

<<公司中的创造力>>

图书基本信息

书名：<<公司中的创造力>>

13位ISBN编号：9787111164371

10位ISBN编号：7111164377

出版时间：2005-5

出版时间：机械工业出版社

作者：莫齐

页数：168

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>

<<公司中的创造力>>

内容概要

使创造力和创新意识渗透到公司的核心活动之中。

作者针对公司的独特需要提出一个创造力框架。

在这一框架的指导下，读者可以掌握创造过程中相互作用的4种动态力量，即动机、好奇心与恐惧、打破与建立连接以及评估。

《公司中的创造力》解决以下问题：如何重新滋润创造源泉；如何在工作的各个方面都发挥出创造力；如何强化与公司产生互动的意识；如何塑造始终保持创造力的环境；如何激发日常的创新活力和制定远景规划；如何为创意的转化奠定坚实的基础。

本书是我们25年来帮助个人、团体、公司变得更富有创造力的经验总结，这些服务对象既包括具有百年历史的《财富》500强，也有新涌现出的富有冒险精神的后起之秀。

本书吸收了来自公司创造性活动的实践者、客户等的知识，也采纳了创造力研究专家的独特见解。

他们的思想使他们在尚处于萌芽状态的研究领域中取得了突破性的成就。

<<公司中的创造力>>

作者简介

杰夫·莫齐，剑桥城几所学院的客座讲师，希尼提斯公司咨询部经理，Inventive Logic有限公司的创始人之一兼CEO，曾在剑桥担任过3年驻校艺术家，现在仍然是一名从事绘画和大型环境/概念设计的开业艺术家。

理查德·哈里曼，哥化比亚大学MBA，希尼提克斯公司执行合伙人

<<公司中的创造力>>

书籍目录

前言致谢绪论第一部分 创造性思维 第1章 左右他造性思维的动态力量 1.1 动机 1.2 好奇心与恐惧 1.3 破除思想枷锁，也于联想：产生新创意 1.4 评估 第2章 成为一名创造型人才 2.1 创造潜能分析 2.2 再生创造力 第3章 为企业打破与建立连接 3.1 鼓励发表不同意见 3.2 鼓励冒险精神 3.3 鼓励见解的多样性 3.4 建立富有内在动机的组织 3.5 发挥创造力有赖于信息的流动 3.6 使用的信息可多可少第二部分 氛围 第4章 营造易于发挥创造力的企业氛围 4.1 影响氛围的期望与行为 4.2 有益于创造力发挥的氛围 4.3 期望与行为加强创造力 4.4 赋予自主权并给予大力支持 4.5 在大范围内改变氛围 第5章 个人创造氛围：缓冲保护层 5.1 缓冲保护层 5.2 企业氛围适应个人氛围第三部分 行为 第6章 领导层：培育系统创造力 6.1 减少控制 6.2 实施鼓励创造的奖励政策 6.3 灌输新的效率观和失败观 6.4 传播宣传创造性变革的价值 6.5 资源 6.6 指导公司 第7章 有目的的创造力 7.1 阶段一：基础性工作与潜心研究 7.2 阶段二：发散性探究 7.3 阶段三：挑选 7.4 阶段四：重点探究 7.5 阶段五：初步提出潜在的解决方案 7.6 阶段六：完善与变换 7.7 阶段七：实施 7.8 支持有目的的创造性活动的制度 第8章 将变革时行到底 8.1 提前计划 8.2 记录效果 8.3 期待阻力 8.4 促进信息流动注释参考文献译者后记

<<公司中的创造力>>

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>