

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

图书基本信息

书名：<<不懂流行文化就不要谈创新>>

13位ISBN编号：9787544259057

10位ISBN编号：7544259056

出版时间：2012-6

出版时间：南海出版社

作者：Grant,McCracken 格兰特·麦奎肯

页数：203

字数：140000

译者：贾晓涛

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>

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

内容概要

牛仔服制造商李维·施特劳斯公司错过了“嘻哈”浪潮，他们没意识到那些穿着宽松牛仔裤的孩子们代表着一个全新的市场机会。

如果他们能关注美国文化的形成，原本应该能发现这个赚钱机会的。

李维·施特劳斯并非个例。

太多公司把文化解读外包给了趋势猎人、流行观察者、营销专家或者咨询公司，有时候，甚至得靠年轻的实习生。

李维·施特劳斯为此付出的代价是数十亿美元，而其他美国公司的损失无法估量。

至于得到的教训？

那就是企业需要一个新的职业——首席文化官。

首席文化官不能固步自封，而需要有丰富的想象力、敏锐的洞察力及果断的决策力。首席文化官的专业能力将帮助企业市场信号最微弱的时候，预先发现即将到来的变化。

纵观目前的社会导向，是将社会文化向商业文化靠拢，所以才会有“娱乐至死”的种种怪现象；而作者通过剖析那些成功的商业案例，告诉我们成功的商品制造和营销宣传应是从商品向社会文化贴近，向人类的精神家园靠拢。

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

作者简介

格兰特·麦克拉肯是麻省理工学院C3中心研究员。他有芝加哥大学人类学博士学位，并在该校创立了当代文化研究院。格兰特曾在剑桥大学、麦吉尔大学及哈佛大学商学院任教。他也是很多著名企业的咨询顾问，包括金宝汤公司、可口可乐、欧莱雅集团、IBM及儿童电视工场（Children's Television Workshop）。

他已出版了9本学术著作，奥普拉、《纽约时报》、《洛杉矶时报》、《新闻周刊》、《商业周刊》等都曾报道过他。

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

书籍目录

前言

第一章 超越大师——成为史蒂夫·乔布斯

第二章 隐形的首席文化官

第三章 快文化和慢文化

第四章 身份和酷

第五章 生产者和消费者

第六章 开设一家地下运动鞋商店

第七章 怎么做

第八章 非利士人

附录A 首席文化官十大候选人

附录B 崛起的首席文化官的工具箱

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

章节摘录

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

媒体关注与评论

本书的适用对象，不单是意识到需要首席文化官的企业，也不只是羡慕这份职业的人。还有你，是的，马上。

如果你的工作与营销、创新、销售有关，甚至只是在往这类相关企业投资，那你必须读这本书。

——赛斯·高汀 《紫牛：从默默无闻到与众不同》、《部落：一呼百应的力量》的作者 只要你向它敞开，《不懂流行文化就不要谈创新》将改变你的人生。

——约翰·戴腾 哈佛商学院工商管理资深教授 我非常仰慕和尊敬格兰特·麦克拉肯，他是位敏锐的思想家，精通营销、文化、人类学及现代商业实践。

对任何有兴趣了解在21世纪前期如何运营一家成功企业的人，《不懂流行文化就不要谈创新》都将提供很多宝贵教导，它将成为本年度最出色的书之一。

——泰勒·科恩 《达蜜经济学》的作者 为什么很多企业隐藏在表面之下的文化因素措手不及？

基于数十年对消费文化的深入研究，格兰特·麦克拉肯对此作出了论证，并且提供了引人注目的论据，说明为什么企业需要在决策层引入文化专家。

希望更多的行业高管能听到他的呼吁。

——亨利·詹金斯 《融合文化：新旧媒介的碰撞》的作者

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

编辑推荐

《不懂流行文化就不要谈创新》编辑推荐：是什么让苹果、耐克、可口可乐、宝洁如此成功？因为他们一直走在流行文化的前沿！

聪明的企业知道如何去发现和创造潮流！

独享领先所带来的高额利润与赞美。

本书用大量的实例，深入解析了企业在面对流行文化时的经验和教训，总结出了一套行之有效的操作流程，通过设置首席文化官，让您的企业轻松走在文化的前沿，在流行文化的金矿中自在淘金！

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

名人推荐

本书的适用对象，不单是意识到需要首席文化官的企业，也不只是羡慕这份职业的人。还有你，是的，马上。

如果你的工作与营销、创新、销售有关。

甚至只是在往这类相关企业投资，那你必须读这本书。

——赛斯·高汀《紫牛：从默默无闻到与众不同》、《部落：一呼百应的力量》的作者 只要你向它敞开，《不懂流行文化就不要谈创新》将改变你的人生。

——约翰·戴腾 哈佛商学院工商管理资深教授 我非常仰慕和尊敬格兰特·麦克拉肯，他是位敏锐的思想家，精通营销、文化、人类学及现代商业实践。

对任何有兴趣了解在21世纪前期如何运营一家成功企业的人，《不懂流行文化就不要谈创新》都将提供很多宝贵教导，它将成为本年度最出色的书之一。

——泰勒·科恩《达蜜经济学》的作者 为什么很多企业隐藏在表面之下的文化因素措手不及？基于数十年对消费文化的深入研究，格兰特·麦克拉肯对此作出了论证，并且提供了引人注目的论据，说明为什么企业需要在决策层引入首席文化官。

希望更多的行业高管能听到他的呼吁。

——亨利·詹金斯《融合文化：新旧媒介的碰撞》的作者

<<不懂流行文化就不要谈创新>>

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>