中国市场的磨合中不断地调整自己的经营策略，采取了一系列入乡随俗的本土化措施。首先是人才本土化。安利在中国大陆的管理层全部都是中国人的脸孔，香港人、台湾人、马来西亚华人，除此之外，其余的99.5%的员工都是土生土长的中国内地人。其次是营运模式的本土化，亦是安利的另一个重要战略。在进入中国之初，安利以海外传统直销方式开始经营。但1998年4月21日，中国政府鉴于直销市场被非法传销及各类经济形式犯罪严重扰乱的形式，在全国范围内禁止了一切直、传销经营活动。安利（中国）停止发展业务，并按政府要求转型经营，对原有经营方式作出了突破传统的重大调整。安利的转型方案于1998年7月22日率先获得政府批准，成为首家以“店铺加雇用推销员”的崭新经营模式的企业。转型后的安利（中国）符合国家各项规定，其经营方式既保留了安利的优势，又符合了中国国情。再次是生产本土化，安利在中国销售的所有产品全部是在中国生产。其在中国投资兴建大型生产基地并非单纯基于土地价格、人力成本的考虑，更多的是看重中国广阔的市场潜力，着眼于中国的长远发展。安利在广州、上海分设研发中心，拥有近7个专业实验室和100多名技术人员，生产适合中国市场的产品，其中，上海研发中心是安利在海外唯一的研发中心。最后是品牌传播的本土化。以前在海外安利几乎不做广告，现在“有健康，才有将来”的广告语已传遍中国大陆。着眼于在中国的长远发展，安利大手笔地致力于品牌建设，品牌理念成功地延伸了企业文化。

.....

# 《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说对企业进行“解剖”，主要采取归纳的方法进行研究。案例研究包含两个基本方面：一个是描述，这要求客观真实，不因人而异；另一个是评论，这要求深入挖掘，其价值判定将各不相同。

# 《企业管理案例与评论》

## 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](http://www.tushu000.com)