

<<每天读一个管理学案例>>

图书基本信息

书名：<<每天读一个管理学案例>>

13位ISBN编号：9787506480642

10位ISBN编号：7506480646

出版时间：2012-2

出版时间：中国纺织出版社

作者：张丽

页数：432

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>

<<每天读一个管理学案例>>

内容概要

张丽编著的《每天读一个管理学案例》通过对300多个经典管理学案例的解读，深刻剖析了当代管理者需要具备的个人素养和必须掌握的管理定律，给管理者提供了最具参考价值的300多条真经。

《每天读一个管理学案例》融深刻的哲理和切实可行的操作方法于一体，细致具体却不教条死板。管理者可以在畅快淋漓地饱览企业发展经典实例的同时，学到让公司做强做大的方法，以及打造高效团队的管理秘诀。

<<每天读一个管理学案例>>

书籍目录

- 第一章 良好的个人素养，出色的人格魅力——解读领导素质与魅力
- 第二章 指出方向，与员工共绘蓝图——解读愿景管理与目标
- 第三章 管理有时就是一种人际交往——解读沟通管理与协调
- 第四章 呼之即来，来之即战，战之即胜——解读团队管理与组织建设
- 第五章 要“管得少”，又要“管得住”——解读领导艺术与方法
- 第六章 一切的竞争都将回归人才的竞争——解读识人选人与用人
- 第七章 没有规矩，不成方圆——解读制度设计与修正
- 第八章 执行不彻底，一切都是空谈——解读细节管理与执行
- 第九章 名为治平无事，实有不测之忧——解读危机管理与应对
- 第十章 不必事必躬亲，放好风筝牵好线——解读授权管理与反馈
- 第十一章 管理之道在于经营人心——解读人性化管理真谛
- 第十二章 带出一批精兵强将是管理者的头等大事——解读人才培养与储备
- 第十三章 不怕有风险，就怕不谨慎——解读风险规避与决策
- 第十四章 人脉决定财脉，与外界关系要搞好——解读公关企划与社交
- 第十五章 产品是你的核心竞争力——解读产品研发与生产管理
- 第十六章 携手合作，共创辉煌——解读合作战略与竞争
- 第十七章 酒香就怕巷子深的时代——解读市场管理与营销
- 第十八章 管理者要算大账，也要算细账——解读财务管理与控制
- 第十九章 让员工自己跑起来——解读激励管理与奖惩

<<每天读一个管理学案例>>

章节摘录

版权页：20世纪初期，汽车还是富人的专属。

1903年，亨利·福特建立了福特汽车公司。

福特的目标非常明确，就是要制造人们都买得起的汽车。

经过多年的精心研制，亨利·福特终于造出了自己梦想中的汽车。

这种T型车坚固结实、容易操纵，售价是825美元。

1908年，T型车推向市场，当年就卖出了一万多辆。

接着，福特不断削减各种成本，到了1912年，T型车的售价降到了575美元，这也是汽车售价第一次低于人们的年均收入。

到了1913年，福特汽车的年销量接近25万辆。

要为大众制造汽车，就必须让人们买得起，这就意味着必须要建立一种规模经济，进行大规模生产，这样才能降低成本。

一次偶然的的机会，福特参观了芝加哥一家肉品包装厂。

当时他看到肉品切割生产线上的电动车将屠宰后的肉品传送到每位工人面前，工人们只需切割事先指定部位的肉品。

福特大受启发，回来就为自己的公司建立了汽车装配线。

装配线的建立，让福特公司拥有了明显的效率优势，远远胜过了竞争对手。

在1908-1912年间，装配线的建立让汽车售价降低了30%。

到了1914年，福特公司的13000名工人生产的汽车超过了26万辆，而当年其他所有汽车制造商总共才生产了28,7万辆汽车，仅仅比福特公司多出10%。

1920年，美国经济衰退，汽车的需求量也随之减少。

由于福特汽车的成本很低。

因此他们能够将自己汽车的价格再降低25%。

这时的通用汽车公司则无法像福特汽车公司一样降价，销售额急剧下滑。

到了1921年，福特汽车的销量占据了整个市场份额的55%，而通用汽车公司所有汽车的销量仅仅占了整个市场份额的11%。

在与福特的竞争中败下阵来的通用汽车公司总裁斯隆明白，自己不能与福特公司的低成本T型车展开竞争。

经过权衡利弊，斯隆认为，福特公司只制造一种类型的汽车，这虽是他们的优势，但也是他们的劣势。

随着人们对汽车需求的改变，产品多样化、消费者分层化应该是汽车发展的一个方向。

于是，斯隆为通用汽车公司制定了“满足各类钱袋、各种要求”的汽车新战略，参照人们经济状况的不同，提供不同价位和档次的产品。

<<每天读一个管理学案例>>

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>