

<<新技术的商业化战略>>

图书基本信息

书名：<<新技术的商业化战略>>

13位ISBN编号：9787030290588

10位ISBN编号：7030290585

出版时间：2010-10

出版时间：科学出版社

作者：唐方成

页数：228

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>

## <<新技术的商业化战略>>

### 内容概要

关于技术成果向现实生产力转化的问题，一直是各国政府、科技界、理论界和企业界共同关注的焦点。

但是，来自实践的结果表明：目前许多国家和产业的新技术商业化的成功率都远低于其预期。

因此，国内外新技术商业化的大量实践伴随着一系列理论问题产生，人们迫切需要从中找出新技术商业化项目的基本运行机制和成长路径。

本书综合应用相关理论和方法，以我国转型经济背景下的企业实践为主，通过大样本的问卷调查和实地访谈，以期深入考察我国企业新技术商业化项目的成长机理及其运行机制。

核心内容包括：新技术商业化的战略性投资决策，新技术商业化过程中的风险要素与风险结构，战略导向与新技术商业化的关系、组织学习与环境感知的作用等。

本书可供各级各类经济管理部门和有关政府机构制定科技成果转化和产业化政策借鉴，也可供技术创新、技术战略、产业创新和科技管理与政策的学者、教师和研究生以及广大关注中国企业新技术商业化的所有人员参考。

## &lt;&lt;新技术的商业化战略&gt;&gt;

## 书籍目录

序言第1章 导论 1.1 新技术商业化的背景 1.2 新技术商业化的特征及意义 1.3 新技术商业化的研究框架及主要内容第2章 理论与实践回顾 2.1 新技术商业化的概念及特征 2.1.1 新技术商业化的概念界定 2.1.2 技术商业化的特点 2.1.3 技术商业化与产品商业化 2.1.4 技术商业化与技术转移 2.2 技术商业化理论研究的发展历程 2.2.1 方法论层面的发展 2.2.2 新技术商业化的步骤与阶段划分 2.2.3 国际研究方向与趋势 2.2.4 国内新技术商业化的研究现状 2.3 战略性技术管理 2.3.1 环境感知 2.3.2 战略导向 2.3.3 环境与商业战略的一致性 2.3.4 技术战略的选择 2.4 组织学习 2.4.1 组织学习的不同视角 2.4.2 组织学习的应用第3章 新技术商业化投资的战略决策 3.1 新技术商业化投资的特点 3.1.1 市场不确定性 3.1.2 技术不确定性 3.1.3 投入成本不确定性 3.1.4 投资不可逆性 3.2 实物期权方法及其应用 3.2.1 实物期权的概念与特征 3.2.2 实物期权在新技术投资决策中的应用 3.3 新技术商业化投资的实物期权评估与决策 3.4 实物期权的建模与计算 3.4.1 随机过程 3.4.2 动态规划 3.4.3 模拟模型 3.5 两种期权下的投资决策 3.5.1 模型构建与求解 3.5.2 模型模拟数值解及其分析 3.6 四种期权下的决策 3.6.1 模型构建与求解 3.6.2 模型模拟数值解及其分析 3.7 初始投资成本受不确定因素影响的投资决策 3.7.1 模型构建与求解 3.7.2 模型的模拟数值解及其分析 3.8 小结第4章 案例分析 4.1 国际电动汽车的发展概况及其意义 4.1.1 国际电动汽车的发展历程 4.1.2 主要国家和地区电动汽车发展概况 4.1.3 发展电动汽车的战略意义 4.2 电动汽车技术商业化的机遇与挑战 4.2.1 电动汽车技术商业化的重要机遇 4.2.2 电动汽车技术商业化面临的挑战 4.3 促进电动汽车技术商业化的政策建议 4.3.1 政府方面 4.3.2 汽车及关键零部件制造厂商 4.3.3 基础设施运营企业第5章 新技术商业化的风险管理 5.1 风险管理的概念与特征 5.2 风险评价与管理 5.3 新技术商业化过程的风险特征 5.4 风险结构及其基本维度 5.4.1 社会系统风险 5.4.2 技术系统风险 5.4.3 商业化项目管理过程的风险 5.5 理论发展与假设 5.6 实证研究 5.6.1 样本获取 5.6.2 实证方法 5.6.3 变量分析 5.6.4 数据分析与检验结果 5.7 小结第6章 战略导向与新技术商业化的关系 6.1 概念模型的提出 6.2 战略导向与新技术商业化的关系 6.2.1 市场导向与新技术商业化的关系 6.2.2 技术导向与新技术商业化的关系 6.2.3 企业家导向与新技术商业化的关系第7章 组织学习与环境感知的作用 7.1 组织学习的中介作用 7.2 环境感知的调节机制 7.2.1 市场环境感知 7.2.2 技术环境感知第8章 实证分析 8.1 变量定义与衡量 8.1.1 因变量设置 8.1.2 自变量设置 8.1.3 控制变量设置 8.2 样本、数据及问卷设计 8.2.1 研究数据获取方式及过程 8.2.2 问卷设计 8.2.3 调查程序 8.2.4 问卷整理 8.3 样本的信度和效度 8.4 数据分析与假设检验 8.4.1 市场导向、组织学习与新技术商业化 8.4.2 技术导向、组织学习与新技术商业化 8.4.3 企业家导向、组织学习与新技术商业化 8.4.4 战略导向、环境感知与新技术商业化 8.5 小结第9章 主要结论及研究展望 9.1 主要结论及其意义 9.2 研究展望参考文献

<<新技术的商业化战略>>

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>