

<<管理创造力与创新>>

图书基本信息

<<管理创造力与创新>>

内容概要

市场倚重的创新就被认为是企业发展的创造者和维护者。

每当英特尔公司的工程师们开发出客户认为有价值的新一代处理器时，该公司的财富也同时被刷新。像戴尔，IBM，东芝和其他个人电脑制造商等直接用户就会迅速抓住新一代处理器问世的机会，借此给它们的客户提供更快捷，功能更强大的电脑。

但是，创新也可能对行业产生破坏。

半个多世纪以前，经济学家约瑟夫·熊彼特论述了创新对经济，社会和组织的冲击，并提出了“创造性破坏风潮”。

“创造性破坏风潮”不仅否定了旧有的行事方法，也将很多坚持这些方法的企业和机构扫地出门。

在19世纪，大规模生产创的出现，终结了地方的鞋匠，裁缝和其他手工业生产者的时代。

今天，超级市场又使成群的地方小型五金店，独立书商以及办公用品零售商消失了，如从家得宝，博德斯和斯泰普斯身上，我们看到这一模式正在重复。

创新在其他行业的表现也是如此，比如在电子，医药等行业，甚至包括服务行业，通过不断的破坏也建立了新的产品和服务。

无法跟上这些创新脚的企业很快就会被淘汰出局。

所以，创新是公司发展无可争议的催化剂。

但是许多公司的管理者都未能有效地营造一种促进创新和激励创新的环境。

本书考察了管理者在激发组织的创造力中的重要作用，并为管理者和领导者如何增加创新成功率提供对策。

<<管理创造力与创新>>

书籍目录

导言

第1章 创新的类型 多个创新前沿的多种类型

第2章 S曲线 概念及其启示

第3章 创意的产生 打开魔鬼的瓶子

第4章 机会确认 别让好机会溜掉

第5章 将创新推向市场 它能奏效吗？

第6章 创造力和“创造性团队”创新的两个关键因素

.....

附录

注释

术语表

延伸阅读

顾问与作者

译者后记

<<管理创造力与创新>>

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>