

<<企业战略管理案例点评>>

图书基本信息

书名：<<企业战略管理案例点评>>

13位ISBN编号：9787811341430

10位ISBN编号：7811341433

出版时间：2008-8

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：李维安

页数：300

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>

<<企业战略管理案例点评>>

前言

自中国大陆20世纪90年代正式开展MBA教育以来，到现在为止，已经有120多所高校获得了MBA教育资格，30所高校获得了EMBA教育资格。

MBA教育和EMBA教育呈现出蓬勃发展的态势。

但是，应该看到的是，MBA和EMBA教育毕竟是舶来品，对其教育规律的研究和探索将决定中国MBA和EMBA教育的质量。

与在MBA和EMBA教育中普遍推崇案例教学、模型模拟教学等的热闹场景形成强烈反差的是，相当一部分教师的所谓案例教学远远达不到整体的案例教学的要求。

究其原因，恐怕主要有这样几个因素：第一，教师在理论上融会贯通的能力不强，在案例分析中往往就局部问题展开讨论，难以站在企业或者组织的整体去思考问题；第二，教师对时间的感悟能力不足，这既有教师理论素养和境界不高的问题，也有教师缺乏必要的实践积累的问题；第三，缺乏对案例教学的整体驾驭能力。

有鉴于此，我们组织了高校几位著名的教授，出版一套“名校名家MBA案例点评系列”，本系列的主要作者均为长期活跃在MBA和EMBA教育一线、案例教学成绩突出、教学效果和教学质量获得广泛好评、深受广大学生爱戴的著名教授。

本系列的学科涵盖范围包括了MBA教育的主要学科。

在过去的几年中，对外经济贸易大学一直致力于为中国的MBA和EMBA教育提供高质量的教材和支撑教学资料，并取得了显著成效。

我们从2000年开始，就先后出版了系列MBA教材和MBA经典案例评析系列。

已出版和再版的教材和案例评析著作已达20余部。

上述书籍的出版，极大地丰富了中国MBA教育的教材市场，产生了广泛的社会反响。

我们相信，本案例点评系列的出版，必将会对进一步推进中国MBA和EMBA教育事业的发展作出应有的贡献。

<<企业战略管理案例点评>>

内容概要

《企业战略管理案例点评》中我们的点评对象涉及20多个组织的战略经营实践，案例的范围涵盖了中外企业，也基本上涉及了MBA战略管理课程的内容。

并且编者对各个案例进行“教案式”点评，尽可能通过放大相关的战略管理知识容量，为读者创造“读中学”的学习价值。

值得指出的是，鉴于我国经济改革正处于公司治理的特别阶段，编者们在材料组织中增加了有关公司治理的战备层面上的案例，特别是美国通用汽车公司在成长和发展过程中公司治理如何逐渐成为一种战略选择的综合案例。

<<企业战略管理案例点评>>

作者简介

李维安，管理学博士、经济学博士，教授，博士生导师，全国首批文科长江学者特聘教授。现任南开大学商学院院长、公司治理研究中心主任、《南开管理评论》主编。兼任国务院学位委员会学科评议组成员、教育部工商管理教学指导委员会副主任委员、中国企业管理研究会常务副理事长、天津市管理学会会长等学术职务，享受政府特殊津贴。主要研究方向为公司治理、网络组织与企业集团管理等，研究成果分获第十届孙冶方经济科学著作奖、第二届蒋一苇企业改革与发展基金优秀著作奖、教育部第三届社会科学优秀成果一等奖、国家优秀教学成果二等奖、天津市第八届优秀社科成果特等奖（惟一）等奖项。入选2006年度（第三届）“中国最具影响力的十位管理大师”，荣获复旦管理学奖励基金会颁发的2007年度“管理学杰出贡献奖”。

周建，管理学博士、管理学博士后。现为南开大学商学院教授、博士生导师，美国俄亥俄州立大学富布莱特学者。兼任南开大学商学院案例研究中心主任、天津市政协委员。研究方向为：新经济条件下的公司战略与竞争优势动力学、基于战略联盟的企业网络组织及其治理、新兴经济国家企业跨国经营中的公司治理问题，主持多项国家自然科学基金等科研项目。近年赴美国哈佛大学商学院接受企业管理案例专项培训，并在2006-2007年赴美跟随全球战略管理主流学说资源学派（RBV）奠基者之一、美国著名学者杰·巴尔尼（Jay Barney）教授研习高级战略管理。发表学术成果50余篇。

张耀伟，管理学博士，现在南开大学经济学博士后流动站从事博士后研究。主要研究方向为企业战略与公司治理，主持并参与相关的国家和省部级课题十多项，参与多项横向课题和国际合作项目的研究工作。

<<企业战略管理案例点评>>

书籍目录

四两拨千斤真的行吗？

“巨人”的兴衰中华老字号“东来顺”再涮一百年，可能吗？

中国彩电峰会：企业联盟还是串谋？

百年老店“王麻子”错在哪儿？

拯救中国汽车品牌：曲折中华好马也吃回头草？

昙花一现：一代“标王”秦池酒同仁堂，百年老店的海外路线格兰仕：集中一“点”的奥妙联想：咬定换标不放松万科发展战略的“加减法”富士彩卷为何惨败柯达？

中青旅的“非典之旅”戴姆勒—克莱斯勒：治理文化的困惑“119工程”危机四伏：面向新世纪的通用汽车（GM）中集集团：世界级的核心能力来自哪里？

首都机场集团公司：距离世界一流的机场集团还有多远？

阿里巴巴与互联网大道汇丰银行：并购与成长“蒙牛”牛在哪里？

星巴克的文化战略后记

<<企业战略管理案例点评>>

章节摘录

四两拨千斤真的行吗？

——互联网时代一种新的战略竞争模式 案例目标 本案例的分析目标，是介绍在以互联网为特征的网络经济时代背景下，企业之间的竞争格局如何形成，网络企业之间的竞争和工业企业之间的竞争有哪些不同之处。

由于企业经营背景的完全不同，企业规模在互联网背景下不是惟一的竞争制胜条件。

如何灵巧地运用知识密集型企业资源的能力结构，是网络经济条件下企业竞争的新的制胜策略。

其中，柔道战略特别形象地说明了小企业如何在一定的条件下和大企业同台竞争。

但是，以灵巧见长、以小搏大的“柔道战略”并非万全之策。

在应用过程中，如果不遵循基本的战略竞争规律，有可能沦为传统经济的战略竞争范畴，从而失去这种战略的运用效率。

一、案例资料 伴随以互联网为基础的竞争时代的到来，公司之间大卫和巨人哥利亚式的战斗变得越来越普遍。

快速灵活的进入者一直都在攻击占据优势的先入者，这样的竞争状况不仅发生在软件和网络化设备这样的高技术部门，而且在传统的低技术行业如零售业中也是如此。

.....

<<企业战略管理案例点评>>

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>