

<<合作竞争>>

图书基本信息

## <<合作竞争>>

### 内容概要

对于那些需要掌握合作技能的组织来说，本书是一部可供参考的典范之作，它必将使组织在发展合作方面向前迈出一大步。

洛根和斯托克司视“合作”为竞争优势，他们所展示的未来途径严酷而紧迫。

因此，为了以合作获取竞争优势，本书用真实的案例为主要素材，向人们提供了清晰的路线图和有效的诊断工具，以避免常见失误的发生。

在《合作竞争》一书中，斯托克司和洛根为那些致力于打造合作及学习型组织的人士创造了一套全新的战略。

其创造性在于，它超越了传统的束缚，直面迎接今知识经济大潮中的各种挑战。

本书以因特网为媒介和模式，扩展了《第五项修炼》一书中所阐述的若干关键性原则，这些原则对于今天全球商务环境下的组织使命提出了批评。

## <<合作竞争>>

### 作者简介

罗伯特·洛根，麻省理工学院理学士及博士，现为多伦多大学物理学教授，同时受聘于安大略教育研究所，并积极参与了麦克卢恩文化技术项目。

他的研究领域涉及物理学、环境学、语言学、传媒学、教育和知识管理中的计算机应用。

他曾担任加拿大前总理皮埃尔·艾略特·杜鲁道的

## <<合作竞争>>

### 书籍目录

鸣谢绪论：新时代的曙光：因特网、知识与合作 基本法则 由信息技术引发的商业变革 因特网与知识管理：合作是缺省环节 什么样的组织是合作型组织？

合作是一种挑战 为什么说互联网为合作创造了自然环境 合作的障碍 不是“合作或竞争”，而是“合作竞争” 本书的八点关键信息第1章 因特网对商业的影响：合作的必要性 因特网与商务 因特网文化 实践社区（COP） 协作：互联网及因特网的使用策略 因物网作为一种营销工具 客肩膀在系和产品/服务支持 合作型产品的开发和制造 知识管理和因特网 数据、信息、知识和智慧 知识、价值与价值观 知识：默会知识和外显知识 知识的解剖学 知识能被管理吗？

对合作知识管理策略的需求 决策民主化的需求 终生学习：知识时代的工作保障 创造知识管理战略 了解已知和未知的重要性第2章 什么是合作型组织？

第3章 知识管理文献如何看待合作：缺省的一环？

第4章 因特网的五大类合作性信息：合作的媒介与模式第5章 合作的三个心理维度：认识、情商与动机

第6章 创建合作型组织的实际步骤第7章 合作商数：测量组织及其员工的合作能力第8章 洛根-斯托克司

合作知识网络（LSCKN）附录1 因特网作为营销和销售的工具：进一步思考附录2 五大经济时代：进一步思考附录3 我们的合作伙伴关于合作的论著附录4 软件及提供案例咨询公司介绍

<<合作竞争>>

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>