

<<中国社会文化环境与企业技术创>>

图书基本信息

书名：<<中国社会文化环境与企业技术创新绩效关系研究>>

13位ISBN编号：9787514106954

10位ISBN编号：7514106952

出版时间：2011-5

出版时间：经济科学出版社

作者：朱春玲

页数：248

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>

<<中国社会文化环境与企业技术创>>

内容概要

不同国家的社会文化的演变进程不同步，为企业家的成长提供了不同的社会文化环境，形成了不一样的价值观，孕育了不一样的企业家精神，对企业的创新决策和创新行为产生了不同的影响。因此可以推测，企业家精神既受到了社会文化环境的影响，又影响了企业的技术创新绩效。

《中国社会文化环境与企业技术创新绩效关系研究》提出的核心命题是：与西方发达国家相比，我国企业的技术创新绩效偏低，这可能与我国的社会文化环境有关。我国的社会文化环境中缺少促进企业家精神发挥的因素，而企业家精神则是企业技术创新的决定因素。

从权变的角度看，社会文化对企业家精神的影响、企业家精神对技术创新绩效的影响，不一定在所有条件下都是理想的，社会文化不一定总在促进企业家精神。

政府制定的制度、行业环境特征、研发投入强度等因素都可能影响企业的技术创新绩效。

为了更加准确、严谨地解释社会文化环境对企业家精神的影响，进而对企业技术创新绩效产生影响的机制，需要引入制度扶持和行业环境等变量作为权变变量。

作者简介

朱春玲，管理学博士，英语语言文学硕士，中国人民大学商学院教师，商学院国际认证办公室主任，商学院CMPM项目模块主任。

曾任美国纽约州立大学布法罗分校（SUNY Buffalo）管理学院和美国波士顿大学（Boston University）管理学院访问学者。

参加过哈佛大学商学院GCPCL（Global Colloquium On Participant—Centered Learning）案例教学与案例开发研讨培训和欧洲工商管理学院（法国INSEAD）IMPM项目培训。

曾带领商学院CMPM项目学员赴英国兰卡斯特大学、加拿大麦吉尔大学及企业进行交流访问，带领MBA学员赴香港中文大学和香港理工大学及企业参观学习，为英国兰卡斯特大学IMPM项目做课程翻译。

主要研究领域为商务与管理沟通、企业家精神、技术创新、社会文化等，主要讲授商务英语和管理沟通等课程。

书籍目录

第1章 绪论1.1 研究背景1.2 研究意义1.2.1 论意义1.2.2 实践意义1.3 研究视角和主题1.4 研究范畴1.4.1 创新及技术创新1.4.2 社会文化及社会文化环境1.4.3 企业家精神1.4.4 技术创新绩效及测量1.5 研究方法1.6 研究思路 and 结构安排1.7 研究难点1.8 创新点本章小结第2章 相关理论综述2.1 技术创新2.1.1 创新理论发展回顾2.1.2 创新与机会2.1.3 创新与资源2.1.4 创新与持续竞争优势2.1.5 影响技术创新的因素2.2 企业家精神2.2.1 企业家精神的内涵2.2.2 现代奥地利学派关于企业家精神的核心观点2.2.3 企业家精神与创新2.3 社会文化2.3.1 社会文化维度的代表性研究2.3.2 社会文化与价值观2.3.3 社会文化与企业文化2.3.4 社会文化与企业研发2.3.5 社会文化与企业家精神本章小结第3章 中国传统文化与创新精神3.1 社会文化分析3.1.1 社会文化的特征3.1.2 文化层次与价值观3.2 中国传统文化的特点3.2.1 伦理中心3.2.2 中庸协和3.2.3 重视实践3.2.4 尊重权威和传统3.2.5 注重脸面3.3 改革开放以来中国社会文化的变化3.3.1 社会环境的不确定性加剧3.3.2 社会文化价值观发生变化3.4 中国传统文化对企业家精神的影响3.4.1 中国社会企业家精神的现状3.4.2 中国社会企业家精神的评价标准3.4.3 中国传统文化中蕴涵的企业家精神3.5 中国传统文化中的创新思想3.5.1 以和谐促创新3.5.2 系统的创新观3.5.3 从感悟中创新3.6 适合培育创新精神的社会文化环境3.6.1 积极向上的社会评价体系3.6.2 宽容和激励创新的社会文化环境本章小结第4章 社会文化及企业家精神与企业绩效实证研究综述4.1 中外学者的测度指标4.1.1 中美社会文化测量值4.1.2 中美社会文化价值观的差异4.1.3 美国社会的企业家精神4.1.4 社会文化测量的有关实证研究4.1.5 社会文化与创新关系的测度4.1.6 社会文化与企业家创新精神测度4.1.7 企业家精神与企业绩效测度4.2 文化、企业家精神和创新的关联模型4.2.1 文化、价值观与行为的关联模型4.2.2 社会文化、价值观和管理行为的关联模型4.2.3 文化与企业家精神的关联模型4.2.4 企业家精神与创新的关联模型4.2.5 企业家精神与企业绩效的关联模型4.3 实证研究分析4.3.1 社会文化测度的综合角度4.3.2 测度角度及测度内容的补充本章小结第5章 概念模型与研究假设5.1 研究命题与模型5.1.1 研究命题5.1.2 研究模型5.2 研究假设推导5.2.1 社会文化与企业家精神的关系5.2.2 企业家精神与创新绩效的关系5.2.3 制度扶持对于社会文化与企业家精神关系的调节效应5.2.4 行业环境对社会文化与企业家精神关系的调节效应5.3 研究思路 and 假设总结5.3.1 研究思路总结5.3.2 研究假设总结本章小结第6章 研究设计6.1 研究变量的操作性定义及其测量方法6.1.1 技术创新绩效6.1.2 社会文化6.1.3 企业家精神6.1.4 制度变量6.1.5 行业环境变量6.1.6 控制变量6.2 问卷设计流程和问卷构成6.2.1 问卷设计流程6.2.2 问卷构成6.3 研究样本量、调查实施流程及资料分析方法6.3.1 研究样本量6.3.2 调查实施流程6.3.3 资料分析方法本章小结第7章 数据研究结果7.1 描述性统计、信度和效度分析7.1.1 描述性统计分析7.1.2 主要变量的信度分析结果7.1.3 效度分析7.2 变量描述性统计、简单相关系数及回归分析7.2.1 变量描述性统计和简单相关系数7.2.2 回归分析本章小结第8章 研究结论和建议8.1 总结及讨论假设的检验结果8.1.1 总结假设检验结果8.1.2 讨论假设检验结果8.2 研究贡献8.2.1 理论贡献8.2.2 实践意义8.3 研究局限及研究展望8.3.1 研究局限8.3.2 研究展望本章小结附录参考文献图表索引致谢

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>