

<<创新管理>>

图书基本信息

书名：<<创新管理>>

13位ISBN编号：9787305048432

10位ISBN编号：7305048437

出版时间：2007-8

出版时间：南京大学

作者：吴松龄

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>

## <<创新管理>>

### 内容概要

本书从创新管理的概念、应用到创新管理的发展和传承，系统地阐述了企业实施全方位创新管理的方面和环节，并以破坏性创新为核心，突出了数字时代背景下知识管理创新议题。

在能体现时代特色的同时，又能深入揭示企业全面创新管理的规律。

而且，还以理论探讨与实践运用相互融合的方式，为企业实施全面创新管理提供了重要依据。

为了让读者读到更原汁原味的台湾地区作品，并考虑到上颍图书的读者大都具有较好的英文功底，因此我们继续沿用原著的专业术语，并在大部分专业术语后标注英文予以说明。

这样，读者既可以不受影响地阅读，又可以掌握更多的专业术语，以便海峡两岸的学术交流。

## &lt;&lt;创新管理&gt;&gt;

## 书籍目录

自序第一部 概念：为什么要创新 第1章 预测未来的最好方法就是创造它 第1节 创意的本质在于协助成功解决问题 第2节 创意与创新的创意社会 第3节 运用创新设计提升企业竞争力 第2章 开发创造力突破习惯领域 第1节 开发创造力与自我分析的创意魔法 第2节 从突破习惯领域到提高创新能力 第3章 创新是企业竞争力的来源 第1节 传统产业与新兴产业的涵义 第2节 企业竞争力与创新的关联性 第3节 企业竞争力持续提升的来源 第4章 创新是知识管理的关键 第1节 知识管理的探讨 第2节 融入顾客目标与需求的知识管理 第3节 创造价值知识管理策略

第二部 应用：如何进行创新 第5章 创新价值与创新企业 第1节 全面追求创新 共同产生价值 第2节 创新价值与创新企业精神 第6章 建立创新企业的概念 第1节 两大领域的创新企业概念 第2节 企业的典范转移与策略创新 第3节 破坏性创新企业概念的应用 第7章 数字时代的创新与创业管理 第1节 数字时代的创新管理 第2节 数字时代的创业管理 第8章 新商品新企业的创新与开发策略 第1节 新商品新企业创新开发与企业愿景 第2节 创新与开发新商品新企业的企划方法 第3节 新商品新企业的企划与可行性分析 第4节 新商品新企业的经营管理与拓展

第三部 发展：构建创新蓝图 第9章 锁定竞争优势 落实策略创新 第1节 从企业再定位到策略创新的竞争法则 第2节 成熟与未成熟企业如何进行策略创新 第3节 由策略创新到积极创新维持竞争优势 第10章 有效管理流程 进行流程创新 第1节 以顾客为主的流程创新 第2节 积极引爆流程创新之心 第11章 掌握市场机会 创新营销策略 第1节 掌握市场机会 第2节 市场的破坏性创新 第3节 创新营销策略提高顾客价值 第12章 运用科技创新发展新商业模式 第1节 21世纪的创新研发策略 第2节 利用科技技术创新企业运营模式 第3节 整合科技创新延伸企业价值链 第13章 启动创新引擎 培养创新文化 第1节 突破文化枷锁打造创新文化 第2节 投资智慧资本创新企业文化

第四部 传承：持续创新发展 第14章 构建创新组织与领导者舞台 第1节 构建适合破坏性创新的组织 第2节 培育能够破坏性创新的主管 第15章 传递创新理念 促进永续发展 第1节 从创业者到继承者均要积极破坏创新 第2节 如何有效管理与培育破坏性创新企业参考文献

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>