

<<知识经营的魅力>>

图书基本信息

书名：<<知识经营的魅力>>

13位ISBN编号：9787508631295

10位ISBN编号：7508631293

出版时间：2012-1-1

出版时间：中信出版社

作者：野中郁次郎 绀野登

页数：216

译者：赵群

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>

<<知识经营的魅力>>

内容概要

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》是世界级管理大师、“知识管理理论之父”野中郁次郎的力作。

知识时代的知识从业者们，每个人都在个性十足地工作。

他们通过互联网整合知识。

这是一种革命性的变化……《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐等多个日本知名企业的案例分析，以知识创造和知识资产应用能力为轴心，探究大变革时期日本经营的未来。

日本企业，在经历两次石油危机、“尼克松冲击”、日元升值等困境之后，孕育出了强大的竞争力。这些日本企业的优势，不在于年资制度和终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都确立了知识创造的劳动模式。

那是能够将个别的灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》指出日本企业的优势及魅力，不在于年资制度、终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都具备知识创造能力的劳动模式，是能够将个性灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

<<知识经营的魅力>>

作者简介

野中郁次郎，1935年出生于东京，1958年毕业于早稻田大学政治经济学院，随后进入日本富士电机制造公司服务。

野中郁次郎早前留学于美国加州大学伯克利分校哈斯商学院，先后获得MBA和Ph.D.学位。回国后进入学术界，曾任南山大学经济系教授，防卫大学校教授，一桥大学创新研究中心教授，一桥大学国际企业战略研究中心教授。

现任一桥大学名誉教授，美国加州大学伯克莱分校特别名誉教授，克莱蒙大学德鲁克商学院名誉教授。

野中教授的学术造诣非常深厚，在市场营销、组织论、经营战略、创新等领域都卓有建树，尤其是关于知识创造过程、知识管理、知识科学的研究和实践，受到了国际学术界和企业界的高度关注和评价。

在90年代中期，野中郁次郎已经是日本管理学方面最重要的思想家之一，他的《知识创造公司》一书为他赢得了国际声誉。

日本作家、咨询家大前研一称其为“日本有史以来最重要的管理学著作”。

野中教授的著作甚丰，除上述之外还有《知识经营的魅力》、《知识创造经营》、《知识创造方法论》、《知识创造实践论》、《智力经营》、《创新的本质》等80多部专著。

在日本企业界，他应聘担任富士通、三井物产、Seven&I等著名企业的独立董事，为这些企业在应用知识创造理论提高竞争力方面提供咨询。

由于这些成就，他被国际学术界誉为“知识创造理论之父”和“知识管理的拓荒者”。

由于野中郁次郎在学术领域作出的杰出贡献，2002年日本政府曾授予他“紫绶勋章”，美国管理科学院选他为名誉会员。

2007年，他荣获美国管理科学院国际管理学奖，2008年又被《华尔街杂志》选为“最有影响力的管理学家之一”。

紺野登，1954年生于日本东京，早稻田大学理工系毕业，曾任职于博报堂。

现任KIRO有限公司代表、多摩大学教授，获经营信息学博士学位。

主要负责知识产业的咨询顾问和经理人的培养。

著有《知识资产经营》、《智力经营》、《知识创造方法论》、《美德经营》等。

<<知识经营的魅力>>

书籍目录

第一章 从信息到知识

- 与信息迥然不同的知识世界
- 美国实施知识经营的主要原因
- 新经济的主要成分是知识
- 知识管理的界限
- 知识经营孕育出竞争力和成长力
- 知识症候群
- 症候群的类型
- 知识是不会减少的资源
- 市场评价决定战略
- 建立在知识基础上的市场具有不稳定性

第二章 二十一世纪的革命

- 归根结底, 知识是什么
- 知识经营者最关心的两件事
- 知识管理现象
- 知识经营与知识管理相同吗
- 主角是知识工作者
- 先进实践企业的事例
- 培养参与意识的组织文化
- 知识是现今衡量企业优秀与否的标准
- 知识管理是对现有知识资产的灵活运用
- 知识管理的四种类型
- 简单的组合产生矛盾
- 何为成功的基准
- 支撑企划的条件
- 如何使用信息技术
- 设置知识经营责任者 (cko) 的必要性
- 组织领导的重要性
- 知识经营的发展阶段

第三章 第五种经营资源

- 知识创造企业
- 知识是“信念”
- 知识与信息不同
- 隐性知识和显性知识
- 类似于画地图
- 知识创造的过程
- 知识过程的展开
- 隐性知识的重要性
- 隐性知识起决定作用的商业领域
- 超越自我的发展过程
- 知识资产的经营
- 知识是未经应用和整合的资产
- 从财务会计的角度理解知识资产
- 知识资产的存在场所 (结构性分类)
- 知识资产的存在类型 (功能性分类)

<<知识经营的魅力>>

知识的形态如何（意义性分类）

制作知识地图

知识资产的评定

知识资产的投资产出

知识经营的活力

引入知识经营的契机

第四章 设计“场”

什么是“场”

“场”与知识联系紧密

“场”与知识创造

场的类型

场是平台

场与记忆

场与信息技术

全球化经营与“场”

第五章 成长战略引擎

知识经营的组织与领导能力

组织要成为知识工作者的平台

二律背反共存的组织

新组织的象征

复合型企业组织的关键点

激活“场”的活力

知识生产者激发“场”的能量

知识生产者的资质

全球化环境下知识领导者的资质

第六章 创造范例的经营

二十一世纪的制造业是知识产业

何谓知识制造业？

日本企业的未来与知识制造业

拉动知识经济的创造设计

从“战略的时代”到“知识、价值的时代”

新战略部门的视点

融合东西方的智慧

走上创造型企业之路--求知的规范

参考文献

后记

<<知识经营的魅力>>

编辑推荐

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐、惠普等多家日本知名企业的案例分析，透视知识经营的本质内容，解读如何迈向创新型企业之路。

面临当下知识社会和管理转型的必读书！

经济、文化、教育等社会各界的典藏书！

大前研一称这本书是“日本有史以来最重要的管理学著作”。

德鲁克曾评价：“这确是一部经典！”

“信息时代的白领阶层隐身于组织背后，成为社会分工的一部分。

知识时代的知识从业者们，每个人都在个性十足地工作。

他们通过互联网整合知识，这是一种革命性的变化。

日本企业，在经历两次石油危机、“尼克松冲击”、日元升值等困境之后，孕育出了强大的竞争力。

这些日本企业的优势，不在于年资制度和终身雇佣制等劳动形态，而是整个组织都确立了知识创造的劳动模式。

那是能够将个别的灵感和隐性知识整体化，将商品、服务及业务系统具体化的组织运作能力。

《知识经营的魅力：知识管理与当今时代》通过对丰田、本田、花王、富士通、富士施乐等多个日本知名企业的案例分析，以知识创造和知识资产应用能力为轴心，探究大变革时期日本经营的未来。

读者对象：首要目标群：白领、企业管理者；次要目标群：企业管理及经济学理论研究者。

<<知识经营的魅力>>

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>