

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
۴	مراجع
۵	درباره مؤلفان
۷	بخش اول مدیریت نوآوری
۹	۱. نکته‌های مهم در مدیریت نوآوری
۱۲	۱.۱ نوآوری و برتری رقابتی
۱۸	۲.۱ انواع نوآوری
۲۲	۳.۱ اهمیت نوآوری نمودی
۲۳	۴.۱ نوآوری، فرایندی دانش-پایه

سه

۲۷	۵.۱ معضل نوآوری ناپوسته
۴۰	۶.۱ نظریه نوآوری اختلال آورگرستن سن
۴۵	۷.۱ سرچشمه های دیگر ناپوستگی
۴۵	۸.۱ نوآوری آسان نیست
۵۲	۹.۱ ... اما نوآوری لازم است
۵۶	۱۰.۱ چالشهای جدید، همان پاسخهای قدیمی؟
۷۲	۱۱.۱ رؤس مطالب کتاب
۷۵	۱۲.۱ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۷۷	مراجع
۸۲	۲. نوآوری به مثابه فرایندی مدیریتی
۸۵	۱.۲ نوآوری به منزله فرایند محوری کاروکسب
۹۵	۲.۲ فرگشت مدل های فرایند
۹۷	۳.۲ پیامدهای درک جزئی از فرایند نوآوری
۹۸	۴.۲ آیا می توانیم نوآوری را اداره کنیم؟
۱۰۶	۵.۲ نوآوری موفق و نوآوران موفق
۱۰۶	۶.۲ درباره مدیریت نوآوری موفق چه می دانیم؟
۱۱۰	۷.۲ نقشه های راه برای موفقیت
۱۲۰	۸.۲ عملهای نفوذ زمینه ای عمده
۱۲۱	۹.۲ در ورای حالت پایا
۱۲۳	۱۰.۲ در ورای مرزها
۱۲۴	۱۱.۲ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۱۲۴	مراجع
۱۳۱	بخش دوم انتخاب رهیافت راهبردی
۱۳۶	فصل ۳. ایجاد چارچوب راهبرد نوآوری

۱۳۷	۱.۳ راهبردهای "خردگرا" یا "نموی" برای نوآوری
۱۴۵	۲.۳ فناوری و تحلیل رقابتی
۱۴۸	۳.۳ ارزیابی چارچوب پُرتیر
۱۵۳	۴.۳ تواناییهای پویای شرکتهای
۱۵۳	۵.۳ راهبرد نوآوری در شرکتهای کوچک
۱۵۵	۶.۳ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۱۵۶	مراجع
۱۵۹	۴. وضعيتها: شرایط محیطی ملی و رقابتی
۱۵۹	۱.۴ نظامهای ملی نوآوری
۱۷۷	۲.۴ از عهده رقیبان برآمدن
۱۸۴	۳.۴ تخصیص منافع حاصل از نوآوری
۱۹۶	۴.۴ تعیین موقعیت شرکتهای کوچک
۱۹۷	۵.۴ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۲۰۰	مراجع
۲۰۴	۵. مسیرها: استفاده از مسیرهای فن شناختی
۲۰۶	۱.۵ مسیرهای اصلی فناوری
۲۱۱	۲.۵ فناوریهای بنیانی: زیست-فناوری، مواد و فناوری اطلاعات (IT)
۲۱۷	۳.۵ ایجاد شایستگیهای مخصوص به شرکت
۲۳۶	۴.۵ مسیرهای فن شناختی در شرکتهای کوچک
۲۴۰	۵.۵ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۲۴۳	مراجع
۲۴۶	۶. فرایندها: یکپارچه سازی برای یادگیری راهبردی
۲۴۷	۱.۶ مکانبایی فعالیتهای تحقیق و توسعه (R&D) شرکتی در مقابل قسمتی
۲۵۳	۲.۶ مکانبایی فعالیتهای R&D — جهانی در مقابل داخلی
۲۵۹	۳.۶ تخصیص منابع به نوآوری

۲۶۸	۴۶ فناوری و راهبرد شرکشی
۲۷۶	۵۶ فرایندهای سازمانی در شرکتهای کوچک
۲۷۷	۶۶ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۲۸۰	مراجع

بخش سوم برقراری پیوندهای اثربخش برون-سازمانی

۲۸۶	۷. یادگیری از بازارها
۲۸۷	۱۷ فناوری و بازارها چگونه در تجارتي سازی مؤثرند؟
۲۹۳	۲۷ تفکیک کردن محصولها
۲۹۸	۳۷ تولید معماریات محصولها
۳۰۸	۴۷ بازاریابی محصولهای نیازمند فناوری
۳۱۶	۵۷ تجارتي سازی محصولهای پیچیده
۳۲۴	۶۷ پیش بینی انتشار نوآوریها
۳۳۵	۷۷ خلاصه مطالب و مطالب خواندنی بیشتر
۳۳۷	مراجع

۳۳۹	۸. یادگیری از طریق پدید آوردن اتحادها
۳۴۰	۱۸ چرا همکاری می کنیم؟
۳۴۷	۲۸ شکلهای همکاری
۳۷۶	۳۸ الگوهای همکاری
۳۸۰	۴۸ اثر فناوری و سازمان
۳۹۳	۵۸ مدیریت اتحاد برای یادگیری
۴۰۶	۶۸ خلاصه و خواندنیهای بیشتر
۴۰۷	مراجع

بخش چهارم ایجاد سازوکارهای اجرای اثربخش

۹. مدیریت فرایندهای درون-شرکتی

۱.۹ امکان پذیر ساختن جستجوی بیشتر

۲.۹ میسر شدن راهبرد-سازی

۳.۹ امکان پذیر کردن دستیابی به آگاهی اثربخش

۴.۹ امکان پذیر ساختن اجرا

۵.۹ راه اندازی

۶.۹ امکان پذیر کردن آموزش و باز-نوآوری

۷.۹ آن سوی حالت پایا - اقدام در شرایط ناپیوسته

۸.۹ در فراسوی مرزها

۹.۹ خلاصه و مطالب خواندنی بیشتر

۴۹۷ مراجع

۱۰. یادگیری از طریق سرمایه گذاریهای مخاطره آمیز شرکتی

۱.۱۰ سرمایه گذاری مخاطره آمیز شرکتی چیست؟

۲.۱۰ دلایل سرمایه گذاری مشترک شرکتی

۳.۱۰ اداره سرمایه گذاریهای مخاطره آمیز شرکتی

۴.۱۰ ساختارهای سرمایه گذاری مخاطره آمیز شرکتی

۵.۱۰ یادگیری از طریق انجام سرمایه گذاریهای مخاطره آمیز درون-شرکتی

۶.۱۰ خلاصه مطالب و خواندنیهای بیشتر

۵۵۱ مراجع

بخش پنجم ایجاد سازمان نوآور

۱۱. ایجاد سازمانهای نوآور

۱.۱۱ بینش مشترک، رهبری و اراده نوآوری