

<<创新管理>>

图书基本信息

书名：<<创新管理>>

13位ISBN编号：9787509607053

10位ISBN编号：7509607051

出版时间：2009-11

出版时间：经济管理出版社

作者：吴永林/何颖

页数：348

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>

## &lt;&lt;创新管理&gt;&gt;

## 内容概要

人类社会发展的历史，就是一部不断创新的历史。

火的发明使人类告别了茹毛饮血的野蛮时代；电灯的发明改变了人类日出而作、日落而息的传统生活方式；火车、飞机的诞生使天涯近在咫尺；网络的广泛应用使人们购物可以足不出户。

人类历史每前进一步，都伴随着新的发现、新的创造。

所以，江泽民说：“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。

” 市场经济的发展一日千里，企业在市场经济的大潮中如逆水行舟，不进则退。

经济全球化是当今世界经济发展的特征，各国经济通过商贸往来相互联系、相互依存、相互融合。

我国已加入WTO，融入世界经济的大潮中，现代资源、技术、信息、人才和商品在全球范围内流动，企业竞争日益激烈。

综观当代企业，唯有不断创新，才能在竞争中处于主动，立于不败之地。

创新是一种理念，更是企业生存发展的内在要求。

知识经济的一个重要特征是知识创新和技术创新。

创新性是知识经济的灵魂。

知识的生产和创新、知识的传播、知识的应用是经济和社会发展的核心。

加入WTO后，我国与世界经济的融合程度日益提高。

随着全球化、知识经济时代的来临，我国面临着更为激烈的竞争。

为此，大力推进科技进步，提高我国企业的创新能力，特别是原始创新能力，不断用先进科技改造和提高国民经济，努力实现生产力的跨越发展，已经成为中国新时期发展的历史选择。

本书就是在此背景之下，从企业成长和发展的角度，以市场竞争作为背景环境，分析企业创新的成因、规律、组织、效能和方法，阐述创新管理的理论体系和方法体系。

本书共包括十一章内容：第一至第三章主要介绍了创新管理的起源、国内外发展现状和基本理论及方法；第四章探讨了企业的创新与企业竞争力的关系；第五至第十一章则分别阐述了企业的制度创新、组织创新、技术创新、产品创新、市场创新、文化创新和知识经济与管理创新几个方面，从整体上对企业的创新活动进行了系统的论述和分析。

## 作者简介

吴永林，经济学博士，现任北方工业大学教授，经济管理学院院长，首都“五一”劳动奖章获得者。主要研究方向为组织与战略及企业竞争理论。

现为北方工业大学北京市高技术企业发展问题学术创新团队的学术带头人，北方工业大学学术委员，兼任中国企业管理研究会常务理事、中国数量经济学会常务理事、中国企业数量经济学会常务理事、北京循环经济促进会常务理事，国家水利部特聘项目论证专家；主持并完成国家及部委级科研项目二十项，曾获得部委级科技进步三等奖和管理成果一等奖，发表学术论文六十余篇，出版学术论著七部，编撰并出版教材及文集六部。

## &lt;&lt;创新管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 导论 一、创新的起源 二、当代创新理论的新发展 三、创新：企业生存发展的灵魂第二章 创新的基本理论 一、创新的特征 二、创新的类型 三、创新理论分支 四、创新动力理论 五、创新过程第三章 创新与管理 一、管理学相关理论 二、创新管理相关理论 三、创新管理对企业的作用第四章 创新与企业竞争力 一、创新与企业竞争力概述 二、创新与提升企业竞争力的机制分析 三、企业创新的竞争力评价第五章 制度创新 一、制度创新理论 二、企业制度创新 三、制度创新主体的扩散第六章 组织创新 一、组织与组织理论 二、组织创新理论 三、企业组织创新模型及途径 四、技术与组织的集成创新第七章 技术创新 一、技术创新的基本理论 二、技术创新的主要模式及发展 三、技术创新的扩散 四、技术创新能力分析第八章 产品创新 一、产品创新理论 二、新产品开发 三、产品创新发展和趋势第九章 市场创新 一、市场创新的概念与意义 二、市场创新度、创新域和创新点 三、市场创新源及其开发与利用 四、市场创新战略 五、市场创新的绩效评价指标体系第十章 文化创新 一、创新的文化背景 二、创新与企业文化 三、企业文化创新 四、文化创新前瞻 五、文化创新的测评指标体系第十一章 知识经济与管理创新 一、知识经济 二、管理创新 三、管理创新的范式 四、现代企业管理创新的主要模式 五、知识经济时代的管理创新参考文献后记

## 章节摘录

(一) 企业的技术创新 技术创新是人们为某一应用目的所做的方法、工具、系统方面的改进和革新,具体来讲就是指与新产品的制造、新工艺过程或设备的首次商业应用有关的研究开发设计、制造及其他商业活动。

简单地说,技术创新就是指将一种新产品、新工艺、新服务引入市场,其本质是科学技术应用于产品、工艺及其他商业用途上以改变人们的生活方式,提高人们的生活质量。

对企业来讲,技术创新也带来了企业产品在市场上的活力和优势。

技术创新是企业创新运行过程的关键,它既是企业实现科学技术成果向现实生产力转化的根本途径,也是形成企业核心竞争力的源泉。

技术创新一方面能够为制度创新、文化创新、市场创新和管理创新提供相应的物质技术条件,是企业其他创新活动开展物质推动力量。

企业技术创新主要解决产品和服务更加适应市场需求的问题。

由于企业发挥其核心技术创新能力,使创新的产品或服务具有独一无二的性能、外观和其他内在质量,并且具有自己的专利,这样就能够具有较长的领先时间,不易为竞争对手所复制,从而可最大限度地占有市场和吸引潜在用户,并为企业市场的创新开创了道路。

有研究表明,企业的市场表现与其新产品开发具有强相关性。

技术创新不仅为市场创新提供了自身的物质技术条件,也是管理创新的动力和物质技术条件,它直接或间接地给管理创新带来新的课题,推动管理创新的展开,体现在管理水平的整体协调、优化以及运行效率上。

特别是技术创新在改变企业组织的内容、结构、边界和环境的同时,对企业组织制度提出了新标准、新规定、新要求。

可以说,没有制度创新的保证,技术创新就无法实现;而没有技术创新的发展要求,制度创新也就失去了创新动力的有利来源。

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>