

<<创意与管理>>

图书基本信息

书名：<<创意与管理>>

13位ISBN编号：9787510409561

10位ISBN编号：751040956X

出版时间：2010-6

出版时间：新世界

作者：克里斯·比尔顿

译者：向勇

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>

<<创意与管理>>

内容概要

创意是对组织、管理及社会的变革都会产生影响的社会性进程。它将协助我们适应组织真实存在的复杂性，并一起应对不确定性和不连续性。

以艺术引导经济复兴的方式一直受到追捧，其间的原因并不在于这种方式带来的直接经济效益与社会产出，而是因为这种方式能够通过塑造一个国家或地区富有“创意”的形象而间接提升经济影响力

<<创意与管理>>

作者简介

作者：(英国)比尔顿 译者：向勇

书籍目录

前言序致谢 导论：创意和创意产业 创意是艰难的 创意管理：包容差异 创意产业中的创意：我们所有的未来？ 创意经济：替代品或原型？ 延伸阅读第一章 定义创意 两个走廊的故事 哪些是创意 哪些不是创意 案例研究：梦中幻境？ 测绘巨大的鸿沟：从教育到工作 天才的神话 案例研究：天才和运水人 虚假的利润：创意产业 延伸阅读第二章 从个人到过程：创意团队与创新 从个人到团队一 创新与团队 超越专业化：创意产业中的创意工作 扮演多面手：创意产业中的创意角色 案例研究：重新定位广告创意 培养创意团队：熟悉化还是专业化？ 管理创意团队 创意张力和信任需求 创意团队需要非创意成员 延伸阅读第三章 创意系统：对创意产业中管理和政策的意义第四章 放松与控制的创意管理：自我激励型创意员工的神话第五章 模式分析：战略、领导、灵活式组织 第六章 商业发展和组织变革第七章 从创意营销到创意消费第八章 创意的政治学参考书目人名索引 主题索引

章节摘录

第一章 定义创意哪些是创意回答“何为创意”这个古老问题最简单的方法，就是思考目前流行的定义缺少什么。

在管理学文献和流行的论著中，创意主要有两副面孔。

第一副面孔，创意就是求新或求异，是对传统的工具和视角的反叛。

第二副面孔，紧随着第一副面孔，要求给予创意个体自由，以展示其天赋或洞见。

植根于西方哲学传统的个人主义与创新这两个主题，强化了创意和创意者片面的、破坏性的僵化模式。

将创意与个人主义和创新融合在一起，这种做法使创意思维和创意者从赋予创新与个人天赋意义和价值的背景与系统中分离开了。

那种认为创意产业可以脱离一般产业而作为独特领域的观念已根深蒂固，似乎创意作为正式被指定的一些商业的特权，正从其他地方消失。

.....

<<创意与管理>>

媒体关注与评论

“这本重要的著作详细论证了为什么对创意的完整理解不仅可以促进经济活动的活力和个性化满足，更为重要的是，它能够帮助我们更好地理解21世纪中创意产业的价值。

”——英国著名电影制片人大卫·普特南爵士“这本书有三个独到之处：首先，这是一本有关管理的书。

真正理解创意的过程；其次，这本书将创意理论与实际业务紧密联系起来；最后，这本书以有力的论据无可辩驳地证明了最佳思维出现在‘管理’与‘创意’相交的世界。

”——惠灵顿维多利亚大学著名学者斯蒂芬卡明斯教授

<<创意与管理>>

编辑推荐

《创意与管理:从创意产业到创意管理》由新世界出版社出版。

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>