

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

(第二版)

主 编 梅子惠 陈 敏 曹承锋
参 编 刘彩波 李 荣 王桂红 廖银燕

高等教育出版社

F279.23/152=2

2016

高等工商管理专业应用案例系列教材

企业管理 案例分析教程

(第二版)

QIYE GUANLI ANLI FENXI JIAOCHENG

主 编 梅子惠 陈 敏 曹承锋
参 编 刘彩波 李 荣 王桂红 廖银燕

北方工业大学图书馆



C00463745



高等教育出版社·北京

内容提要

本书以分析工商企业管理案例为手段,在引导分析者追寻有效管理方案的基础上,旨在培养和训练学生分析和解决实际问题的管理能力。读、写、说、听是一个管理者管理能力的外化表现,从提高学生这四方面能力入手,是培养和训练学生管理能力最好的切入点。因此,本书所设计的整个教学过程,都是围绕提高学生读、写、说和听的能力而展开的。

本书由五篇构成,包括六章有关案例分析的理论叙述,100个案例,8个案例分析实录和一篇附录专论。案例分析的理论叙述是对管理案例分析的方法、技巧和规律所进行的系统研究和总结,为管理案例分析教学目的的实现提供方法论指导。这100个管理案例是从众多案例中精选出来的,大部分都是来自于国内工商企业管理的实践,较好地体现了中国的国情。对于国外的一些经典案例,本书也适当地做了一些选录。在本书中这100个案例是作为规范性文本案例供学生学习和讨论的,其中个别案例也可以作为书面管理案例分析教学使用。书中8个管理案例分析实录,是本书作者在教学实践中从学生的习作中选录出来的,尽管有些篇目水平还有待提高,但其具有非常强的真实性,提供给学生在学习中作为分析的范本,颇具现实价值。附录专论则旨在与任课教师讨论课程教学方法。

本书构思新颖,实用性强,具有知识性和趣味性,是一本颇有新意的管理学方法论新著。本书既可作为管理专业学生的教材,也可以作为企业岗位培训的教科书。

图书在版编目(CIP)数据

企业管理案例分析教程 / 梅子惠, 陈敏, 曹承锋主编. -- 2版. -- 北京: 高等教育出版社, 2016. 2
ISBN 978-7-04-044499-5

I. ①企… II. ①梅… ②陈… III. ①企业管理-案例-教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第306897号

策划编辑	宋志伟	责任编辑	宋志伟	封面设计	姜磊	版式设计	杜微言
插图绘制	郝林	责任校对	李大鹏	责任印制	刘思涵		

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.hepmall.com.cn
印 刷	山东鸿君杰文化发展有限公司		http://www.hepmall.com
开 本	787mm×1092mm 1/16		http://www.hepmall.cn
印 张	21.5	版 次	2010年9月第1版
字 数	500千字		2016年2月第2版
购书热线	010-58581118	印 次	2016年2月第1次印刷
咨询电话	400-810-0598	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 44499-00

序言

深度开发教学案例最具价值的创新功能

——谈“管理案例分析”课程的教学方法

其实，案例在打开人的心结和启迪人们智慧等方面所具有的重要意义早为人知。不然，人们说话时为什么要举例呢？后来，由举例发展到运用案例进行教学，这是教育史上的一个重大进步。直到西方国家在管理学教育中引入案例，并将案例教学法推崇为一种重要手段和方法的时候，案例教学法也引起了我国教育界前所未有的重视。

笔者认为，教学案例具有三大功能，即诠释功能、模仿功能和创新即能力催生功能。但时至今日，国内外进行案例教学，其注意力主要还放在开发教学案例诠释功能和模仿功能上。即通过案例的讲授让学生明白某一些道理，以及让学生通过模仿获得经验和知识。而对于教学案例的创新功能，即能力催生功能，尚缺乏足够的认识，开发不够，更远未形成应有的教学规模。

我们开出的管理案例分析课程，虽不排斥教学案例所具有的诠释功能和模仿功能的开发，但其重点却是放在教学案例的第三大功能上，旨在对教学案例最具价值的创新功能即能力催生功能进行深度的开发。

但要开好“案例分析”这门课也并非易事。这不仅仅在于对案例教学法功能体系的认识上存在障碍需要克服，更重要的是在课程教学实施时，我们要找到可以进行实际操作的方法和技巧。只有这样，在每一轮次的案例分析中，我们面对的学生，才有可能始终保持高度的积极性和主动性。教学目的才有可能实现。这里需要具体解决的问题就是，在探讨该课教学规律的基础上，明确提出教师如何教、学生如何学的方法论。让每次案例分析都是一次动态的能力催生，多轮次的分析，促使量的积累，导致质的飞跃。

正是出于以上原因，才产生了2010年《企业管理案例分析教程》这样一本书。这本书是为管理案例分析课程专门提供的教材，它的出版为管理案例分析作为一门课程开设提供了可能，有深度而又系统地开发教学案例最具价值的创新功能有了开始。

本次针对《企业管理案例分析教程》第一版进行修订，特将“深度开发教学案例最具价值的创新功能——谈“管理案例分析”课程的教学方法”作为专论附录于其后，集中而又

系统地与任课教师讨论管理案例分析的教学方法和技巧。同时，也让学生明白教师的教学企图，以在学习过程中自觉配合。这样处理对学生学习和教师教学都会产生好的效果。

师者，传道授业解惑也。这是古人对教师职业的诠释。笔者认为，开启学生的智慧之门以诱发其能力的产生，是作为一个教师在“传道授业解惑”中第一重要的事情。为此，笔者主张，每一个教师都要通过自己的教学帮助学生及时打开两道学业成长之门：其一是认知解惑门。即不论是社会科学知识，还是自然科学技术，对于学生都是一种独立存在，是需要学生学习的。因此，教师作为一个先知者——相对于学生来说，你必须想尽一切办法让学生知道和明白，以让学生获得认知，解除疑惑。开启这道认知解惑之门，这是作为一个教师最起码的职业责任。其二是感悟生能之门。学生获得认知，解除了疑惑，正是一个新的成长点形成的时刻，作为一个教师，此时要及时为学生打开感悟生能的大门。即通过深化教学的方法在化解学生认知的基础上，促使其新知和旧知的整合，启迪其感悟的产生，促使知识向能力的转化。笔者认为，上述两道门，在其教学过程中也可以处在同一过程中，也可以分别处在两个不同的阶段上。

案例分析课程的开设，案例分析的方法，正是开启学生的智慧之门以诱发其能力产生的有效途径，正是通过我们的教学，帮助学生及时打开学业成长两道大门的有益尝试。因为学生对案例分析的过程即是运用所学专业知识和方法，追寻最佳管理方法、方案的过程；同时，也是新知识的吸纳和能力产出的过程。我们的教师，正确的教学设计和安排，准确的选例、经典的评点以及恰到好处地讲评和相关知识的传授，都会使这一过程得到优化，实现我们培养的学生既有知识，又有能力的教学目的。

当然，启迪学生的智慧和感悟，促使能力的产生，这是一个十分复杂的专业问题。在这里笔者只是针对管理案例分析课，提出了启迪学生感悟生能之门的问题，并在“深度开发教学案例最具价值的创新功能”专论中，对开启这道大门的方法和技巧也作了一些有益的探讨，以在管理案例分析课程教学方法与技巧的讨论中起到一个抛砖引玉的作用。但我绝不敢言自己已经解决了这个问题，恰恰相反，要想真正解决好这个问题，还需要对此问题感兴趣的众多同仁一起来探讨。案例分析课程的教学相对于一般专业课程来说，确有自己的特点，必须有新的思路和方法，愿本书的出版能激起各位同仁对解决以上问题的更大的兴趣。

作为多年从事企业管理案例分析课程教学的教师，我深知该课教学的艰难。从表面看，与大多专业课程教师比起来，管理案例分析课程的任课教师在课堂上讲授是少了，但殊不知在应该讲的时候，其要求是：恰到好处，画龙点睛；课堂上的台前活动似乎也是少了，但台后课余时间却要付出更多的劳动和心血。要开启学生感悟生能之门绝对不是一件容易的事情，需要我们的教师有更多的付出。

但愿本书能对管理案例分析课程任课教师有所帮助。让我们共同为深度开发教学案例最具价值的创新功能而努力，在启迪学生的智慧、促使其能力的长成上，尽到作为一个管理案例分析课程任课教师应有的责任。

梅子惠

2015年7月18日

第二版前言

《企业管理案例分析教程》一书，于2010年9月由高等教育出版社出版发行以来，至今已四年有余。该书由于受到广大师生的厚爱，多次重印。根据广大师生、企业界人士反馈的宝贵意见以及管理案例分析的理论与实践，为更好满足“管理案例分析”课程教学的需要，这次我们对《企业管理案例分析教程》进行了全面修订。现将本次修订的基本思路作些说明，以期对使用本教材的师生有所帮助。

一、案例分析重在深度开发教学案例最具价值的创新功能，即能力催生功能

案例教学在国内外已很普遍，从教学法的角度考察，基本上已形成了一个方法论体系。考察教学案例的功能，可以概括为三：其一是模仿功能；其二是诠释功能；其三是创新即能力催生功能。国内外普遍被使用的案例教学法，在教学案例功能的开发方面，大多还停留在第一、第二种功能上。例如医学院所使用的病例、军事学院所使用的战例，以及法学院所使用的判例，将这些作为过程已经终了的实际情况和材料提供给学生，目的在于让学生去模仿，并让学生在模仿中获得经验和知识。这种案例教学，其教学案例所发挥的就是一种模仿功能。在管理学科的教学，不少教师对案例的运用，重在对其某种原理的介绍和阐释的时候，为了帮助学生理解有关原理，引用个别案例，通过案例的讲授，使学生加深对某一原理的理解。这如同我们日常口头表述中列举相应例子以让别人听得更明白一样。这种案例的应用所发挥的正是案例的诠释功能，教学案例在这里对管理原理进行诠释，案例的作用即相当于一个“注释器”。在教学实践中我们需要让学生看得见、摸得着，可借鉴，并加深对原理的理解，这都十分必要，也是对案例的一种很好的使用。但是，就其案例的功能来说，最具价值的应该说是案例的创新功能或者说是案例的能力催生功能。在案例教学过程中，对于这一最具价值的功能，我们主张对其进行深度开发。

案例分析，旨在诱发教学案例的创新功能，即是对其能力催生功能的深度开发。正是在这种不断的案例分析中，让学生从案例模拟的管理情景中更好地认识现实管理要素及其变化的规律，从中体会和领略管理原理、管理方法和管理技艺；也正是在这种案例分析中，让学

生把握住各种现象之间的内在联系,认清事物的本质,追寻到最佳管理技巧、方法以及管理方案。与此同时,使学生分析和解决现实问题的能力不断提高,并通过学生读、写、说和听等管理能力外化形式的优化而体现出来。这一过程也即是能力得以催化的过程。在案例教学中,明确教学案例创新功能的深度开发,不论对教师,还是对学生都具有十分重要的意义。

因此,在本教材这次修订中,我们强化了这一重要思想,在作出重要说明的同时,并体现在对全书的修改之中。

二、剥离出教学指导内容,使学生用书定位更加明确

案例分析这门课程,其教学方法与学习方法都有别于一般专业课程。为使教学案例最具价值的创新功能真正得到深度开发,学生分析和解决现实管理问题的能力得到真正的提高,必须遵循能力生成的既定规律,讲究教学方法和相应的学习方法。这二者已形成了一个严谨的案例教学的方法论体系。正是这一情况的存在,所以,在2010年版《企业管理案例分析教程》一书中,在方法论的介绍中既有学生如何学、也有教师如何教的内容,尽管这些内容对开好这门课是必要的,但也存在教材使用过程中,由于上述内容散居各处,且交织一起,产生学生用书和教师用书定位不够明确的弊端。所以,本次修订我们将教学方法指导的内容剥离出来,作为专论附于其后,以备教师专用。作为学生用书的部分,其内容主要包括案例学习方法的指导、学习对象和学习范例,即现存书中的案例学习方法论内容、案例和案例分析实录三大部分。这样一来,教材使用对象定位更加明确,使教与学方法论表述更加清晰。

三、应时所需、强化功能,全面更新教学案例

书中收集的多个案例是学生在规范性文本案学习过程中需要研究和分析的对象。为使这些教学案例的模仿和诠释功能得到应有的发挥,更重要的是为使教学案例最具价值的创新功能得到深度开发,使培养和提高学生现实管理能力的目标得以实现。这就必须讲究案例本身的质量,达到规范性文本案本身的要求,即是说,案例在提供信息时,对企业内部条件和外部环境及其运行过程的描述应该遵循客观、真实的原则,虚构、夸张等积极修辞手段应在排斥之列。同时,作为案例本身也不需要有过多的分析。用这种观点来审视目前教材中的一百多个案例,显然存在不少问题。所以在这次修订中,在案例的编写和选择上,我们更新了书中大部分案例,对于那些,一是已较陈旧、时代感不强的案例;二是在陈述中分析过多、较少给学生留有分析余地的案例;三是案例过程与情节描述不足、少有故事性、难以激起学生阅读兴趣的案例,一律予以淘汰。应该说这次修订本中所选用的案例更贴近了现实社会生活,具有更强的教学功能,给学生也留下了更多的分析余地。其质量大有提高。

四、精选案例分析报告,强化分析实录的范例性

在案例分析学习中,为不造成学生负担过重,教师往往在规范性文本案学习阶段上不要求学生撰写书面分析报告,而只是在跟踪调查性案例分析学习阶段有撰写案例分析书面报告的要求。要完成一份3 000字以上的案例分析书面报告,对不少学生来说都或多或少有一定压力。但是,这种压力也正是能力催生的必要条件。在这里既不能降低标准,同时,又不能压得学生无法完成。为此,解决这个问题的最好办法就是为学生提供范例。教材中第四篇案例分析实录所起的作用和意义正是在这里。这次修订中,我们精选了一部分案例分析报告,对原书中大部分分析实录作了更新。应该说经修订后教材中的分析报告实录较之前版,

在撰写方式上更规范，在报告内容上更丰富和更具有现实价值。其范例性更强。

修订本教材的具体编写分工是：梅子惠（前言、1~6章、12章、13章），刘彩波、王桂红（7章、8章），李荣（9章），陈敏、廖银燕（10章），吴华荣（11章），全书由梅子惠、陈敏负责统稿，曹承锋先生以企业家的眼光审查了全部案例。

高等教育出版社的编辑人员为本书的出版付出了辛勤的劳动，在此深表谢意。出于多种原因，本教材仍会有许多的不足，敬请读者批评指正。

中南财经政法大学武汉学院

梅子惠

2015年12月16日

第一版前言

我和梅子惠教授共事多年，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发展规划纲要（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。

2010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

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010) 58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010) 82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目录

第一篇 引 论 篇

- · · 003 第一章 管理案例分析概述
- 003 第一节 管理案例及管理案例分析的基本含义
- 005 第二节 管理案例分析的教学目的和意义
- 007 第三节 管理案例分析的教学内容和特点
- 008 第四节 管理案例分析课程与其他课程的区别和联系
- 009 第五节 管理案例教学的产生和发展

第二篇 分析指导篇

- · · 015 第二章 管理案例的选择和描述
- 015 第一节 正确选例的原则和控制方法
- 017 第二节 管理案例的基本要求和书面描述
- 021 第三节 有关管理案例的掩饰处理
- · · 022 第三章 规范性文本管理案例的学习和课堂讨论
- 022 第一节 规范性文本管理案例学习在课程中的地位和作用
- 024 第二节 规范性文本管理案例课堂讨论的设计和组织的
- 028 第三节 规范性文本管理案例讨论的准备和参与
- · · 034 第四章 管理案例的研究和书面分析报告的形成
- 034 第一节 管理案例分析中的理论知识学习
- 037 第二节 把握正确的研究角度
- 038 第三节 通过调查研究获得真知灼见
- 042 第四节 正确处理资料, 追寻合理结论

045	第五节	勾画表述脉络, 形成书面思维成果
049	第五章	管理案例分析中的创造性思维
049	第一节	创造性思维的内涵及其特征
051	第二节	强化管理案例分析中创造性思维的主观条件
054	第三节	善于发问, 善于联想
056	第四节	有关创造技法的介绍和启示
060	第六章	管理案例分析成果的口头表述
060	第一节	口头表述的作用和意义
062	第二节	管理案例分析成果表述的要求
064	第三节	克服羞怯心理
067	第四节	口头表述的艺术追求
070	第五节	口头表述的评估

第三篇 案 例 篇

075	第七章	管理学案例
075	案例 7-1	“卓越服务”理念该怎么落实?
076	案例 7-2	科学管理造就“福特王国”
077	案例 7-3	传奇的红色资本家哈默
078	案例 7-4	德国 MBB 公司灵活的上下班制度
079	案例 7-5	三九医药之痛
081	案例 7-6	90 后任性 CEO
082	案例 7-7	王总到底需要什么?
084	案例 7-8	A 企业的空降兵
085	案例 7-9	海尔的三次改革
086	案例 7-10	厕所管理中的困惑
087	案例 7-11	余杰的机遇
088	案例 7-12	伊莱克斯的战略定位
090	案例 7-13	脑白金战略发展之路
093	案例 7-14	阿里巴巴与雅虎的那些事
095	案例 7-15	华为人力资源管理体系
097	案例 7-16	缺少了盖茨的微软将何去何从?
099	案例 7-17	李强的困惑
099	案例 7-18	摩托罗拉公司的“Open Door”沟通方式
100	案例 7-19	关于员工激励的对话
102	案例 7-20	传说中的白天鹅酒店
106	案例 7-21	名牌的凋落
107	案例 7-22	高露洁与宝洁的成本之争
109	案例 7-23	深陷召回泥潭的丰田汽车

110	案例 7-24 陈明的商业计划书
111	第八章 生产运作管理案例
111	案例 8-1 商家设计产品 海尔按需制造
113	案例 8-2 颠覆传统模式的丹桂园餐厅
115	案例 8-3 最好的零部件是无零部件
116	案例 8-4 肯德基的选址秘诀
119	案例 8-5 JIT 概念的起源
122	案例 8-6 联想的世界级制造——精益生产工厂访问
123	案例 8-7 如何实施精益生产?
124	案例 8-8 精益生产方式的应用
125	案例 8-9 海尔的物流系统
127	案例 8-10 我的计划书
128	案例 8-11 海尔与通用汽车的采购策略
129	案例 8-12 宝洁公司的 VMI 技术实施案
130	案例 8-13 武汉中百物流的联合库存管理 (JMI) 解决方案
133	案例 8-14 联合库存管理 (JMI) 在襄汉公司的应用
137	案例 8-15 刘老板的困惑
139	案例 8-16 亨利·福特的流水线
140	案例 8-17 清溢:“零缺陷”管理的突破口在哪里?
145	案例 8-18 海尔集团设备管理创新记
148	案例 8-19 飞合达公司的成本管理
149	案例 8-20 红星电器厂 2015 年生产方案的决策
151	案例 8-21 洛轴成功实施 ERP
154	案例 8-22 DR 柴油机修理厂的生产控制系统
156	案例 8-23 某汽车制造企业流程管理
160	第九章 人力资源管理案例
160	案例 9-1 某食品公司的技术革新
161	案例 9-2 一名退休人员返聘后因工死亡待遇的争议
161	案例 9-3 员工职业生涯与管理案例——小张的选择
162	案例 9-4 石城公司绩效考核如何做
165	案例 9-5 离职职工“两金”由谁负担
165	案例 9-6 鲍尔的烦恼
166	案例 9-7 江华集团的人力资源管理问题
168	案例 9-8 保利公司的总经理
169	案例 9-9 飞宴航空食品公司的绩效考核
170	案例 9-10 天宏公司的绩效管理
172	案例 9-11 健尔益食品公司薪酬改革
173	案例 9-12 手忙脚乱的人力资源经理

173	案例 9-13	龙腾家电公司的绩效考核
174	案例 9-14	熊猫集团人力资源员工培训
176	案例 9-15	花旗集团是如何挖掘与培养人才的
177	案例 9-16	麦当劳的人力资源管理
179	案例 9-17	百胜掀反腐风暴 肯德基必胜客多名员工被开除
182	案例 9-18	光明食品有限公司
183	案例 9-19	苏澳玻璃公司的人力资源规划
184	案例 9-20	大公司这样与员工沟通
186	案例 9-21	重要工作人员有特殊困难怎么办?
186	案例 9-22	北山医药集团人力资源管理
187	案例 9-23	福特公司是如何管理员工的
· · ·	189	第十章 市场营销管理案例
189	案例 10-1	青啤、燕啤“山东淮海战役”实战
193	案例 10-2	欧莱雅集团的竞争策略
196	案例 10-3	“厨房专家——方太”如是说
198	案例 10-4	张裕用心良苦做市场
201	案例 10-5	宝洁公司和一次性尿布
202	案例 10-6	小油漆厂如何选择目标市场
202	案例 10-7	迪士尼乐园:给游客以欢乐
206	案例 10-8	星巴克的文明冲突
208	案例 10-9	“英雄联盟”逆袭
210	案例 10-10	立顿公司网络营销策略分析
211	案例 10-11	顺丰便利店去往何处?
214	案例 10-12	宜家——营造温馨的家
216	案例 10-13	蒙牛的促销策略
219	案例 10-14	沪上老年用品市场细分
221	案例 10-15	利用“卖点”理论开拓市场
221	案例 10-16	戴尔怎样采购
223	案例 10-17	反季节猪与反季节菜
· · ·	226	第十一章 财务管理案例
226	案例 11-1	退休金理财计划
227	案例 11-2	彩虹公司开发茶饮料产品预测
229	案例 11-3	东方公司股票内在价值估计
230	案例 11-4	公司融资方式大盘点
232	案例 11-5	江铃汽车 A、B 股筹资
236	案例 11-6	厦门路桥长期借款筹资
240	案例 11-7	云天化股权回购
242	案例 11-8	厦门国贸资本成本辨析

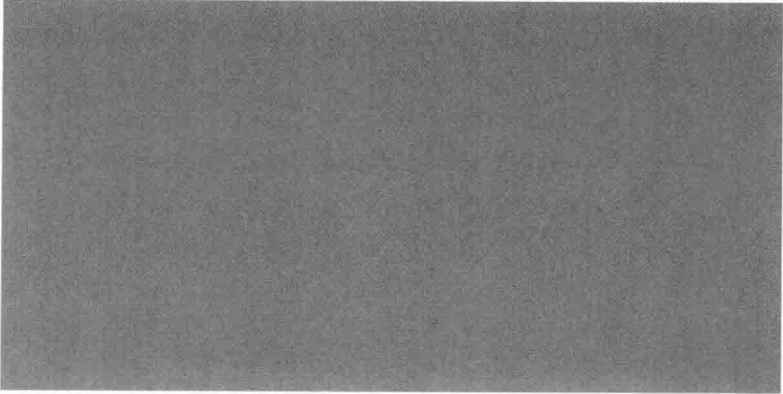
- 245 案例 11-9 四川长虹资本结构
- 247 案例 11-10 用友软件派发现金股利的争议
- 250 案例 11-11 上海轮胎橡胶公司的信用管理
- 255 案例 11-12 荣事达的财务成功之路
- 256 案例 11-13 新疆德隆的融资及财务风险控制失败

第四篇 实 录 篇

- · · 263 第十二章 案例分析实录
- 264 实录 1 王××同学的案例分析
- 268 实录 2 樊××同学的案例分析
- 272 实录 3 何××同学的案例分析
- 276 实录 4 刘××同学的案例分析
- 281 实录 5 熊××同学的案例分析
- 285 实录 6 姜××同学的案例分析
- 289 实录 7 吴××同学的案例分析
- 294 实录 8 万××同学的案例分析

第五篇 专 论

- · · 303 专论：与任课教师谈案例分析课程的教学
- · · 325 后记



第一篇 引论篇