

<<知识创造的螺旋>>

图书基本信息

书名：<<知识创造的螺旋>>

13位ISBN编号：9787801983527

10位ISBN编号：7801983521

出版时间：2006-1

出版单位：国家知识产权局知识产权出版社

作者：竹内弘高

页数：350

译者：李萌

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>

<<知识创造的螺旋>>

内容概要

与工业社会不同，知识社会的生产手段不再是机器，而是人的头脑和双手。知识由两个对立的部分“形式知识”和“暗默知识”构成，本书主旨在于，新的知识是通过一个协调及超越对立双方的“综合”辩证过程，在连续的动态的“场”中创造出来的。在知识一经创造出来就变得过时的时代，我们惟有整合各种对立因素，才能够在不断创造新知识的过程中，用知识称雄未来。所以，扼杀矛盾是最大的误区，重要的是要辩证地对待矛盾、拥抱矛盾、综合矛盾。

享有世界“知识运动之父”美誉的野中郁次郎和竹内弘高教授大胆尝试，从知识视角对管理学进行反思，以，BM，佳能，索尼、本田等十几个世界知名企业的实例，讲述知识创造的螺旋上升过程。

<<知识创造的螺旋>>

作者简介

竹内弘高，一桥大学国际企业战略学院教授、院长，在一桥大学就职前，曾在哈佛商学院任教，曾与迈克尔·波特合著《日本还有竞争力吗》(Can Japan Compete?)一书。曾获加州大学伯克利分校Haas商学院的MBA和博士学位。

野中郁次郎，一桥大学国际企业战略学院教授，在知识管理领域，野中教授足被引述最多的作者。他与竹内合著过《创造知识的企业》(The Knowledge-creating Company)。

1996年，该书荣获美国出版学会“年度最佳管理类图书”大奖，该著作也是被引用最多的知识管理类专著。

<<知识创造的螺旋>>

书籍目录

中文版序

译者序

序

第一章 创造知识与辩证法

矛盾与知识

知识与辩证

旧M公司是辩证的公司

佳能公司是辩证的公司

小结

第二章 创造知识的企业

知识螺旋

从比喻到模型

从混沌到概念：管理“创造知识的企业”

第三章 组织的创造知识理论

知识与信息

创造知识的两个维度

知识转换：暗默知识与形式知识间的相互作用

知识转换的四种模式

知识螺旋

组织知识创造的促进条件

组织创造过程的五个阶段

小结

第四章 创造知识作为一个综合的过程

组织即“处理信息的机器”与组织即“创造知识的实体”

知识创造和战略的作用

知识创造是一个综合的过程

“场”：创造知识的地方

案例：丰田Prius的开发过程

案例：NTT DocoMo公司i—mode模式的开发过程

小结

第五章 从管理知识到促进知识

引言

知识创造的壁垒

促进知识的视角

小结

第六章 价值差异化

——产品概念创新与如何组织“Know—what”

产品概念创新

创新和知识的三个维度

功能差异化

价值差异化

制约共存

产品概念的涌现及演进

索尼MAV—555型磁盘录像机的开发过程

价值差异化的促进条件

<<知识创造的螺旋>>

第七章 知识管理与全球竞争

——数字照相机产业中奥林巴斯的全球化知识管理方式

引言

与全球竞争、区位和知识有关的理论

数字照相机（DSC）产业

奥林巴斯早期对camedia系列Dsc产品的开发工作

奥林巴斯的艰难岁月

2002年知识管理的挑战

奥林巴斯2002年的全球化知识管理方法

小结

第八章 跨组织的知识创造

——知识与网络

引言

跨组织的知识创造框架

通过紧密，稳定网络进行的知识创造——丰田集团的案例

知识再结合——美国硅谷对跨企业边界的知识的综合

组织间知识创造的对比模型

日本企业真的衰退了？

小结

第九章 战略形成过程与对话

战略形成过程

对话即社会交流

战略形成过程与发言权

对立双方的相互依存

有意图的与突现的战略形成过程之间的辩证关系

战略形成过程、对话与知识创造

案例：丰田Lexus

案例反思：对话与Lexus业务的发展

小结

第十章 创品牌能力

——索尼公司创造品牌知识的能力

品牌研究的新方向

“品牌知识”回顾

品牌知识的创造过程

创品牌能力：索尼事例

创建品牌就是管理

第十一章 综合模块知识与整体知识

——信息技术时代经营构架的创新

焦点

模块构架

信息技术与模块化

通用品化：模块化陷阱

对模块知识和整体知识的综合

“乐天市场”与Askul

源自经营概念的构架

信息技术的三大悖论

第十二章 辩证组织内部的知识创造

<<知识创造的螺旋>>

Ics是辩证的组织

促进辩证组织内部的知识创造

通过“场”共享动态情境

结论

<<知识创造的螺旋>>

章节摘录

书摘创造知识与辩证法 年代越动荡、世界越复杂，矛盾也就越多，矛盾、对立、两难境地及两极分化也就越容易充斥于世。

成功的企业不仅要与矛盾共舞，而且还需要充分利用各种矛盾。

斯科特·菲茨杰拉德(F. Scott Fitzgerald)曾经提出：“对一流智慧的检验标准是看它同时驾驭两种对立思想，并仍然能够保证运转自如的能力。

”一流智慧始于一个前提，即生活本身就是由对立事物构成的：男与女、生与死、善与恶、少与老、工作与家庭等等。

我们必须与矛盾随遇而安，接受矛盾、应对矛盾、摸清矛盾，并利用矛盾来寻求解决问题的最佳方式。

熊彼德(Joseph Schumpeter)可以算得上是能够胸怀对立思想的人物。

熊彼德提出假设：“动态非均衡”(dynamic disequilibrium)已成为经济惟一的稳定状态，而且源自创新者的“创造性毁灭”(creative destruction)是推动经济的重要力量。

他晚年的兴趣是对我们时代的反省有意思的是，熊彼德的推断有悖于均衡才是健康经济的标准的主流经济理论以及作为现代经济发展的驱动要素的金融和货币政策。

现在，一流的智者可以包容两种对立的观念——熊彼德的正题与现代经济学的反题，同时能够运用它们寻找最佳的发展途径。

与矛盾为伍，既不安逸也不轻松。

查尔斯·汉迪(Charles Handy)曾经这样描述过：就像在没有月光的深夜在漆黑的森林中徘徊一般，因神秘怪异，恐惧袭上心头，方向感顿失，树木丛林蜂拥迫近，无论投足何处，总是逃不脱羁绊，风声鹤唳，危机四伏，默然伫立似乎会比举步前行更安全一些。

然而，一旦凌晨时分，光线豁然间让末路变成通途，诡异之音俨然是鸟语欢歌，丛林之中的婆娑声响乃是兔儿的雀跃，树木不再是障碍，而成为导向的路标。

整个森林简直变成一个迥异的世界。

倘若我们能够为世间各种矛盾带来阳光的话，这个世界看上去就会完全不同，不再充满险境。

其实，这正是成功的企业在做的事情。

企业的繁荣从来没有像现在这样不堪一击，只有少数企业能够证明它们可以跟得上外部环境的急速变化，有能力驾驭周围环境的复杂性。

现在企业失败的一个主要原因是它们往往沉迷于昔日的辉煌，用过去的陈规旧习扼杀各种矛盾。

与之相反，一些新锐企业却能够在当今矛盾重重的世界里一跃成为业界的霸主。

这些企业我们称之为“辩证”的企业，它们不是被动地处理矛盾而是积极地拥抱对立的矛盾，正面地培育各种矛盾，运用矛盾作为寻觅最佳途径的请柬。

.....P1-2

<<知识创造的螺旋>>

媒体关注与评论

书评一桥大学国际企业战略学院是日本一所新型商学院。

这本著作便是该院教师在打破所有常规方面不断努力的结晶，展示了日本学者在经营思考方面的最新动态。

迈克尔·波特(Michael Porter) 哈佛大学：Bishop William Lawrence University教授 在知识管理领域里，没有比一桥大学，也就是野中和竹内的大本营更强大的“品牌”了。

一桥社区的成员从知识视角帮助管理领域其他学科——战略、创立品牌网络、国际竞争和信息技术——开辟了新的天地。

他们的努力同时也强化了“一桥”品牌的价值。

戴维·艾克(David Aaker) 加州大学伯克利分校Haas商学院荣誉教授 自20世纪90年代以来，富士施乐公司始终支持野中和竹内教授的知识研究工作。

现在，很高兴看到我们的合作以这本出版物的形式开花结果。

对于笃志探寻应变之道，并尝试运用知识获得竞争力的企业和商界高级管理人员来讲，这本著作是必读物。

小林阳太郎 富士施乐公司董事长 私营和公共部门的领袖们必须让他们的组织知道赢得当今知识社会竞争游戏的新规则。

在这本书里，享有世界“知识运动之父”美誉的野中和竹内教授提出了新的洞见。

即如何以辩证的思考方式来拥抱各种矛盾、应对动荡的现实。

诺埃尔·蒂奇(Noel Tiohy) 芝加哥大学商学院教授

<<知识创造的螺旋>>

编辑推荐

《知识创造的螺旋:知识管理理论与案例研究》汇集了日本一些著名学者在知识理论和实践方面的最新研究成果。

<<知识创造的螺旋>>

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>