

<<企业创新通论>>

图书基本信息

书名：<<企业创新通论>>

13位ISBN编号：9787308099516

10位ISBN编号：7308099512

出版时间：2012-11

出版时间：浙江大学出版社

作者：祝宝江，吴小妹，程淑华 著

页数：205

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>

<<企业创新通论>>

内容概要

《企业创新通论》加强中小企业技术创新建设，提高中小企业技术创新水平和成功率，促使其健康成长，已经成为各国政府、中外学术界和企业界普遍关注的课题。

《企业创新通论》力图从系统的角度来诠释这一问题。

《企业创新通论》借鉴系统的分析方法，综合运用技术创新学、系统论、战略管理和企业成长等相关理论，以国内外学者已有的研究成果为基础，对我国中小企业技术创新进行了研究。

首先在介绍了我国中小企业技术创新现状的基础上，建立了我国中小企业技术创新系统研究框架，确定了系统中的核心构成要素，并阐述了中小企业技术创新与系统环境的关系，探讨了外部环境各要素对系统的影响。

在此基础上，对中小企业技术创新系统中的关键要素进行了详细分析，通过国内外比较研究，制定了适合中小企业的技术创新战略，并完善了技术创新机制，同时对中小企业技术创新能力进行了分析，构建了技术创新能力评价的指标体系，并运用DEA数学模型对其进行评价。

最后，提出了提高我国中小企业技术创新水平、促进我国中小企业技术创新发展的对策及建议。

<<企业创新通论>>

书籍目录

第一章 思维创新第一节 企业思维创新第二节 创新思维特征第三节 现代管理新理念第二章 制度创新第一节 制度创新及影响第二节 制度创新的迫切性第三节 现代企业制度内容第三章 管理组织创新第一节 企业组织结构创新演变第二节 企业管理组织的改革第三节 企业管理组织新趋势第四节 企业领导体制创新第五节 企业领导体制的国际比较第四章 经营机制创新第一节 经营机制演变第二节 企业动力机制重构第三节 企业自我约束机制再生第五章 战略管理创新第一节 战略管理生成第二节 企业经营基本战略及延展第三节 企业外向发展战略创新第六章 市场营销管理创新第一节 市场营销创新的意义第二节 市场营销创新的理念第三节 营销创新的机理第四节 营销传媒主要形式第七章 技术管理创新第一节 技术管理创新的意义第二节 科研与开发的策略选择第三节 科技创新是企业发展的动力第四节 引进技术的消化吸收与创新第八章 管理制度与方法创新第一节 企业管理制度的创新第二节 企业管理方法的创新第三节 现代企业管理的新模式第九章 激励机制创新第一节 激励创新的重要性第二节 激励创新机制的设计第三节 强化激励机制新维度第十章 企业文化创新第一节 企业文化浏览第二节 企业文化建设七需要第三节 企业文化创新多维坐标参考文献后记

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>