第一图书网, tushu007.com

<<创造学理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<创造学理论与实践>>

13位ISBN编号：9787302132714

10位ISBN编号：7302132712

出版时间：2006-7

出版时间：清华大学出版社

作者：姚凤云

页数：380

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

内容概要

《创造学理论与实践》是在总结创造学教学和创造实践的经验的基础上编写的一本高校创造学教材。
全书的阐释论述深入浅出、通俗易懂，体现出较强的知识性、引导性、技能性、实用性。
学习本教材，能很好地提高创造理论水平和创造性地解决问题的能力；对发现、发明、创新、创业等创造型人才的培养，能起到一定的启迪和促进作用。
《创造学理论与实践》可作为大学本、专科公共必修课和公共选修课教材，也可作为继续教育培训教材和自学用书。

<<创造学理论与实践>>

书籍目录

第一篇 基础概念篇第一章 创造学导论 1第一节 创造及相关概念 1一、示例引言 1二、创造的涵义 2三、创造的特点 4四、创造与相关概念 6第二节 创造的原动力和意义 8一、人类进行创造的原动力 8二、创造的意义 9第三节 创造学概述 12一、创造学的涵义和性质 12二、创造学的研究目的和基本原理 13三、创造学研究的基本内容 14四、创造学与传统科学和素质教育的关系 15第四节 创造学的产生与发展 16一、创造学的产生 16二、创造学的发展 18思考训练题 20第二章 创造的基本要素 22第一节 创造主体和客体 22一、创造主体 22二、创造客体 24第二节 创造精神、知识和创造技法 24一、创造精神 24二、知识 26三、创造技法 27第三节 创造环境 28一、制度环境 28二、政策环境 28三、市场与法制环境 29四、教育培训环境 29五、情报信息与服务环境 29六、基础研究与应用研究环境 30七、硬环境 30思考训练题 30第三章 创造力概述 32第一节 创造力的构成和分类 32一、创造力的涵义 32二、创造力的构成 32三、创造力的能级 35四、创造力的分类 35第二节 创造力辨析 37一、创造力具有普遍性 37二、认识创造力，辨析相关问题 37第三节 创造力开发 40一、影响创造力发挥的心理因素 40二、创造力的可开发性 42三、创造力开发的途径 43第四节 创造力测评 44一、创造力测评的涵义 44二、创造力测评的具体作用 44三、创造力测评的具体做法和应注意的问题 45四、创造力测评方法 45思考训练题 49第二篇 创造性思维第四章 创造性思维的特征和过程 51第一节 创造性思维的涵义和特征 51一、思维的涵义和分类 51二、创造性思维简介 52三、创造性思维的特征 53第二节 创造性思维的过程 57一、华莱士的四阶段论 57二、“ 序列链 ”理论 58三、“ 发散-辐合 ”理论 59四、三境界式 60五、八阶段模式 60六、“ 产生绝妙创意 ”的12个步骤 62思考训练题 64第五章 方向性思维 66第一节 扩散思维与集中思维 66一、扩散思维 66二、集中思维 68三、扩散思维与集中思维的区别和联系 69四、扩散思维与集中思维的实际应用 69第二节 正向思维与逆向思维 70一、正向思维 70二、逆向思维 71第三节 侧向思维与转向思维 76一、侧向思维 76二、转向思维 78思考训练题 79第六章 动态性思维 81第一节 动态思维与超前思维 81一、动态思维 81二、超前思维 84第二节 分离思维与合并思维 88一、分离思维 88二、合并思维 89三、分离思维与合并思维的关系 90思考训练题 91第七章 逻辑思维 92第一节 逻辑思维概述 92一、逻辑思维的涵义 92二、逻辑思维的基本形式 92三、创造性思维与逻辑思维的关系 93四、逻辑思维在创造活动中的作用 95五、逻辑思维能力的培养和提高 96第二节 归纳思维 97一、简单枚举法 97二、科学归纳法 98三、统计归纳法 99第三节 演绎思维 100一、三段论 100二、假言推理 101三、选言推理 102四、二难推理（假言选言推理） 102第四节 其他几种逻辑思维 103一、分析思维与综合思维 103二、抽象思维与具体思维 105思考训练题 106第八章 形象思维 107第一节 想像思维 107一、想像思维的涵义 108二、对想像思维的研究和评价 109三、想像思维的分类 110四、想像思维对创造的引导作用 113五、提高想像思维能力的方法 114第二节 联想思维 114一、联想的涵义 115二、联想思维的分类 116三、多种联想的综合训练 119第三节 直觉思维 120一、直觉思维的涵义 120二、直觉思维的特征 121三、直觉思维的功能 122四、直觉的局限性 124五、怎样培养直觉思维能力 124第四节 灵感思维 125一、灵感的涵义 125二、灵感思维的特征 126三、灵感的类型 127四、灵感产生的一般规律 128五、如何捕捉灵感 129思考训练题 131第三篇 创 造 技 法第九章 检核表法 132第一节 奥斯本的检核表法 132一、奥斯本检核表法简介 132二、奥斯本检核表法的具体内容及其应用实例 133三、奥斯本检核表法的特点和运用要点 136第二节 对奥斯本检核表法的改进 136一、动词提示检核表法 136二、5W1H法 138三、降低成本检核表法 139四、属性改善排列矩阵法（SAMM法） 140五、系统提问法 141思考训练题 142第十章 智力激励法 144第一节 奥斯本激励法 144一、智力激励法的涵义 144二、智力激励法的原则和特点 144三、运用智力激励法需注意的问题 145四、步骤与实施 146五、智力激励法的应用实例 147第二节 对智力激励法的改进 148一、653法 148二、MBS法 149三、CBS法 150四、K · J法 150五、集思广益法 151六、大学生课堂构思法（5420法） 154思考训练题 155第十一章 列举法 156第一节 特性列举法和缺点列举法 156一、特性列举法 156二、缺点列举法 157第二节 希望点列举法和综合列举法 160一、希望点列举法 160二、成对列举法 161三、综合列举法 162思考训练题 162第十二章 组合法与分解法 163第一节 组合法 163一、组合法简介 163二、组合法的分类 163第二节 信息交合法 166一、许国泰的“ 思维魔方 ”166二、信息交合法的基本原理 167三、信息交合法的实施程序 167四、信息交合原则 168五、信息交合法应用实例 169第三节 分解法 170一、分解法简介 170二、分解的方式 171思考训练题 172第十三章 分析法与还原法 173第一节 形态分析

法 173一、形态分析法的涵义 173二、形态分析法程序 174三、形态分析法的实例 175第二节 价值分析法 176一、价值分析法简介 176二、价值分析法的运用 176第三节 还原法 178一、还原法简介 178二、还原法的实践应用 179思考训练题 180第十四章 类比性创造技法 181第一节 类比法 181一、类比法的涵义 181二、类比法原理 181三、类比法的分类 183第二节 移植法 185一、移植法简介 185二、移植的分类 185第三节 仿生学法 189一、仿生学的涵义 189二、仿生学法运用要点 190三、仿生学法的应用实例 190第四节 其他引申类比技法 192一、等价变换法 192二、中山正和法 194三、中山-高桥法 195思考训练题 195第十五章 其他创造技法 196第一节 驱虫法 196一、驱虫法的涵义和操作 196二、驱虫法中的ARIZ法 197第二节 十步思维法和综合创造法 198一、十步思维法 198二、综合创造法 199第三节 水平思考法和假想构成法 200一、水平思考法 200二、假想构成法 201第四节 六面体法和理想天才法 202一、六面体法 202二、理想天才法 205思考训练题 206第四篇 创造实践篇第十六章 科学发现和技术发明 207第一节 科学发现 207一、科学发现及其分类 207二、科学发现的主要特点 208三、怎样从事科学发现 210第二节 技术发明 213一、技术发明及其分类 213二、技术发明一般过程 214思考训练题 218第十七章 合理化建议与技术改进 219第一节 合理化建议和技术改进的涵义评价标准 219一、合理化建议的概念 219二、技术改进的概念和原则 220三、合理化建议和技术改进的评价标准 221四、合理化建议、技术改进的相关活动 221第二节 合理化建议和技术改进的基本程序和活动艺术 222一、合理化建议和技术改进的基本程序 222二、合理化建议和技术改进活动的艺术 224第三节 合理化建议和技术改进的创造方法 225一、产生合理化建议的OCU法 225二、提出有价值的改进方案的物场分析法 227思考训练题 229第十八章 大学毕业生创业 230第一节 大学毕业生创业的重要性和条件 230一、大学毕业生创业的重要性 230二、大学毕业生创业条件分析 231第二节 大学毕业生创业准备和创业能力 233一、大学毕业生创业的知识准备 233二、大学毕业生创业能力 235第三节 大学毕业生创业素质测评 238一、企业家的素质与类型 238二、创业素质测验 239思考训练题 242第十九章 创造成果保护及专利权 243第一节 创造成果的保护 243一、为什么要进行创造成果保护 243二、创造成果保护的具体措施 243三、专利制度的产生和发展简介 245第二节 申请专利需要注意的问题 245一、专利的一般原则 246二、专利的一般条件 246三、申请专利需要递交的文件 246四、发明和实用新型专利申请文件的撰写 248思考训练题 251第五篇 创造型人才开发篇第二十章 创造教育 252第一节 创造教育概述 252一、创造教育的涵义 252二、创造教育的地位 253三、创造教育与素质教育的关系 253四、创造教育与传统教育的区别 254五、创造教育的必要性 254第二节 我国创造教育的发展 256一、早期阶段（20世纪以前） 256二、近期阶段（20世纪初至20世纪80年代） 256三、当代阶段（20世纪80年代以后） 258第三节 创造教育的原则和目标 258一、创造教育的原则 259二、创造教育的目标 263第四节 创造教育的实施 263一、创造教育实施的基本条件 263二、创造教育实施的基本途径 265第五节 创造教育的教学模式 267一、国外创造教育的教学模式 267二、我国创造性课堂教学模式 270思考训练题 270第二十一章 创造型人才 272第一节 创造型人才的涵义和特征 272一、创造型人才的涵义 272二、创造型人才的基本特征 272三、对创造型人才的误解辨析 274第二节 创造型人才的客观主观因素 275一、创造型人才成长的客观因素 275二、创造型人才应有的主观因素 278第三节 创造型人才队伍建设 278一、创造型人才培养的历史与现状 278二、必须注重我国的创造型人才培养 280三、我国人才分布的突出问题 280四、我国创造型人才队伍建设应注意的问题 281思考训练题 283第二十二章 创造的个性心理品质（上） 284第一节 理想和品德 284一、理想 284二、品德 285第二节 勇气和意志 287一、勇气 287二、意志 287第三节 自信心和好奇心 289一、自信心 289二、好奇心 290第四节 抓机遇和惜时间 291一、抓机遇 291二、惜时间 293第五节 竞争意识和合作精神 295一、竞争意识 295二、合作精神 296思考训练题 298第二十三章 创造的个性心理品质（下） 299第六节 信息观和名利观 299一、信息观 299二、名利观 301第七节 观察力和记忆力 302一、观察力 302二、记忆力 305第八节 思考力和借鉴力 306一、思考力 306二、借鉴力 307第九节 迷恋性和严谨性 308一、迷恋性 308二、严谨性 309第十节 独立性和综合性 312一、独立性 312二、综合性 314思考训练题 315第六篇 创造性经营第二十四章 企业创新经营探讨 317第一节 企业经营战略的分类和作用 317一、企业经营战略的涵义和分类 317二、企业经营战略的作用 318第二节 企业经营战略的制定和实施 319一、企业经营战略的制定 319二、企业经营战略的实施 321第三节 企业经营创新 321一、企业经营创新的涵义 321二、企业经营创新的基本形式及其战略意义 322思考训练题 324第二十五章 企业创新开发探讨 325第一节 创新产品开发概论 325一、创新产品的涵义 325二、创新产品的基本类型 325三、创新产品开发的涵义和意义 325四、创新产

品开发的原则 326第二节 创新产品开发程序 327一、创新产品开发调查 327二、创新计划制定 327三、创新产品设计 329四、最佳方案选择 330五、创新产品试制 330六、创新产品正式投产 331七、创新产品正式全面上市 331第三节 创新产品的质量、外观设计和商标 331一、创新产品的质量 331二、创新产品的外观设计 333三、创新产品的商标 333思考训练题 334第二十六章 企业创新销售探讨 335第一节 企业销售的涵义和意义 335一、销售的涵义 335二、销售的意义 335三、企业应有的销售观念 336第二节 消费者心理研究 337第三节 建立和开发销售信息系统 339一、企业销售系统的特点 339二、企业销售信息工作的目标 339三、企业销售信息工作的性质 339四、企业销售信息系统的作用和功能 340五、信息技术在销售工作中的应用 340第四节 营销促销方式创新 341一、广告推销 341二、人员推销 343三、营业推广 344四、服务促销 344五、数据库营销 345六、绿色营销 345七、网络营销 346思考训练题 347第二十七章 企业创新管理探讨 348第一节 企业思想政治工作及其创新 348一、思想政治工作的涵义和特点 348二、思想政治工作的基本内容 350三、创新思想政治工作运作机制 351四、创建思想政治工作评估体系 353五、构建好思想政治工作的活动平台 354六、落实好思想政治工作的“四项经费”354第二节 企业文化建设 355一、企业文化的涵义和功能 355二、企业文化建设的主要内容 356思考训练题 362第二十八章 企业诊断探讨 363第一节 企业诊断概论 363一、企业诊断的涵义 363二、企业诊断的特点 364三、企业诊断的作用 365四、企业诊断的主要类型 365第二节 企业诊断程序 366一、进企业前准备阶段 366二、进企业后预备诊断阶段 369三、正式诊断阶段 370四、实施指导阶段 372第三节 企业诊断方法和诊断人员素质 373一、企业诊断方法 373二、对企业诊断人员的基本素质要求 376思考训练题 378主要参考文献 379

第一图书网, tushu007.com

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