

古代战争和现代营销的完美结合

营销

百战奇略

紫夫 编著



海天出版社

官
官
官

官
官
官

官成奇蹟

2008 年 10 月



营销 百战奇略

紫夫 编著



海天出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

营销百战奇略/紫夫编著. —深圳: 海天出版社,
2006

(百战奇略系列)

ISBN 7-80697-653-1

I. 营... II. 紫... III. 企业管理—市场营销学
IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 132562 号

海天出版社出版发行

(深圳市彩田南路海天大厦 518033)

<http://www.htph.com.cn>

责任编辑: 廖 译 (choate_ly@yahoo.com)

陈 炯 (cj333@21cn.com)

责任技编: 卢志贵 封面设计: 谭韦伟

版式设计: 何世领

邮购电话: 0755-83460397

深圳市希望印务有限公司印刷 海天出版社经销

2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

开本: 787 mm×1092mm 1/16 印张: 17.875

字数: 250 千 印数: 1-6000 册

定价: 28.00 元

海天版图书版权所有, 侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题, 请随时向承印厂调换。

关于《现代企业管理案例分析教程》一书教学实施的说明 (代前言)

以学生为主,以案例学习为主,高度调动学生的积极性、创造性,引导学生通过对案例的学习,自主地进行读、写、说的训练,从而提高学生分析和解决现实管理问题的能力,这是“企业管理案例分析”课程的重要特点。因此,教师要牢牢地把握住本课程这一特征,将其体现到整个教学过程之中去。

针对本课程的教学,编者有以下一些意见供本课程教学实施时参考:

一、本教材内容的功能结构

本书为案例分析课程所提供的內容,主要是四个部分:一是引论篇;二是指导篇;三是案例篇;四是实录篇。这四篇內容从功能上讲,引论篇目的在于将学生引入到本课程中来,要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的学习。指导篇是对学生进行案例分析的具体指导,这部分內容是需要教师在深刻领会其真谛的基础上以多种方式指导给学生的,其施教情况关系到案例分析课程教学的效果。案例篇是学习的对象,教师可以根据教学班学生的状态以及教学课时多少等实际情况,选择一定数量的案例给学生学习。实录篇是提供给学生的分析范例,以让初次进入案例分析学习的学生仿效可以触摸,遵循也很实在。

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高。教师要讲授的内容主要是教材中前两个部分(前八章內容),对前八章內容的讲授可以有两种施教思路:一是像上其他课程一样,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案例;二是将上述八章內容分成几个专题插入到案例分析之中的各个阶段来讲授。

编者以为按第二种思路施教为好。其原因是,在学生没有接触到案例之前,集中讲授前八章內容,对学生来说是抽象的、不具体的,学生领会不深,也不可能有的运用,达不到本课程的教学目的;而将八章內容分插在案例分析之中,用专题的形式结合学生的案例分析实际,有的放矢地讲授,这样显然更有利于学生理解和运用这些知识。当然,学无定法,教也无定论。不同的教师根据不同的情况,如果认为采取第一种安排更好,更容易达到教学目的,也并不是不可以。

三、教学中插入专题讲授的建议

结合教材内容和案例学习的进度,建议讲授的专题是:

1. 案例分析课程的特点和要求。本专题是在本课程一开始就需讲授的,旨在通过对案例分析课程特点和要求的介绍和讲授,激发学生学习的兴趣和热情。

2. 管理案例的基本要求和相关问题的处理。本专题旨在帮助学生认识管理案例,以便在学习时能够通过对案例的阅读,准确把握案例中的信息,为分析案例奠定基础。

3. 主动学习和被动学习。本专题旨在揭示主动学习的意义,激发学生积极参加案例学习的积极性,同时,对主动学习的方法和技巧有所遵循。

4. 案例分析的研究角度和书面分析报告的撰写。本专题旨在帮助学生掌握正确的分析方法,了解书面分析报告形成的技巧,以加强对学生分析和解决实际问题以及写作能力的培养和训练。

5. 案例分析中的创造性思维。本专题旨在激发学生在分析中的创造性,让学生懂得创造性是案例分析的生命,并从技巧和方法上对如何进行创造性思维有所认识和把握,以使分析能在更高层次上进行。

6. 演讲的技巧和方法。本专题是在学生进行书面分析报告口头表述之中或之前讲授。让学生对口头表述技巧和方法有所了解 and 掌握,以指导学生正确表述自己的分析成果,提高口头表达能力。

以上六个专题,仅是建议。其实,经过研究就会发现,这些专题的讲授都是为提高学生案例分析质量而设计的,是对学生进行案例分析的一种具体指导。只是这种指导是与学生的案例分析实践紧密结合的一种有的放矢的指导,所以,它与单纯的知识性讲座比较起来,其效果要好得多。从专题讲授目的可以看出,以上六个专题并不是一成不变的,各个教师根据自己的教学优势,在满足上述教学目的基础上,还可以拟出其他一些内容的专题,或者针对学生分析中出现的一些问题,从方法和技巧的角度给予指导性讲授,这都是很必要的。

四、教学阶段的划分与对应课时分配

整个教学过程可划分为四个阶段,按照 51 个课时安排,其课时分配如下:

1. 引路入门阶段:1 课时(主要由教师进行理论讲授)。

2. 建立教学组织阶段:2 课时(其中教师讲授 1 课时,组建课堂讨论小组 1 课时)。

3. 案例学习与讨论阶段:36 课时(这是案例分析课程教学的主要阶段。在这一阶段,要指导学生至少学习完 30 个案例,这 36 个课时主要用于学生进行课堂讨论,少量课时由教师讲授。学生课外学习的课时不包括在这 36 个课时之内)。

4. 书面分析报告撰写阶段:12 课时(这 12 个课时是学生进行分析成果口头表述和教师讲评的课时,并不包括学生撰写分析报告的课外课时。每个学生至少要完成两篇管理案例分析报告的撰写和表述)。

五、学习成绩的考核、考试

本课程不单独举行考试,以平时学习情况作为本课程的成绩。具体计成绩的方法是:课堂讨论和第一篇案例分析书面报告作为平时考核成绩的对象,占总成绩的30%;最后一次案例分析书面报告成绩作为考试成绩,占总成绩的70%。

以上意见,仅供实施管理案例分析教学的教师参考。

编 者

2006年11月28日

目 录

第一篇 引论篇	(1)
第一章 管理案例分析概述	(1)
第一节 管理案例和案例分析的基本含义	(1)
第二节 管理案例分析的教学目的和意义	(3)
第三节 管理案例分析的教学内容和特点	(5)
第四节 管理案例分析与其他课程的区别和联系	(6)
第五节 管理案例教学的产生和发展	(8)
第二篇 指导篇	(10)
第二章 管理案例分析的教学组织	(10)
第一节 管理案例分析教学阶段与教学计划	(10)
第二节 管理案例分析中教师的作用	(12)
第三节 管理案例分析中的案例准备	(14)
第四节 管理案例分析中学习小组的建立	(15)
第五节 管理案例分析教学的一般程序和步骤	(17)
第三章 案例的选择和描述	(20)
第一节 正确选例的原则和控制方法	(20)
第二节 案例的基本要求和书面描述	(22)
第三节 有关案例的掩饰处理	(26)
第四章 规范性案例的学习和课堂讨论	(28)
第一节 规范性案例学习在案例分析课中的地位 and 作用	(28)
第二节 规范性案例课堂讨论的设计和组织的	(30)
第三节 规范性案例讨论的准备和参与	(35)

第五章 管理案例的研究和书面分析报告的形成	(41)
第一节 案例分析中的理论知识学习	(41)
第二节 把握正确的研究角度	(44)
第三节 调查研究获得真知灼见	(45)
第四节 正确处理材料, 追寻合理结论	(50)
第五节 勾画表述脉络, 形成书面思维成果	(53)
第六章 管理案例分析中的创造性思维	(57)
第一节 创造性思维的内涵及其特征	(57)
第二节 强化案例分析中创造性思维的主观条件	(59)
第三节 善于发问, 善于联想	(62)
第四节 有关创造技法的介绍和启示	(65)
第七章 管理案例分析成果的口头表述	(69)
第一节 口头表述的作用和意义	(69)
第二节 管理案例分析成果表述的要求	(71)
第三节 克服羞怯心理	(73)
第四节 口头表述的艺术追求	(76)
第五节 口头表述的评估	(79)
第八章 讲评、总结和案例分析的良性循环	(82)
第一节 讲评和总结的基本做法及其意义	(82)
第二节 案例分析讲评的原则及其对教师的要求	(83)
第三节 案例讲评中需注意的几个问题	(85)
第三篇 案例篇	(87)
第九章 管理学案例	(87)
案例一 王大有要接任代理经理吗?	(87)
案例二 怎样对待“不加薪就跳槽”的员工?	(87)
案例三 王原胜怎么了?	(87)
案例四 林经理的烦恼	(88)
案例五 明星公司营业额缘何下降?	(88)
案例六 大忠公司管理模式的变革	(89)
案例七 小刘该怎么干?	(89)
案例八 惠信科技的公平与效率	(90)

案例九 中山公司的扁平化改革	(90)
案例十 是添人还是裁员?	(90)
案例十一 凌阿妹辞职的原因	(91)
案例十二 迁建新厂该考虑些什么?	(91)
案例十三 超群饲料公司的营销	(92)
案例十四 彩色印刷公司的投资回报	(93)
案例十五 在扬大饭店的消耗品	(94)
案例十六 对不称职员工的处理	(94)
案例十七 A公司的人力资源管理	(95)
案例十八 小李应该怎么当业务部主任?	(95)
案例十九 王刚在凯格电子股份有限公司的经历	(95)
案例二十 海裕食品公司与便利超市	(97)
案例二十一 鸿奇公司	(98)
案例二十二 安达快递服务公司	(99)
案例二十三 X航空公司的改革	(101)
案例二十四 兴业电子股份有限公司的管理问题	(104)
案例二十五 史宝林要怎样处理匿名信	(105)
案例二十六 机械工程公司的新业务	(106)
案例二十七 航空快递业的产业环境	(107)
案例二十八 大政科技公司	(108)
案例二十九 陈明的经营计划	(109)
案例三十 精神病院的钥匙遗失了	(110)
案例三十一 南华医院的采购管理	(110)
案例三十二 云升公司的组织结构	(111)
案例三十三 产量标准的制订	(112)
案例三十四 公司合并后管理信息系统的处理	(112)
案例三十五 中信厂的管理流程	(113)
案例三十六 X公司的管理改革	(114)
案例三十七 杨慧珊在大新公司	(115)
案例三十八 明德公司的管理问题	(115)
案例三十九 上海婴堡公司	(116)
案例四十 巨人超级市场公司	(116)
案例四十一 大元厂的内部沟通	(119)
案例四十二 《纵横天下》杂志社	(120)
案例四十三 南海公司的内部冲突	(121)

案例四十四	大买发公司的营运	(122)
案例四十五	新民钟表公司	(123)
案例四十六	明年的生产计划方案该怎么定	(125)
案例四十七	古局长的遭遇	(129)
案例四十八	你有一个铁班子吗?	(132)
案例四十九	长江轻工设计院	(136)
案例五十	讯达公司的系统开发项目	(139)
案例五十一	西湖公司的管理控制	(141)
案例五十二	晨光纸业利润预测	(142)
案例五十三	AB公司的组织变革	(142)
案例五十四	H公司行为科学应用	(145)
案例五十五	企业制度创新的范本	(146)
案例五十六	甲级烟车间的“点检制”	(152)
第十章	生产运作管理案例	(156)
案例一	红梅公司	(156)
案例二	家庭风味的饼干	(156)
案例三	易写公司	(158)
案例四	益智玩具公司	(159)
案例五	生产电炉	(159)
案例六	特洁公司	(160)
案例七	林瑞平的游泳池设施供货方案	(162)
案例八	顶尖连锁店	(162)
案例九	如何实现键盘上的生产总调度	(165)
案例十	深圳晶华玻璃瓶有限公司	(168)
案例十一	爱心圣诞晚会	(176)
案例十二	婚礼筹备完全版之 WBS 工作结构分解	(183)
案例十三	产品开发与改进之争	(188)
案例十四	上汽集团:精益管理评价体系	(189)
第十一章	人力资源管理案例	(195)
案例一	许继集团可持续成长的人力资源战略	(195)
案例二	TCL 王牌公司的人力资源管理	(198)
案例三	桑利印染公司用“谈判工资”留人	(202)
案例四	A 企业的奖惩机制	(205)

案例五	浙江“方太”的人力资源激励	(207)
案例六	吉祥餐厅	(210)
案例七	联想集团电脑公司的目标管理考核体系	(211)
案例八	上海宝钢的岗效薪级工资制	(217)
案例九	HI 公司的工作说明书	(222)
案例十	一起计件制工资引发的危机	(223)
案例十一	劳模标兵能否晋升为老总	(224)
案例十二	A 公司出国培训员工的流失	(225)
第十二章	市场营销案例	(227)
案例一	某卫生巾的目标市场选择和市场定位	(227)
案例二	三鹿乳业集团的营销	(230)
案例三	从豆浆到维他奶	(231)
案例四	飞利浦“城市女孩”寻呼机推广纪实	(232)
案例五	重现光荣与梦想	(234)
案例六	万科集团的多元化	(237)
案例七	“冠生园”的品牌之争	(237)
案例八	康泉啤酒	(240)
案例九	伊利冰品:策略导航,整合制胜	(241)
案例十	“中德”啤酒兵败营销城下	(244)
案例十一	“小灵通”市场营销	(246)
案例十二	商务通:科技让你更轻松	(249)
案例十三	奇瑞与捷顺的“中国式离婚”	(252)
案例十四	万科城市花园	(256)
案例十五	雪山雪糕(国际)有限公司	(258)
案例十六	长富乳业	(263)
案例十七	韩国现代:捷径争锋	(266)
案例十八	双汇 VS 雨润:品牌是这样生成的	(273)
第四篇	实录篇	(280)
第十三章	案例分析实录	(280)
案例一	肖××同学的案例分析	(280)
案例二	汪××同学的案例分析	(282)
案例三	杨××同学的案例分析	(286)
案例四	汪××同学的案例分析	(290)

案例五	郭××同学的案例分析·····	(296)
案例六	张××同学的案例分析·····	(299)
案例七	陶××同学的案例分析·····	(302)
案例八	魏×同学的案例分析·····	(307)
案例九	辛××同学的案例分析·····	(313)
案例十	蔡×同学的案例分析·····	(322)
后记	·····	(325)

第一篇 引论篇

第一章 管理案例分析概述

管理案例分析既是对管理问题研究的一种手段,也是现代管理教育的一种方法,目前在国内外已有广泛的研究和运用。本书正是从研究管理问题和实现管理教育目的这两个角度着手,以案例教学的过程为线索,在追寻其分析与教学方法、技巧和艺术的过程中展示其知识体系,以此实现作为一本管理学教程应有的教学功能。

第一节 管理案例和案例分析的基本含义

管理案例在本教程中是一个最基本的范畴,因此,弄清管理案例及其管理案例分析的基本含义十分重要。

在叙述管理案例基本含义之前,首先有必要对本书中所指的管理进行界定。对于管理我们可以从多个角度进行分类:按管理范围有诸如国家管理,部门管理,企业、单位管理和家庭管理等;按管理的性质和对象有诸如行政管理、经济管理、科技管理以及其他许多种类的管理。因此,多类的管理也就决定了管理案例具有多样性。然而,本书并非要泛泛地讨论一切管理案例,这里所说的管理案例有其特定的领域,如果用英语表示的话,即为“Business Case”。Business 一词可以直译为事务、商务和生意等,Business 与 Case 相组合翻译为管理案例,是特指以盈利为目的或者说与盈利活动相联系的企业管理案例。另外,又由于 Case 一词还有个案、实例等意思,因此,管理案例也可以表述为管理实例。本书中所出现的不论是管理案例,还是管理实例,它们都是与企业的盈利活动联系在一起,指的是企业管理案例和企业管理实例。明白这一点对我们理解管理案例和管理案例分析的基本含义十分必要。

作为管理案例,到目前为止,国内外学者对其尚无统一的说法,粗略概括,大致有以下三种表述:

一是认为管理案例是“对某一特定管理情景的客观书面描述或介绍”^①。所要补充说明的是,这些被介绍的对象往往是一个组织中的人员、事件、背景与环境,它们一般通过对事实、对话的描述以及运用数据与图表等形式被表达出来。

^① 经济应用文写作组编:《经济应用文写作》,天津教育出版社 1989 年版,第 162 页。

二是认为管理案例“是一个组织的书面说明。它通常包括与组织有关的多方面的信息,诸如组织的历史,影响组织的环境力量,当前的经营数据,对管理队伍的分析,组织结构以及其他一般性信息”^①。

三是认为管理案例是“某一组织为了实现某一经营目标,所从事的经营管理活动过程的客观描述”^②。

上述三种说法,文字表述虽不相同,但其内涵却有一致性:其一,三种见解所指明的可供研究的对象是同一个实体,这里不论是“管理情景”、管理的“多方面信息”,还是“管理过程”,都是从不同的角度对管理运行轨迹的叙述;其二,三种见解都注意到了对研究对象实体的信息作必要的加工整理,即这里所说的管理案例都已不是直观上的现实管理,而是这种管理运行轨迹在书面上的再现。当然,三种见解也存在一定区别,从概括的范围上考察,前两种见解显然比后一见解所涉范围要宽阔一些,确切地说,后一种表述更富有管理实例的含义。

综合上述意见,我们可以将管理案例定义为:管理案例是对一个组织及其某一特定管理情景的客观书面描述或介绍。

这里的“客观”二字,所表明的是:一方面案例基本上是写实的,不是杜撰、虚构的主观臆想;另一方面,案例本身是对事实的“白描”,不带有撰写者个人的分析与评价。当然,客观性并不意味着它是管理实践的简单翻版。管理案例有明确的目的,它的编写要根据一定的教学目的,精选素材,缜密编排和组织,而绝不是现实素材的任意堆砌。同时,筛选的各个管理案例虽有不同的具体教学目的,但却有一个共同的要求,即为分析者提供的模拟管理情景,要有利于培养其分析和解决实际问题的能力,有利于提高其从事实际管理工作的能力。因此,管理案例又必须以某一关键问题为轴心,围绕着它展开其情节,它是一个经过加工整理有着一定内在联系的某种管理情景的客观书面描述。

管理案例模拟的某种真实管理情景,为分析者提供了研究的对象,管理案例的教学目的正是在对管理案例进行分析的过程中实现的。所谓案例分析,即是分析者以既定的管理案例为直接对象,运用自己的理论知识和实际经验,对案例进行研究,揭示案例中各现象之间的内在联系和本质,寻求有效管理的方法、技巧以至方案。很明显,案例分析既是知识和能力的运用过程,同时又是学习新知识和培养新能力的过程;也正是如此,管理案例分析在实现管理教育功能中具有极其重要的作用,这正是本教程予以着力探讨的原因所在。

① [美]A.L.拜亚斯著,王德中译:《战略管理:规划与实施——概念与案例》,第278页。

② 梅子惠:《关于在管理专业高年级开设“管理案例分析”课程的设想》,《纺织教育》,1990年第1期。

第二节 管理案例分析的教学目的和意义

管理案例分析的主要目的,在于培养学生分析问题和解决问题的能力,对于管理专业的学生来说就是培养他们从事实际管理工作的能力。

管理案例分析课这一教学目的,是由管理及其管理学的特征所决定的。一般认为,管理和管理学具有三个特征:

其一是实践性。实践性是任何一门学科所不可缺少的,但对于管理学来说,它具有更重要的意义。管理实践因素的多样性和易变性,对理论提出了更苛刻的要求,任你理论有多“高深”、多“玄奥”,都得接受实践的检验,不能解决问题的管理理论是毫无价值的。

其二是综合性。综合性是指管理学不仅是一门科学,而且是一门艺术,因为在管理的对象中,不仅有物而且还包括人。具有感情和心理因素作用的人,并不是完全服从于理性规律的;因此,在管理中单凭技术性的、量的手段绝不能完全奏效,还得在一定程度上依靠定性的、经验性的判断乃至直觉。管理学所涉学科内容是比较宽阔的,既包括自然科学成分又包括社会科学成分。在管理实践中,特别是那些独当一面的高层管理者,要想总揽全局,兼顾各方,就必须具备各方面知识,才能实现有效的管理。

其三是权变性。所谓权变性,是指管理尚无固定的模式,一切要因地、因时、因情制宜。这是因为,管理特别是高层管理所面临的环境及应付的对象可说是千变万化,不可能有什么简单的、可适用于一切的能医治管理百病的管理处方,而且在某种意义上说,也不可能有什么唯一正确的、自命为最佳的答案和标准。

上述管理及管理学的特征告诉我们,在管理教育中向学生传授最新管理知识当然十分必要。但是,这还很不够。一方面是因为知识本身总在不断发展,新知识也会老化,需要不断更新;另一方面,更重要的是,知识需要在更多的感受中和在与实践的结合中才能更好的理解和掌握。鉴于此,在管理教育中,我们应将传授知识、培养能力都作为管理教育培训的基本目的。知识和能力是密不可分的,但在这里我们要特别强调能力的培养。这是因为长期以来应试教育的巨大惯性,使人们比较重视知识的死记硬背,而忽略对能力的培养,以致在学生中高分低能现象相当普遍。管理案例分析的教学目的确定,正是导源于此。

管理案例分析的教学之所以能够实现管理教育的上述基本目标,是因为管理案例分析的过程具有极为丰富的内容,它是一个学习知识、研究问题和进行读、写、说综合训练的过程。这一过程对实现管理教育目的的功能,可以从管理案例分析课的教学意义上看出:

第一,帮助学生建立起知识的总体,深化课堂理论教学。

一个管理专业的学生按其专业培养计划要求,需要学习的课程较多,除管理专业课外,还要学习诸如会计、统计、财务、金融、经济法学、经济学和哲学等课程。正是这众多的课程构成了学生必要的知识结构,形成一个知识的总体。但是在教学过程中,分门别类地开出的这些课程,出于种种原因,仅依靠课堂讲授,学生总难以把握各门课程之间的内在联系,因而难以形成自己的知识总体。知识的总体建立不起来,也就表明一个学生所获得的知识还是零散的、死板的,是解决不了现实问题的一些知识碎片。在现实社会生活中,书呆子正是这种情况及其危害的生动说明。

管理案例分析在帮助学生建立知识的总体结构方面,具有特殊的功能。因为要对一个现实的、活生生的管理案例进行分析,势必要运用各学科的知识,使其相互渗透,融会贯通,否则,就难以分析说明任何问题;而且,正是在这种案例的分析说明中,使得分析者头脑中原来处于分割状态的零散状态的知识,逐渐实现了有机结合,形成了知识的总体,表现出分析和解决问题的一种能力。

很显然,管理案例分析不是理论学习的中断,而是学习的深入,只是这种学习具有很强的针对性,它是致力于实际问题的分析和解决。因此,对深化课堂理论教学起着十分重要的作用。

第二,增强学生对专业知识的感性认识,加速知识向技能的转化。

理论认识依赖于感性认识,这是马克思主义认识论的一条重要原理,这一条原理对指导教学活动有着重大的实际意义。管理是一种特殊的复杂劳动,一个管理者仅仅会背诵几条管理理论,而没有判断实际事物的能力是不能解决问题的。正是出于这一原因,作为一个管理者就要特别注意对实际问题的研究,把握事物的个性特征。所以在管理专业知识的教学中,增强学生对专业知识的感性认识,努力促使学生所学知识向技能的转化十分重要。由于管理案例中一些典型素材源于管理实践,提供了大量的具体、明确、生动的感性知识,因此,管理案例的分析过程在丰富学生对专业知识的感性认识,培养学生洞察问题、发现问题和根据实际情况分析问题的实际技能等方面有着重要作用。

第三,推进“启发式”教学,提高教学质量。

多年来在教学上,我们都主张废除注入式,提倡启发式的教学方法,而且,为此我们也作出了巨大的努力,获得了不少成功的经验。但是,我们过去的不少探索多是在课堂理论教学的范围内进行的,多是强调教师的努力,较少注意到发挥学生在这方面的积极作用。而管理案例分析的独到之处在于,它的教学阵地大大突破了课堂的狭小范围,并一改单纯由教师进行课堂讲授知识的传统形式,要求学生对一个个活生生的管理案例进行分析研究,并以高度的积极性和主动性在理论知识和实例的相互碰撞过程中受到启发,在把握事物内在的必然联系中萌生创见。很明显,案例分析的这种教学方式,对提高教学质量是大有好处的,它在教学领域里,对推动理论与实际的紧密结合和正确运用启发式教学等方面,将产生深远影响,发挥重要作用。