

## <<知识经营的魅力>>

### 图书基本信息

书名：<<知识经营的魅力>>

13位ISBN编号：9787508631295

10位ISBN编号：7508631293

出版时间：2012-1-1

出版时间：中信出版社

作者：野中郁次郎 绀野登

页数：216

译者：赵群

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>

## <<知识经营的魅力>>

### 内容概要

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》是世界级管理大师、“知识管理理论之父”野中郁次郎的力作。

知识时代的知识从业者们，每个人都在个性十足地工作。

他们通过互联网整合知识。

这是一种革命性的变化……《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐等多个日本知名企业的案例分析，以知识创造和知识资产应用能力为轴心，探究大变革时期日本经营的未来。

日本企业，在经历两次石油危机、“尼克松冲击”、日元升值等困境之后，孕育出了强大的竞争力。这些日本企业的优势，不在于年资制度和终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都确立了知识创造的劳动模式。

那是能够将个别的灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》指出日本企业的优势及魅力，不在于年资制度、终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都具备知识创造能力的劳动模式，是能够将个性灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

## <<知识经营的魅力>>

### 作者简介

野中郁次郎，1935年出生于东京，1958年毕业于早稻田大学政治经济学院，随后进入日本富士电机制造公司服务。

野中郁次郎早前留学于美国加州大学伯克利分校哈斯商学院，先后获得MBA和Ph.D.学位。回国后进入学术界，曾任南山大学经济系教授，防卫大学校教授，一桥大学创新研究中心教授，一桥大学国际企业战略研究中心教授。

现任一桥大学名誉教授，美国加州大学伯克莱分校特别名誉教授，克莱蒙大学德鲁克商学院名誉教授。

野中教授的学术造诣非常深厚，在市场营销、组织论、经营战略、创新等领域都卓有建树，尤其是关于知识创造过程、知识管理、知识科学的研究和实践，受到了国际学术界和企业界的高度关注和评价。

在90年代中期，野中郁次郎已经是日本管理学方面最重要的思想家之一，他的《知识创造公司》一书为他赢得了国际声誉。

日本作家、咨询家大前研一称其为“日本有史以来最重要的管理学著作”。

野中教授的著作甚丰，除上述之外还有《知识经营的魅力》、《知识创造经营》、《知识创造方法论》、《知识创造实践论》、《智力经营》、《创新的本质》等80多部专著。

在日本企业界，他应聘担任富士通、三井物产、Seven&I等著名企业的独立董事，为这些企业在应用知识创造理论提高竞争力方面提供咨询。

由于这些成就，他被国际学术界誉为“知识创造理论之父”和“知识管理的拓荒者”。

由于野中郁次郎在学术领域作出的杰出贡献，2002年日本政府曾授予他“紫绶勋章”，美国管理科学院选他为名誉会员。

2007年，他荣获美国管理科学院国际管理学奖，2008年又被《华尔街杂志》选为“最有影响力的管理学家之一”。

紺野登，1954年生于日本东京，早稻田大学理工系毕业，曾任职于博报堂。

现任KIRO有限公司代表、多摩大学教授，获经营信息学博士学位。

主要负责知识产业的咨询顾问和经理人的培养。

著有《知识资产经营》、《智力经营》、《知识创造方法论》、《美德经营》等。

## <<知识经营的魅力>>

### 书籍目录

#### 第一章 从信息到知识

- 与信息迥然不同的知识世界
- 美国实施知识经营的主要原因
- 新经济的主要成分是知识
- 知识管理的界限
- 知识经营孕育出竞争力和成长力
- 知识症候群
- 症候群的类型
- 知识是不会减少的资源
- 市场评价决定战略
- 建立在知识基础上的市场具有不稳定性

#### 第二章 二十一世纪的革命

- 归根结底, 知识是什么
- 知识经营者最关心的两件事
- 知识管理现象
- 知识经营与知识管理相同吗
- 主角是知识工作者
- 先进实践企业的事例
- 培养参与意识的组织文化
- 知识是现今衡量企业优秀与否的标准
- 知识管理是对现有知识资产的灵活运用
- 知识管理的四种类型
- 简单的组合产生矛盾
- 何为成功的基准
- 支撑企划的条件
- 如何使用信息技术
- 设置知识经营责任者 ( cko ) 的必要性
- 组织领导的重要性
- 知识经营的发展阶段

#### 第三章 第五种经营资源

- 知识创造企业
- 知识是“信念”
- 知识与信息不同
- 隐性知识和显性知识
- 类似于画地图
- 知识创造的过程
- 知识过程的展开
- 隐性知识的重要性
- 隐性知识起决定作用的商业领域
- 超越自我的发展过程
- 知识资产的经营
- 知识是未经应用和整合的资产
- 从财务会计的角度理解知识资产
- 知识资产的存在场所 ( 结构性分类 )
- 知识资产的存在类型 ( 功能性分类 )

## <<知识经营的魅力>>

知识的形态如何（意义性分类）

制作知识地图

知识资产的评定

知识资产的投资产出

知识经营的活力

引入知识经营的契机

### 第四章 设计“场”

什么是“场”

“场”与知识联系紧密

“场”与知识创造

场的类型

场是平台

场与记忆

场与信息技术

全球化经营与“场”

### 第五章 成长战略引擎

知识经营的组织与领导能力

组织要成为知识工作者的平台

二律背反共存的组织

新组织的象征

复合型企业组织的关键点

激活“场”的活力

知识生产者激发“场”的能量

知识生产者的资质

全球化环境下知识领导者的资质

### 第六章 创造范例的经营

二十一世纪的制造业是知识产业

何谓知识制造业？

日本企业的未来与知识制造业

拉动知识经济的创造设计

从“战略的时代”到“知识、价值的时代”

新战略部门的视点

融合东西方的智慧

走上创造型企业之路--求知的规范

参考文献

后记

## <<知识经营的魅力>>

### 编辑推荐

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐、惠普等多家日本知名企业的案例分析，透视知识经营的本质内容，解读如何迈向创新型企业之路。

面临当下知识社会和管理转型的必读书！

经济、文化、教育等社会各界的典藏书！

大前研一称这本书是“日本有史以来最重要的管理学著作”。

德鲁克曾评价：“这确是一部经典！”

“信息时代的白领阶层隐身于组织背后，成为社会分工的一部分。

知识时代的知识从业者们，每个人都在个性十足地工作。

他们通过互联网整合知识，这是一种革命性的变化。

日本企业，在经历两次石油危机、“尼克松冲击”、日元升值等困境之后，孕育出了强大的竞争力。

这些日本企业的优势，不在于年资制度和终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都确立了知识创造的劳动模式。

那是能够将个别的灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐等多个日本知名企业的案例分析，以知识创造和知识资产应用能力为轴心，探究大变革时期日本经营的未来。

读者对象：首要目标群：白领、企业管理者；次要目标群：企业管理及经济学理论研究者。

<<知识经营的魅力>>

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>