

高等学校工商管理专业应用型本科系列教材

企业管理案例 分析教程

梅子惠 曹承锋 主 编
李 荣 李 高 副主编

Business



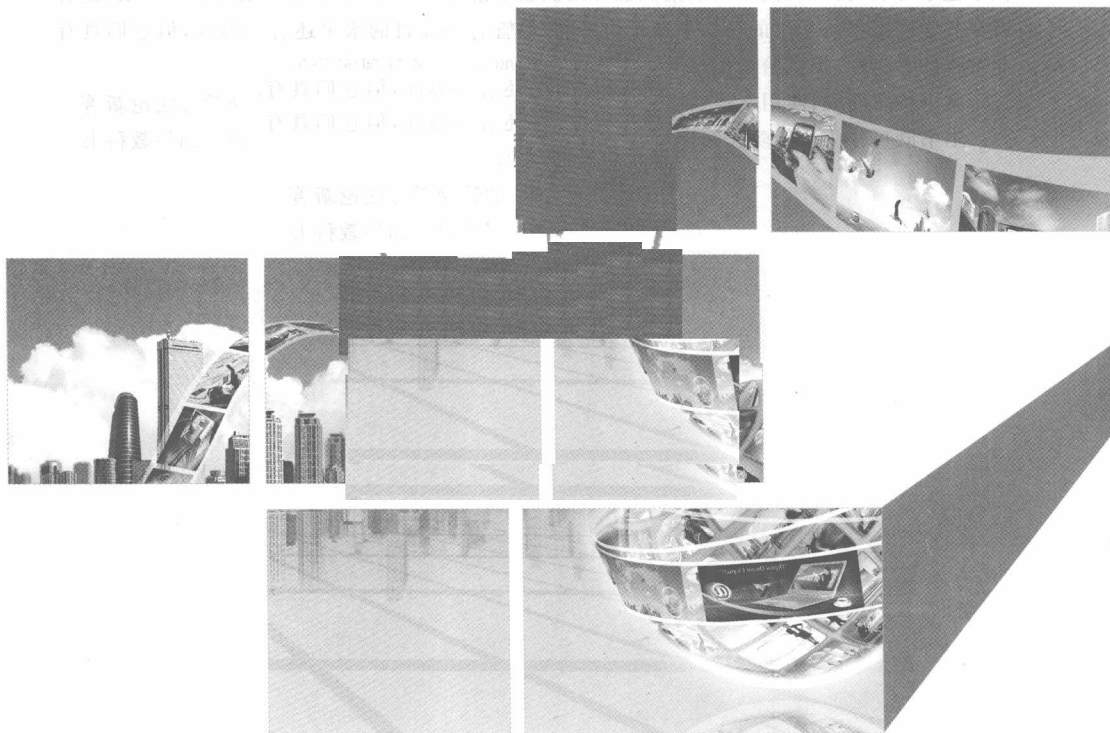
高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校工商管理专业应用型本科系列教材

企业管理案例 分析教程

Qīyè Guǎnli Ānlǐ Fēnxī Jiàochéng

梅子惠 曹承锋 主 编
李 荣 李 高 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

企业管理案例分析教程/梅子惠,曹承锋主编. —北京:
高等教育出版社,2010.9

ISBN 978-7-04-029361-6

I. ①企… II. ①梅…②曹… III. ①企业管理-案例-
分析-高等学校-教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 150157 号

策划编辑	宋志伟	责任编辑	李冬梅	封面设计	张楠
责任绘图	杜晓丹	版式设计	马敬茹	责任校对	金辉
责任印制	韩刚				

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	咨询电话	400-810-0598
邮政编码	100120	网 址	http://www.hep.edu.cn http://www.hep.com.cn
经 销	蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landrac.com http://www.landrac.com.cn
印 刷	廊坊市文峰档案印务有限公司	畅想教育	http://www.widedu.com
开 本	787×960 1/16	版 次	2010 年 9 月第 1 版
印 张	29.25	印 次	2010 年 9 月第 1 次印刷
字 数	540 000	定 价	39.80 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 29361-00

序

我和梅子惠教授共事多年,亲身多次参与他所主持的教育、教学活动,深知他不仅是一位用力工作,而且更是用心工作的学者。他讲话总有新观点,干事总有新点子,做学问总有新思想。他在中国中南财经大学武汉学院工商管理系当主任时,上任伊始,就提出走“强化实践性教学,打造属于我们自己的优势”的鲜明指导思想,并且在实践中做出了不懈努力。

《企业管理案例分析教程》一书就是在上述指导思想指导下,在他主持的课题“经管类专业实践性教学模式创新研究”的基础上形成的。这本书的特点是,以学生为主,以案例学习为主,高度调动学生的积极性、主动性、创造性,引导学生通过案例的学习,自主地进行读、写、说和听训练,从而提高学生分析和解决现实管理问题的能力。

现在,全国正在热议《国家中长期教育改革和规划纲要(2010—2020年)》,热议教育思想,其中最重要的议题是我们到底要培养什么样的人,通过什么方法来培养人。

国际上,通常把大学分为研究型、研究教学型、教学型三类;培养的人才分为研究型、工程型、技术型、技能型四种,其中的技术型也可称应用型。香港理工大学是一所国际知名大学,有70多年的办学历史,培养了许多世界级人才。它的办学理念、办学思想是“以应用为本”。据介绍,我国台湾地区培养的硕士、博士研究生,也有应用型人才。所以我在想,不论何种类型大学都应该培养应用能力,即分析和解决问题的能力,只是培养的人才层次不同罢了。

当前,我们的人才市场上,出现了中专生就业比专科生好、专科生比本科生好的现象,有些本科毕业生找不到工作,又去“回炉”读技工学校,这明显地反映出应用能力的重要性。

今年“两会”期间,中国科学技术协会副主席、中国工程院院士刘玠说:“我遇到很多博士,到工厂都成了‘不是’。炼钢的博士不会炼钢,炼铁的博士不会炼铁。”刘玠认为,创新人才的前提是具备很强的实践动手能力。

在教学方法上,我们讨论了几十年,一直提倡“启发式”教学、废止“灌输式”教学的问题,至今也没解决好。我们好些老师只会“灌输”,不会“启发”,因为“灌输”毕竟比“启发”来得容易。使用《企业管理案例分析教程》这本书在很大程度上要逼迫老师废止“灌输式”教学了。

教育部在推出高等教育“质量工程”时,曾经提出6项措施:专业设置和专业结构调整是人才培养的基础;课程和教材建设是提高高等教育质量的关键环节;实践教学与人才培养模式改革创新是提高教育质量的重要内容;建设一支高水平的教师队伍是提高高等教育质量的重要保证;建立教学质量监控体系和评价制度是提高高等教育质量的重要手段;对口支援西部地区高等学校是实现高等教育协调发展的战略举措。这6项措施中有5项是直接谈学校教育质量的,又以第2项、第3项与这本教材及其教学模式紧密关联。从这个角度来审视这本教材,它的现实价值就更清楚了。

愿《企业管理案例分析教程》的出版面世,能推动高校教育教学改革前行。

周松华

2010年3月于湖北武汉

前 言

以学生为主,以学习案例为主,高度重视调动学生的积极性和创造性,引导学生通过对案例的学习,自主地进行读、写、说和听的训练,从而提高学生分析和解决现实管理问题的能力,是“企业管理案例分析”课程的特点。因此,教师要牢牢地把握住本课程的这一特征,将其体现到整个教学过程去。

针对本课程的教学,著者有以下一些想法供教学时参考。

一、本书内容的功能结构

本书为企业管理案例分析课程提供的内容包括四个部分:一是引论篇,二是管理案例分析指导篇,三是管理案例篇,四是管理案例分析实录篇。这四篇内容从功能上讲,引论篇目的在于将学生引入本课程中,让学生知道本课程的学习特点和学习方法以及本课程与其他课程的区别和联系,让学生在思想上做好准备,以新的学习态度和方法来迎接新的课程学习。管理案例分析指导篇是对学生进行管理案例分析的具体指导。这部分内容需要教师在深刻领会本课程教学真谛的基础上以多种方式教授给学生,施教的情况关系到企业管理案例分析课程教学的效果。管理案例篇是学习的对象,教师可以根据学生的状态以及教学课时等实际情况,选择一定数量的管理案例供学生学习。管理案例分析实录篇是提供给学生分析范例,以便让初次接触案例分析学习的学生仿效、遵循。

二、教师需讲授的内容及施教思路的选择

本课程主张以学生为主,以案例学习为主,但并不是否定教师的作用,恰恰相反,要上好企业管理案例分析课程,教师的精力投入甚至比其他课程还要多,其要求也比其他课程更高。教师要讲授的内容主要是教材中前两个部分(即前八章内容),对这些内容的讲授可以采用两种施教思路:一是像讲授其他课程一样,从头到尾,即从第一章讲到第八章,然后再组织学生运用这些知识去分析管理案例;二是将上述八章内容分成几个专题插入管理案例分析中的各个阶段来讲授。

著者认为按第二种思路施教为好。其原因是,在学生没有接触到管理案例之前,集中讲授前八章内容,对学生来说是抽象的,不易领会,也不可能很好地运用,达不到本课程的教学目的;而将八章内容分插在管理案例分析之中,用专题的形式结合管理案例分析有的放矢地讲授,显然更有利于学生理解和运用这些知识。

三、教学的计划性问题

任何一门课程的教学都必须有计划地进行,而对于管理案例分析教学来说,其计划性尤为重要。企业管理案例分析课程教学的计划性体现在教学进度计划和学生循序渐进的专业学习规律两个方面:首先,就其课程教学进度计划来说,一般的课程是以教材章节的次序来安排教学进度计划,这是最普遍的做法;但是这种做法并不适合企业管理案例分析课程,这是因为企业管理案例分析课程所使用的教材既有教师要讲的内容,也有学生要学习分析的内容,而且,这些教学活动是分次并且往往是交叉进行的,孰先孰后必须用进度计划来限制,否则就可能乱了套。同时,企业管理案例分析课程所使用的教材本身的章节并没有直接体现这种顺序性,而是需要教师根据自己的实际情况来进行安排。其次,从学生的学习规律来说,案例学习应该是循序渐进的,其计划要体现出先易后难、先单一后综合的原则;此外,在调动和激发学生的积极性和创造性时也应该有一定的计划,只有这样才能达到案例教学的目的。要真正实现计划性,就需要教师在案例篇中精心选取案例,恰到好处地安排案例学习;在每一轮次的管理案例讨论中,要将引导和激发学生的创造性和积极性体现到教学中去。

四、管理案例分析教学的基本技巧

企业管理案例分析课程教学的基本技巧可以概括为一句话,即“千方百计激发学生的积极性和创造性”。积极性是针对学生对管理案例分析教学的参与度而言的,而创造性所反映的是学生管理案例分析成果的品质,即分析的深度和广度。

企业管理案例分析课程教学的这一基本技巧,关系到教学目的的实现。管理案例分析教学,不是在于向学生传授多少理论,而是在于以训练的形式引导学生分析研究案例。在追寻最佳管理方案的过程中,学生将提高自己的思维能力、解决实际问题的能力。显然,没有学生的积极参与,这一教学目的是根本不可能实现的。而思维能力、解决问题能力的提高是通过管理能力的外化形式——读、写、说和听等行为方式的训练来实现的,这是一个由量变到质变、由知识向能力转化和能力不断得到强化的过程,所以应该鼓励学生对案例进行创造性的分析。

为了激发学生在管理案例分析中的积极性和创造性,任课教师需要注意以下一些事项。

(一) 引导重于说教

在管理案例分析中,教师的引导至关重要,最值得注意的是对学生管理案例分析成果优劣评价的引导。对于学生的管理案例分析,教师肯定有自己的评价,在一般情况下教师可以做些点评,指出优点所在,说明不足之处。但是,这种评价方法的使用不能千篇一律,而应该更多地引导学生自己去判断优劣。例如,在

课堂讨论时,教师安排优秀学生作引路性发言,让学生知道这就是教师心目中最好的发言;或是在学生发言之后,针对最好的发言让大家帮其总结优点。这种引导学生自我认识的做法,可以唤起学生积极向上的热情,在不断追求优秀的过程中,使自己不断完善。管理案例分析教学中最忌讳的是教师过多地去说教,因为教师的分析也并不都是高明的,如果对每个管理案例教师都去作示范性分析,不仅不能使学生获得真知,而且会使学生产生懒惰情绪,致使管理案例分析教学陷入被动。在这里所说的引导重于说教,实际上就是强调任课教师不应该过分地去追求管理方案的最佳性,而应教会学生分析问题的方法,让学生之间互相学习,取长补短,不断完善。

(二) 讨论方式多样且富有新意

讨论是管理案例分析的重要形式,一个学期一个班的学生仅规范性文本案例就要讨论十几个,如果教师不讲究教学艺术,就会使学生对管理案例讨论产生厌倦情绪,更谈不上什么积极性和创造性了。管理案例讨论要达到预期效果,讨论方式就必须多样且富有新意。除教材中介绍的几种讨论方式之外,作者还根据自己的教学实践探索出了一种可供选择的方式,即各小组针对一个管理案例发言之后,可以有计划地将讨论引向深入。例如,一个单一的管理案例在讨论之后,可以要求学生从三个方面进行总结:其一,自己的发言内容是否全面;其二,自己的发言是否有新意;其三,自己在发言时仪表是否得体。当学生针对一个企业设计好策划书后,可以引导学生对这个策划书的可行性进行质询,从而引起深入的讨论;当学生针对一个企业危机管理案例发言之后,教师可以提出“大难面前不乱方寸,危机之中最有智慧”这样的十六个字来作为评优的标准。总之,就是采取不断总结、质疑和评优等方式,将讨论一步步引向深入,这样,虽然讨论次数较多,但每一次都有新内容,讨论的方式也在发生变化,每一轮次的讨论都不是一种简单的重复,而是一种螺旋式的上升。

(三) 重视过程效应胜于结果

和在真实的管理岗位上必须有管理作为一样,管理案例分析需要追求最佳的管理方案。但是,在管理案例分析的教学活动中,还需要特别注意处理好分析目的和教学目的这二者之间的关系。从根本上说,获得最佳的管理方案,是分析管理案例目的之所在;然而,更应该重视的是管理案例分析的教学目的,即通过这种分析和寻找最佳管理方案的过程,使学生的思维得到锻炼,处理现实管理问题的能力得到提高,这就是我们所说的“重视过程效应胜于结果”的真正含义。企业管理案例分析课程的任课教师明白这一点十分重要,只有这样,才能对学生进行恰到好处的引导。

(四) 不以权威者自居

在企业管理案例分析课程的教学过程中,最忌讳的是教师在学生讨论过程

中以权威者的身份出现。这样做的结果一是容易扼杀学生分析的积极性和创造性,二是会形成事事等教师来作结论的被动局面。其实,虽然教师在管理案例分析中有自己的优势,但也并不是在任何时候都比学生强。学生通常对社会生活中的新事物更为敏感,较少保守,思想解放,这些都会形成学生在分析管理案例过程中的优势。教学实践表明,很多学生对管理案例的分析是非常出色的,他们思想活跃,接受信息的速度快,反应迅速,往往所得结论或作出的管理方案颇具新意。因此,真诚地与学生共同研究问题,激发他们的积极性和创造性才是教师最需要做的,否则就无法达到进行管理案例分析的目的。

五、对学生成绩的考核方式和考核技巧

企业管理案例分析课程的教学不能采取传统的考核方式。这是因为,企业管理案例分析课程教学重在对学生能力的训练,并且,学生能力的提高反映在训练的过程之中,所以考核不仅应该及时而且更应该多次,只有这样才能激发学生不断强化能力训练的热情并真实反映学生能力提高的过程。另外,由于管理案例分析教学组织采取的是以小组为单位的团队结构模式,所以,每个学生的学习成绩自然只能以小组的学习水平来反映。这样做的好处是,其一,使其考核具有了可行性。如果说不这样考核,而是以一个个独立的学生分别考核,在时间上和教师的精力上都不具有可行性。其二,有利于激发出学生团结协作的精神。因为小组代表发言的好坏关系到全小组同学的学习成绩,这样谁也不敢马虎,人人承担着责任。这种势态促使人人作贡献,个个尽努力。

企业管理案例分析课程对学生来说,主要有两个阶段:一个是规范性文本管理案例学习阶段,另一个是跟踪调查性管理案例分析学习阶段。在一个学期中,要求学习的规范性文本管理案例应该在100个左右,要求讨论的管理案例也在10个以上。跟踪调查性管理案例分析也将进行1~2个轮次,每一轮次将是一个时间较长的读、写、说和听的过程,最后不仅要求有书面的管理案例分析报告,而且要将自己的分析报告当众演讲。以上两个学习过程告一段落,才进入统一的期末考试阶段。

由于企业管理案例分析课程教学的特殊性,其考核的方式与其他的课程不一样,因此有其特有的方式。在平时考核和期末考核成绩的分布上,对其他课程而言,学生总成绩中平时成绩占30%,期末考试成绩占70%;而企业管理案例分析课程的考核与上述课程恰恰相反,即在总成绩中平时成绩占70%,而期末考试成绩占30%。并且,在汇总平时成绩时,区分规范性文本管理案例学习成绩和跟踪调查性管理案例分析学习成绩,其中前者占40%,后者占30%,二者之和才是总成绩的70%。期末考试与传统考试相同,采取当堂做试卷、当堂完成的方式,可以闭卷,也可以开卷。试卷主要考查学生对管理案例的学习和理解程度,考查学生的概括和抽象能力以及分析和解决现实问题的能力。对于学生成

绩的考核需要建立一个学生成绩考核表,该表由平时考核成绩、期末考试成绩和总成绩三大项组成。

另外,需要说明的是,对学生管理案例分析成绩的考核应该有学生的参与,这主要体现在规范性文本管理案例分析和跟踪调查性管理案例分析的课堂讨论和分析成果的口头表述上。具体做法有二:一是请全班同学推选最公正、最负责的1~2名同学与教师一起对每一个同学的发言评分;二是由教师随机挑选同学配合教师一起针对发言学生打分。对参与评分的学生不必规定其标准,只是提出一个原则,即一视同仁,以同一个标准对所有发言同学评分就可以了。学生参与评分不仅可以提高对学生成绩考核的透明度,以示公平,同时,这种记分方式也可以调动学生学习的积极性,提高学生对整个教学活动的参与度。编者在教学实践中采取这种评分方式收到了很好的效果。

本书的编写分工情况如下:梅子惠(第1~8章),李荣(第9~12章),李高(第13章),陈敏、江晓(14章)。广州智光电气股份有限公司董事曹承锋先生从企业家的角度审阅了全部案例。另外,对于书稿中存在的不足,恳请读者指正。

梅子惠

2010年3月于中南财经政法大学晓南湖

目 录

第一篇 引 论 篇

第一章 管理案例分析概述	3
第一节 管理案例及其案例分析的基本含义	3
第二节 管理案例分析的教学目的和意义	5
第三节 管理案例分析的教学内容和特点	7
第四节 管理案例分析课程与其他课程的区别和联系	9
第五节 管理案例教学的产生和发展	10

第二篇 管理案例分析指导篇

第二章 管理案例分析的教学组织	15
第一节 管理案例分析教学阶段与教学计划	15
第二节 管理案例分析中教师的作用	18
第三节 管理案例分析中的案例准备	20
第四节 管理案例分析中学习小组的建立	21
第五节 管理案例分析教学的一般程序和步骤	23
第三章 管理案例的选择和描述	26
第一节 正确选例的原则和控制方法	26
第二节 管理案例的基本要求和书面描述	29
第三节 有关管理案例的掩饰处理	33
第四章 规范性文本管理案例的学习和课堂讨论	35
第一节 规范性文本管理案例学习在管理案例分析 课程中的地位和作用	35
第二节 规范性文本管理案例课堂讨论的设计和组织的	37
第三节 规范性文本管理案例讨论的准备和参与	42
第五章 管理案例的研究和书面分析报告的形成	50
第一节 管理案例分析中的理论知识学习	50
第二节 把握正确的研究角度	53
第三节 通过调查研究获得真知灼见	54

第四节 正确处理资料, 追寻合理结论	59
第五节 勾画表述脉络, 形成书面思维成果	63
第六章 管理案例分析中的创造性思维	67
第一节 创造性思维的内涵及其特征	67
第二节 强化管理案例分析中创造性思维的主观条件	69
第三节 善于发问与联想	73
第四节 有关创造技法的介绍和启示	75
第七章 管理案例分析成果的口头表述	80
第一节 口头表述的作用和意义	80
第二节 管理案例分析成果表述的要求	82
第三节 克服羞怯心理	84
第四节 口头表述的艺术追求	88
第五节 口头表述的评估	91
第八章 管理案例分析的讲评和总结	94
第一节 讲评和总结的基本做法和意义	94
第二节 管理案例分析讲评的原则和对教师的要求	95
第三节 管理案例分析讲评中需注意的几个问题	97

第三篇 管理案例篇

第九章 管理学案例	101
案例 9-1 管理有大小事之分吗?	101
案例 9-2 百年老院的现代管理启蒙	102
案例 9-3 新官上任遇到的问题	103
案例 9-4 自我改善的柔性管理	105
案例 9-5 文化病变: 人性与责任	107
案例 9-6 不同战略, 两种命运	108
案例 9-7 开发新产品与改进现有产品之争	109
案例 9-8 康佳的低成本竞争战略	110
案例 9-9 陈明的商业计划书	113
案例 9-10 洛阳轴承集团 ERP 实施	113
案例 9-11 简单化分权的陷阱	115
案例 9-12 大公司怎样与员工沟通	116
案例 9-13 从一起事故处理看“管理沟通”	118
案例 9-14 选举风波	121
案例 9-15 掌握授权艺术, 走出管理困境	122

案例 9-16	“闲可钓鱼”与“无暇吃鱼”	123
案例 9-17	新任董事长的问题	126
案例 9-18	控制迷局——××医院的个案研究	130
案例 9-19	甲级烟车间的“点检制”	132
案例 9-20	企业高精度管理——6 西格玛模式	135
案例 9-21	单一物质激励是“害民政策”	137
案例 9-22	工资全额浮动为何失灵?	138
案例 9-23	陈总的误区	139
案例 9-24	TCL 的企业文化	140
案例 9-25	青岛澳柯玛的发展道路	141
案例 9-26	美特斯·邦威:温州的虚拟企业	143
案例 9-27	员工为何不满意	145
案例 9-28	如何进行管理	147
案例 9-29	怎样赢得竞争优势	148
案例 9-30	面对挑战,乐凯怎么办	148
案例 9-31	知识分子太难管了	152
案例 9-32	谁是谁非	153
案例 9-33	江东毛纺有限公司	154
案例 9-34	深圳赛格集团	156
案例 9-35	海尔集团管理的特色	161
案例 9-36	创新——广东佛陶集团每天的追求	163
案例 9-37	红卫化工仪表厂的一场风波	169
案例 9-38	升任公司总裁后的思考	172
案例 9-39	华北油田分公司实施精细管理控制成本调查	173
案例 9-40	创意致富 动漫人生	180
案例 9-41	工商系学生专业课外活动	182
第十章	生产运作管理案例	184
案例 10-1	红梅公司	184
案例 10-2	快餐的制备过程	185
案例 10-3	易写公司	186
案例 10-4	益智玩具公司	187
案例 10-5	生产电炉	188
案例 10-6	特洁公司	189
案例 10-7	林瑞平的游泳池设施供货方案	191
案例 10-8	顶尖连锁店	192

案例 10-9 富达公司	193
案例 10-10 深圳晶华玻璃瓶有限公司	197
案例 10-11 上汽集团:精益管理评价体系	206
第十一章 人力资源管理案例	212
案例 11-1 迈向战略角色——一家中国台湾公司的 人力资源管理和组织转型	212
案例 11-2 “赛马不相马”——海尔公司的人力资源开发	219
案例 11-3 长城高尔夫乡村俱乐部	223
案例 11-4 东飞公司怎样才能留住人才	233
案例 11-5 北电网络注重过程的考核	236
案例 11-6 奖励的管理——山花煤矿奖金分配风波的启示	239
案例 11-7 一起人才流动的“官司”	241
案例 11-8 赵副厂长该怎么办?	243
案例 11-9 搞员工培训值得吗?	243
案例 11-10 广州牙膏厂销售员的选拔	245
案例 11-11 红旗轻工设计院选择干部	247
案例 11-12 微软研究院的人才管理方式	249
案例 11-13 “人才楼”为何人去楼空?	251
案例 11-14 江城联合公司的人才选拔	253
案例 11-15 天宏公司的绩效管理	255
案例 11-16 天价违约金能否震慑跳槽者?	256
案例 11-17 高智力人群的管理	257
案例 11-18 ××公司的员工培训计划	261
案例 11-19 科龙高层变动	266
案例 11-20 什么样的软件工程师最合适	268
案例 11-21 神州数码公司的岗位责任制	270
案例 11-22 红桃 K 给员工补血	273
案例 11-23 EVA 薪酬体系改革	274
案例 11-24 某公司职位评价	277
案例 11-25 鼎文酒店集团的扩张	278
案例 11-26 五金制品公司的人力资源规划	279
第十二章 市场营销案例	281
案例 12-1 海尔洗衣机“无所不洗”	281
案例 12-2 绿色新飞	284
案例 12-3 脑白金:简单而成功的营销模式	286

案例 12-4	“云南红”:上升的葡萄酒“新贵”	292
案例 12-5	英格索兰,专业工具拓展 DIY 市场	294
案例 12-6	北京现代,挺进政府用车及出租车市场	297
案例 12-7	“厨房专家——方太”如是说	300
案例 12-8	盛大网络如何独舞	303
案例 12-9	欧莱雅集团进军中国市场	306
案例 12-10	九阳豆浆机:隐藏的冠军	309
案例 12-11	欢迎进入三星的数码世界	312
案例 12-12	招商“一卡通”:金融产品的创新	315
案例 12-13	迪斯尼乐园:给游客以欢乐	318
案例 12-14	央视广告招标:随中国经济同步成长	322
案例 12-15	中石化的销售渠道重组	325
案例 12-16	娃哈哈:渠道的成功与困惑	327
案例 12-17	点“时”成金——德州仪器的供应链管理	330
案例 12-18	联华超市的配送中心	332
案例 12-19	立顿公司网络营销策略分析	334
案例 12-20	雕牌的营销控制	336
案例 12-21	张裕“用心良苦”做市场	339
案例 12-22	洗发水市场:集中一点,差异求胜	342
案例 12-23	可口可乐 PK 王老吉	345
案例 12-24	“当当”的天使之翼	347
案例 12-25	蒙牛的促销策略	349
案例 12-26	悲情铤星	352
案例 12-27	美的:帮出来的好汉	355
第十三章	财务管理案例	357
案例 13-1	退休金理财计划	357
案例 13-2	彩虹公司开发茶饮料产品预测	359
案例 13-3	东方公司股票内在价值估计	361
案例 13-4	公司融资方式大盘点	362
案例 13-5	江铃汽车 A、B 股筹资	364
案例 13-6	厦门路桥长期借款筹资	368
案例 13-7	云天化股权回购	372
案例 13-8	厦门国贸资本成本辨析	374
案例 13-9	四川长虹资本结构	378
案例 13-10	用友软件派发现金股利的争议	380

案例 13-11 上海轮胎橡胶公司的信用管理·····	383
案例 13-12 荣事达的财务成功之路·····	389
案例 13-13 新疆德隆的融资及财务风险控制失败·····	390

第四篇 管理案例分析实录篇

第十四章 管理案例分析实录·····	397
实录 1 万××同学的案例分析·····	397
一、实例选择统计表·····	397
二、案例分析 如何使三星电子品牌增值·····	397
三、案例分析见解口头表述评估表·····	401
四、指导教师评语·····	401
实录 2 刘××同学的案例分析·····	402
一、实例选择统计表·····	402
二、案例分析 航空快递业的困境和出路·····	402
三、案例分析见解口头表述评估表·····	404
四、指导教师评语·····	405
实录 3 李××同学的案例分析·····	405
一、实例选择统计表·····	405
二、案例分析 刘总经理应该怎样处理这件事·····	406
三、案例分析见解口头表述评估表·····	410
四、指导教师评语·····	411
实录 4 王××等同学的案例分析·····	412
一、实例选择统计表·····	412
二、案例分析 如何制定生产计划·····	412
三、案例分析见解口头表述评估表·····	415
四、指导教师评语·····	415
实录 5 樊××同学的案例分析·····	416
一、实例选择统计表·····	416
二、案例分析 都是缺乏沟通惹的祸·····	417
三、案例分析见解口头表述评估表·····	419
四、指导教师评语·····	420
实录 6 何××同学的案例分析·····	420
一、实例选择统计表·····	420
二、案例分析 员工的问题不容小视·····	421
三、案例分析见解口头表述评估表·····	424

四、指导教师评语	424
实录 7 龚××同学的案例分析	425
一、实例选择统计表	425
二、案例分析 论奇瑞与捷顺的“中国式离婚”	425
三、案例分析见解口头表述评估表	429
四、指导教师评语	429
实录 8 蔡××同学的案例分析	430
一、实例选择统计表	430
二、案例分析 正确把握岗位能力要求 避免招聘失误	431
三、案例分析见解口头表述评估表	432
四、指导教师评语	432
实录 9 李××同学的案例分析	433
一、实例选择统计表	433
二、案例分析 发掘有利条件、培养良好素质是自主创业成功的前提与保证	434
三、案例分析见解口头表述评估表	436
四、指导教师评语	437
实录 10 吴××同学的案例分析	437
一、实例选择统计表	437
二、案例分析 打造企业品牌,走良性发展之路	438
三、案例分析见解口头表述评估表	442
四、指导教师评语	443
后记	444