

<<直觉>>

图书基本信息

书名：<<直觉>>

13位ISBN编号：9787500581338

10位ISBN编号：7500581335

出版时间：2005-6

出版时间：中国财政经济出版社

作者：杜根

页数：282

字数：250000

译者：李芳龄

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>

<<直觉>>

内容概要

本书活用了战略规划、学习型组织、竞争战略等3大主流策略学派的精要，洞察了杰克·韦尔奇、比尔·盖茨、麦当劳、万豪集团等杰出领导者与卓越企业的决策智慧，指引读者一步步掌握鉴往知来的艺术，从洞悉他们的成功经验中，建立自己的专家直觉，以创新性地做出决策，提出解决方案，并避免陷入冗长的战略分析中，迅速、准确地把握每一个成功机会。

通过对这种非常直接但又十分有效的方法的讲解，本书将帮助你：

- 系统地吸取他人的成功经验，提出自己的创新解决方案。

- 学会如何从纷繁复杂的要素中归纳出一个有效的解决办法，进而制定有效的决策。
- 克服好想法成形及传递到管理高层的障碍。

<<直觉>>

作者简介

威廉·杜根，美国Creative Strategy Group公司的共同创办人，有20多年的战略咨询顾问服务经验，现任教于哥伦比亚大学商学院，教授战略课程。他协助众多组织和个人成功应用鉴往知来的艺术，有效地建立起在所属领域的专家直觉。其著作包括《拿破仑的洞察：战略秘诀》等。

<<直觉>>

书籍目录

自序 寻找奏效的方法 全面回顾成功的企业战略 鉴往知来, 创新成就 汲取经验, 重新组合第一部分
专家直觉的艺术 第1章 企业成功的钥匙 战略的问题 战略的4个要素 学习直觉 冲破迷雾 转化
鉴往知来的4个要素 第2章 鉴往知来的眼光 战略中的专家直觉 麦当劳与苹果电脑的故事 制定目
标与瞬间洞察 成功的4个关键要素 当代的瞬间洞察 科学领域中的瞬间洞察 当东方遇见西方 企
业的眼光 第3章 创造性复制成功的艺术 企业领域的专家直觉 适应性反应与制造性反应 创造性
模仿 以鉴往知来为基础 强生公司 万豪集团 美国运通公司 创造性的结构 杜邦公司 通用汽车
公司 标准石油公司 西尔斯公司 站在巨人的肩上 日本企业的艺术 通用电气模式 阴晴不定的女
神 创造性成功第二部分 专家直觉的优点 第4章 计划做与能够做 战略规划之艺术 第5章 变革与
冲锋 学习型组织之艺术 第6章 影响力量与参考源头 竞争战略之艺术第三部分 专家直觉的应
用 第7章 箭筒里的箭 工具与技巧 第8章 合成之艺术 战略咨询中的专家直觉 第9章 洞察、活
用、创新他人智慧 你的英雄之旅附录 正确与可能 社会部门中的奏效方法

<<直觉>>

章节摘录

书摘 迪斯尼首先于1931年尝试制作标准长度动画影片《爱丽丝梦游仙境》，可是，他在1932年放弃了，因为当时有一家英国制片公司推出剧情片版本，如果迪斯尼也在当时推出动画片，竞争性太强了。

迪斯尼的《爱丽丝梦游仙境》长片可能会是由一个真人饰演爱丽丝，其他部分则全部是动画，迪斯尼在1923年到1926年间推出的《爱丽丝在动画王国》（Alice in Cartoonland）系列短片就是使用这种真人加动画的结合方法。

迪斯尼在巴黎产生的那个愿景会是把他的那些爱丽丝短片结合起来变成一部长片吗？

若真是这样的话，这部长片的品质将会非常差。

一直要到1988年的《谁陷害了兔子罗杰》（Who Framed Roger Rabbit）这部影片，迪斯尼制片公司才解决了把动画和真人角色结合在一起的技术问题。

因此，迪斯尼在1928年产生的愿景很可能是低品质的爱丽丝影片，可以确定的是，在当时，他并没有产生制作《白雪公主》的愿景。

《爱丽丝梦游仙境》和《白雪公主》非常不同，在《白雪公主》影片中，并没有真人饰演的角色，而且在1928年，甚至到1931年，制作《白雪公主》动画长片的技术根本还不存在。

一直要到1932年，出现了一项突破性技术，大大改善了彩色印片法（Technicolor），迪斯尼立刻买下把这项新技术应用于动画制作的独家使用权，并且增设一个彩色部门，包括工作人员、材料、实验室等。

彩色印片法公司本身在好莱坞设立了仅有的另一个彩色实验室，出租给其他剧情片制片公司在制作影片时使用，这项独占权一直维持到1949年柯达公司（Eastman Kodak）推出一项竞争性产品才被打破。

因此，在1932年以前，迪斯尼并没有制作像《白雪公主》这样一部动画长片的愿景。

1931年，他决定要在他的第一部标准长度动画影片中把动画和真人角色结合在一起，只不过，后来制作出来的《白雪公主》完全是动画片。

此外，1932年突破性的彩色印片法使迪斯尼推进到彩色制片。

1932年，迪斯尼制作了他的第一部全彩动画短片《花与树》（Flowers and Trees），为迪斯尼公司赢得一座奥斯卡金像奖。

这是一项成功，迪斯尼在短短不到一年的时间就精通了全彩动画制片技术，于是，迪斯尼以这个成功作为基础，制作了更多彩色短片。

大约在1932年的同一个时候，迪斯尼开始使用一项新方法来准备情节：分镜脚本（storyboard），这是迪斯尼公司的一位漫画家韦伯·史密斯（Webb Smith）从连环漫画获得灵感，而发展出来的方法。

迪斯尼的动画短片包括了彩色、声音、歌舞，因此，制作这些东西并把它们结合在一起，变成相当繁杂累人的工作，有了分镜脚本，艺术家们便可以事先把每一场景绘制出来，并把它们依照顺序钉在分镜脚本板上。

这就好像是报纸上的连环漫画——史密斯和迪斯尼都是从这个行业起家的，因此，迪斯尼等于是把旧技艺应用于动画影片的制作上。

突然之间，一个复杂的故事剧情变得很容易处理，这也代表动画片的情节可以变得更复杂。

迪斯尼使用分镜脚本来制作的第一部动画短片是1933年推出的《诺亚方舟》（Father Noah's Ark）

，1934年，迪斯尼写了一份备忘录，向全公司宣布这项方法，就在这一年，迪斯尼公司开始着手制作《白雪公主》。

瞬间洞察。

《白雪公主》的制作结合了迪斯尼所有的先前成就：声音与动作同步化、彩色印片法、歌舞、在分镜脚本板上发展复杂的故事情节。

还要感谢巴黎之旅，使迪斯尼知道至少有一些观众会愿意花钱看一部标准长度的动画影片。

此外，《白雪公主》也绝非什么新故事，它是历久弥新、家喻户晓的童话故事。

.....

<<直觉>>

<<直觉>>

媒体关注与评论

书评本书说明了这样一个事实：多数经理人在制定决策时，所依靠的是他的直觉。这种专家直觉不但扮演了识别问题并找出解决办法的核心角色，而且事实上也融入了他们所使用的工具和技巧中。

作者引用了大量杰出领导者与卓越企业在制定决定时的策略与技巧，使得读者可以一步步掌握利用专家直觉加速决策过程，迅速把握成功机会的方法。

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>