第一图书网, tushu007.com

<<从知识到情报>>

图书基本信息

书名：<<从知识到情报>>

13位ISBN编号：9787502363864

10位ISBN编号：7502363866

出版时间：2011-1

出版时间：科技文献

作者：Helen N.Rothberg//G.Scott Erickson|译者:张新民

页数：272

译者：张新民

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

《从知识到情报：在下一波经济中建立竞争优势》系统深入、清晰独到地阐明了知识管理（KM）和竞争情报（CI）之间的内在联系。
在清晰地界定了这两个学科之间的差异的同时，更关注于它们的无缝集成和有机结合。
作者认为，只有将知识管理和竞争情报这两个相互隔离的学科及实践活动有机地结合起来，才能更好地发挥知识管理和竞争情报各自的优势和长处，从而真正将知识转化为情报，最终为组织赢得竞争优势。
在理论论证的同时，《从知识到情报：在下一波经济中建立竞争优势》在知识管理与竞争情报的集成和互补方面提供了令人叹服的途径和方法，为组织实施相关活动提供了一个实用框架，以便将知识转化成为适合组织需要的、可指导行动的情报。
书中，作者还创造性地提出了影子团队的方法，以及战略保护系数的概念——用来衡量公司保护其知识资产的决心，平衡公司的知识管理和竞争情报活动。
全书分四个部分，共12章。
第一部分主要论述了知识管理与竞争情报的关系，提出了将两者进行有机结合从而将知识转化为活化的情报的观点；第二部分在给出战略保护系数概念的基础之上，具体探讨了在国家、行业和组织层面将知识转换为情报的策略；第三部分讨论了企业及其上下游的情报活动，分析了企业中从知识到情报的转化活动；第四部分提出了将知识转化为情报这一行动过程的蓝图，从组织结构、企业文化和职业道德三个方面进行了论述。
在每章的最后部分还有一个自测环节，它为每章所讨论的问题提供了一个简洁实用的指南。
对于从事竞争活动的企业管理者来说，这是一本必读书。
《从知识到情报：在下一波经济中建立竞争优势》适用于从事知识管理和竞争情报研究的专家学者和相关领域的实际工作者，也可作为高等院校管理学相关专业如企业管理、信息管理、知识管理和竞争情报等专业的高年级本科生及研究生的教材和参考书。

作者简介

海伦·罗丝伯格，博士自1987年以来曾任HNR协会“知识网络”首席咨询师。
她专长于战略规划和行为科学，在知识管理与竞争情报领域有较深造诣。
她建立了“影子团队”的概念，促进了战略变革。
罗丝伯格博士现任美国纽约州波基普西市玛里亚大学管理学院战略管理副教授。
经常在相关学术期刊、会议录、杂志和商业简讯上发表文章。
罗丝伯格在美国纽约城市大学巴鲁学院获MBA学位，在该校研究生院获哲学硕士和商学博士学位。
斯科特·艾里克森，博士是美国伊萨卡大学商学院市场营销专业副教授。
他在里海大学获得博士学位，在雷鸟国际工商管理学院获得国际商业管理硕士（MIM），在南卫理公会大学获工商管理硕士（MBA），在哈佛大学获学士学位。
他的研究领域包括智力资本、知识产权，以及其他法律、公共政策与市场营销的交叉领域。
在多个期刊上发表过论文。
他还供职于美国竞争力协会理事会。
具有20年咨询工作经验。
主要专长领域包括技术创新、运营管理和营销策略。

<<从知识到情报>>

书籍目录

前言：CIKM，经理人成功的秘诀前言：知识财富与竞争情报致谢引言第1部分 知识遇到情报第1章 创造竞争资本公司里的知识：管理知识资本竞争情报：发现所需，使用所知拥有所有这些信息后，我们该怎么办?一个简单的解决办法：竞争情报系统和影子团队利用影子团队将知识转化为情报影子／（情报）团队能够将知识转化成情报将知识管理与竞争情报结合在一起经理人自测第2章 将知识转变成为活化的情报知识管理与竞争情报：仔细研究它们之间的差别知识管理还是竞争情报?它们不是“ 或 ”而是“ 与 ”的关系如何来做?利用优势层将知识转化为情报分享你的所知：一个具有挑战性的矛盾保护你的所有：“ 谁在盯着谁?最后的想法经理人自测第3章 这是一个具有风险的行业在竞争晴报的世界中开发知识资产的风险哪种SPF适合你?平衡风险的艺术SPF5：一枝独秀SPF15：谨慎行事，与巨人共生协作SPF30：防护罩，生活在玻璃屋中SPF45：全面封锁，冷战情报：知道何时改变SPF经理人自测第1部分总结：知识遇到情报第2部分 从知识转向情报的策略第4章 确定SPF：基于国家层面的考虑管理知识资产的风险与收益一种折衷的方法国家创新系统国家因素和情报国家因素：构建一个战略框架回到SPFS小结经理人自测第5章 确定SPF：基于行业层面的考虑与国家因素的互动将行业作为研究单元知识产业价值链协作竞争舞台回到SPFS小结经理人自测第6章 确定SPF：基于组织层面的考虑与国家因素和行业因素的互动资源……第3部分 实现从知识到情报的转化第4部分 从知识转向情报的蓝图

章节摘录

情报团队可创造和获得收益。
Louis Gerstner称IBM的团队为“虚拟的情报团队”（Behnke 8L Slayton 1998）。
这些情报团队的任务是评估竞争对手的行动和策略，目标是弄清IBM市场份额丢失的原因。
情报团队领导者的责任是确保在制定整个公司的策略时，应考虑竞争对手的市场占有能力。
虽然那时IBM已在进行竞争情报活动，但是相关人员在不同的职能部门。
直到建立了情报团队之后，通讯联络、信息共享以及相互合作才实现了一体化。
情报团队整合了诸如市场研究、新闻剪辑、竞争分析报告、顾问研究等外部信息。
他们从公司主管那里获得了一些关于竞争对手的个人信息，而且在世界范围内同许多战略决策者建立了广泛的联系。
这些情报团队创造的智力资本提高了IBM的竞争地位——为新技术、新方法以及企业集团（包括全球服务）的建立奠定了基础。
除此之外，让人印象更深刻的是，这些情报团队促使了IBM的文化转型。
在IBM，知识的共享比知识的储备更有价值。
将知识管理与竞争情报结合在一起思考，表达，行动。
持续的竞争优势不再依赖于商业运作的物理过程（如制造过程），而更依赖于对贯穿于公司整个价值链的知识和情报的管理。
寻找机遇和发掘公司真正竞争力的关键是开发员工头脑中的知识，以及挖掘他们综合运用竞争情报工具与智力资本创造出的财富。
这个过程可为公司提供了解其内在能力的方法，以及在竞争性市场中主动定位的能力。
著名的分析方法如SWOT分析可以确定出组织内部及外部的优势和劣势，以及适合这种内部和外部情况的做法。

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