

<<创新管理>>

图书基本信息

书名：<<创新管理>>

13位ISBN编号：9787111367314

10位ISBN编号：7111367316

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：宁钟

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>

<<创新管理>>

内容概要

本书聚焦企业在具有高度不确定性的竞争环境中如何把握危机，并通过创新将危机与变革转换成企业成长的内在动力，赢得企业的持续成长。

本书首先系统地介绍了创新的概念、特点及其基本理论，探讨了创新思维与创造性思维方法，进而从企业的战略层面论述创新；然后，从新产品开发的视角深入剖析了创新管理，论述了如何将创新与产品生命周期一致，从而跨越生命周期的“鸿沟”；最后，指明创新是企业可持续竞争优势的源泉，从创新机会、商业模式和企业成长的角度阐述了企业的持续发展。

本书主要适用于emba / mba教学、edp培训和企业培训等活动，也适用于企业中高层管理者自我学习，亦可用于本科生和研究生的教学。

作者简介

宁钟，复旦大学管理学院教授、博士生导师，香港大学商学院荣誉教授，牛津大学博士后、复旦大学博士后，武汉大学经济学博士。

主要研究方向为：创新与创业、供应链管理、高绩效企业管理。

主持完成国家自然科学基金两项，国家社会科学基金一项，省部级项目十余项。

曾获2010年度宝钢优秀教师奖，第七届上海市政府决策咨询研究成果三等奖，2008年度上海市邓小平理论研究论文三等奖，复旦大学教学研究成果一等奖。

出版专著《集群式供应链风险管理与控制策略研究》一部，并获上海汽车工业教育基金会2011年度奖励。

<<创新管理>>

书籍目录

前言

导论 危机与创新

第一部分 创新与创新战略

第1章 创新与创新过程

开篇案例 低浓度vc果汁09大战

1.1 创新

1.2 创新及其特征

1.3 创新的类型

1.4 后危机时代创新的特点

创新聚焦 亚马逊电子书的风险性分析

创新聚焦 “先行”变“先烈”，贝塔斯曼撤离中国

创新聚焦 从朗科的发展看先发劣势

创新聚焦 “洋狐狸”与“土狐狸”

创新聚焦 “疯狂英语”与《疯狂英语》

知识产权保护 天宇朗通的“山寨”战略及创新成果的保护

1.5 创新的过程

创新聚焦 oracle的技术创新驱动业务创新

创新聚焦 谷歌的破坏性创新策略选择

技术生命周期 鸿海集团科技创新的技术生命周期分析

1.6 建立创新人才基础

阅读材料 先发优势

章末案例 上网本的诞生

第2章 创新思维及其方法

开篇案例 众包的世界

2.1 创造力

创新聚焦 “世界上最好的工作”：最聪明的营销

创新聚焦 “第二人生”我做主

2.2 创意的来源

创新聚焦 “疯果盒子”贩卖灵感“变现创意”

创新聚焦 从企业层面鼓励创意

2.3 创新思维

创新聚焦 阿希实验——从众思维

创新聚焦 逆向思维引致的反向创新

2.4 创新性思维方法

创新聚焦 大陆漂移假说的诞生

创新聚焦 “六顶帽子”改变日本麦当劳

创新聚焦 焦点小组使用的一些注意事项

创新聚焦 常用调查方法

创新聚焦 客户咨询委员会如何促进公司的创新与成长

创新聚焦 手机游戏开发——注重体验式调查

创新聚焦 陆道培院士状告弟子侵权

2.5 创意是公司重要的资产

章末案例 ata的机会

第3章 关于战略的思考

开篇案例 吉利汽车收购沃尔沃的竞争战略

<<创新管理>>

3.1 引发企业发展战略思考的因素

创新聚焦 温州打火机占领世界的故事

3.2 企业发展战略认识上的误区

3.3 企业发展战略选择源动力的探索

创新聚焦 影响企业发展战略选择的主要力量

3.4 企业发展战略选择思考的内容

创新聚焦 迪尔公司的创新价值观带来的启示

创新聚焦 战略投入、战略产出（软性投入：知本、信誉、网络）

阅读材料 企业战略管理

章末案例 星巴克的创新成长战略

第4章 企业创新战略

开篇案例 谷歌、苹果、雅虎与微软互联网动态竞争分析

4.1 创新与竞争战略

创新形成成本领先战略 阿尔斯通电力中压产品崛起之路

创新形成差异化战略 三星与索尼差异化战略对比

4.2 创新与竞争互动

4.3 创新与公司层级的战略

4.4 企业创新战略

创新聚焦 中国人自主研发的大型客机

创新聚焦 “百事可乐”绝境逢生，因挑战巨人而成为巨人

创新聚焦 美国西南航空公司

创新聚焦 《藏地密码》销售奇迹背后的密码：寻找空白市场

创新聚焦 东江集团：模具行业的隐形冠军

创新聚焦 腾讯——后发制人的跟随游击战

第二部分 产品开发与管理

第5章 整体产品与新产品开发管理

开篇案例 ideo产品开发

5.1 产品定义

5.2 整体产品

创新聚焦 麦当劳的整体产品设计

创新聚焦 中兴3g整体产品分析

5.3 新产品与产品体系

创新聚焦 研华科技的产品服务创新

阅读材料 产品与文化探析

创新聚焦 一个价值600万美元的玻璃瓶

创新聚焦 中秋将至，武汉高价月饼“卷土重来”

创新聚焦 龙卡汽车信用卡——信用卡产品创新

创新聚焦 安踏发展的安索夫矩阵分析

章末案例 荷兰银行（中国）有限公司消费金融银行基于产品三维概念的创新

第6章 如何开发消费者非买不可的新产品

开篇案例 “铱星”——一个科技神话的破灭

6.1 购买者效用图

创新聚焦 价值创新之误：tcl钻石手机为何昙花一现

创新聚焦 “晨光文具”购买者效用图分析

6.2 制定战略价格

创新聚焦 可口可乐和思科的不同战略定价方式

阅读材料 西南航空公司利用大众价格走廊定价

<<创新管理>>

创新聚焦 斯巴鲁森林人中国市场的战略定价

创新聚焦 斯沃琪成本控制

6.3 克服采用障碍

创新聚焦 博洛尼家装设计如何克服采用障碍

章末案例 斯巴鲁的独特效用空间

第7章 新产品开发周期管理

开篇案例 柯达公司的成功之道

7.1 技术采用周期的消费者群体构成

7.2 创新的分类

创新聚焦 亚马逊引领图书业破坏性创新

创新聚焦 搜狐的产品创新

创新聚焦 宁波名品直销模式

创新聚焦 dhc化妆品品牌的创新营销

创新聚焦 windows7运用各种创新形式获得成功

7.3 市场发展生命周期

创新聚焦 dhc的创新模式

创新聚焦 微软的大道期（成熟期）创新模式分析

创新聚焦 zara在大道期（衰退期）的商业模式创新

阅读材料 奥巴马竞选团队龙卷风期的创新

7.4 实现创新的做法

章末案例 zara的产品开发管理之先锋型、实用性、保守型、怀疑型消费者

阅读材料 破坏性技术

第三部分 可持续发展

第8章 创新机会识别与创新机会来源

开篇案例 零售业务开启招商银行发展的机会之窗

8.1 机会

创新聚焦 轻松一点，尽在掌握——“指纹支付”的市场机会

创新聚焦 应用时代it业的“机会之窗”在哪里

创新聚焦 “剩女”消费还是“胜女”消费？

创新聚焦 移动互联网催生小公司商机

创新聚焦 解决问题而生的“神州租车”

创新聚焦 云南白药创可贴——由机会识别导致的成功

8.2 创业者的四种个人特质

8.3 创意

创新聚焦 请孙院士认个错

8.4 创新机遇的来源

创新聚焦 “老娘舅”的流程创新机会

阅读材料 “90后”迈向大学：新消费顽主到来

创新聚焦 云计算还是海市蜃楼？

章末案例 农村土地流转制度新解释下的商业机会——“番茄农庄”项目研究

第9章 商业模式设计与创新

开篇案例 奇虎的免费杀毒模式

9.1 什么是商业模式

创新聚焦 “名品导购网”的商业模式要素分析

创新聚焦 “益生康健”的商业模式创新分析

<<创新管理>>

创新聚焦 华氏公司

9.2 商业模式设计

创新聚焦 优米网创始人王利芬：贩卖创业经验来创业

创新聚焦 商业模式构成的要素、价值主张与战略价值分析

9.3 商业模式创新

创新聚焦 “礼来”的商业模式创新

创新聚焦 中国医疗服务业富矿开采先锋

创新聚焦 《愤怒的小鸟》的商业模式创新

创新聚焦 新商业模式的可持续性——ppg

章末案例 万得资讯的“数据流”

第10章 企业成长模型与可持续竞争优势维护

开篇案例 创业板上市公司汉威电子的成长模型分析与启示

10.1 创业导言

创新聚焦 乔布斯与他的苹果

创新聚焦 创业是一种生活方式——如家创始人季琦

10.2 新创企业的融资误区

创新聚焦 对赌使太子奶陨落

创新聚焦 分众传媒

10.3 企业“长不大的困惑”

10.4 创业企业的内部和外部成长战略

创新聚焦 朗科科技的专利许可证经营

创新聚焦 “土家掉渣烧饼”为何暴热骤冷

创新聚焦 从“tayohya多样屋”看特许经营

10.5 博弈获得和保持竞争优势

创新聚焦 博弈获得和保持竞争优势——小游戏大玩家：石头剪刀布

阅读材料 纳什与博弈论

阅读材料 拉封丹寓言《狼和狐狸》（负和、零和与正和）

阅读材料 应用囚徒困境理论分析黑莓与iphone的竞争

创新聚焦 从智猪博弈理论看大小快递企业的竞争

章末案例 联想集团的海外扩张

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>