

<<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

图书基本信息

书名：<<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

13位ISBN编号：9787514109504

10位ISBN编号：7514109501

出版时间：2012-4

出版时间：经济科学出版社

作者：张德茗

页数：198

字数：240000

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>

## <<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

### 内容概要

《企业隐性知识整合及扩散机制研究》讲述从企业资源整合角度出发，对企业隐性知识整合机制进行了研究。

《企业隐性知识整合及扩散机制研究》从企业隐性知识整合的微观机理入手，分析企业隐性知识整合方向、整合过程、整合机制、整合特征和隐性知识整合互动性，构建了双闭环隐性知识整合模型，透析了隐性知识整合与企业核心竞争优势培育的关系。

隐性知识的整合与扩散两者密不可分，本书从企业隐性知识扩散系统的复杂性入手，对企业隐性知识扩散机制进行了研究。

分析了企业隐性知识扩散的系统流程，构建了企业隐性知识扩散过程模型，亦对基于Vroom-Jago模型隐性知识扩散神经网络进行了研究。

同时，对企业隐性知识整合及扩散进行了实证研密和案例分析。

## 作者简介

张德茗，管理学博士，中南大学商学院副教授，德国克劳斯塔尔大学经济管理学院高级访问学者，长沙市中小企业专家委员会核心专家。

主持国家社会科学基金项目、教育部重点科研课题、湖南省哲学社会科学成果评审委员会立项课题各1项，企业横向科研项目10余项。

在知名学术刊物上发表专业论文30余篇，出版专著2部。

先后担任长沙力元材料股份有限公司、株洲化工集团公司、唐人神集团有限公司、湖南共创集团有限公司、湖南辰州矿业股份有限公司等企业的管理顾问，在企业战略管理、市场营销、国际商务等专业领域积累了丰富的经验。

书籍目录

第1章 导论

- 1.1 问题提出及研究意义
- 1.2 国内外研究现状述评
  - 1.2.1 知识整合研究的主要领域
  - 1.2.2 知识整合研究的主要理论和观点
  - 1.2.3 知识扩散规律研究的主要观点
  - 1.2.4 研究现状评述
- 1.3 研究内容及思路
  - 1.3.1 研究的主要内容
  - 1.3.2 基本思路和方法
  - 1.3.3 重点难点
  - 1.3.4 主要创新之处
- 1.4 本章小结

第2章 知识、隐性知识与企业知识理论

- 2.1 数据、信息和知识特性比较
- 2.2 企业知识基本理论
  - 2.2.1 企业知识的概念
  - 2.2.2 企业知识的分类
  - 2.2.3 企业知识的特征
- 2.3 企业隐性知识理论
  - 2.3.1 企业隐性知识的提出
  - 2.3.2 企业隐性知识的分类
  - 2.3.3 企业隐性知识的特征
  - 2.3.4 企业隐性知识创新的特性
  - 2.3.5 企业隐性知识创新机制
- 2.4 组织知识理论
  - 2.4.1 组织知识理论的产生
  - 2.4.2 组织知识的异质性
- 2.5 本章小结

第3章 企业隐性知识整合机制研究

- 3.1 企业隐性知识整合的理论基础
  - 3.1.1 企业知识资源整合的基本观点
  - 3.1.2 企业隐性知识整合的基本概念
  - 3.1.3 企业隐性知识的结构层次
  - 3.1.4 企业隐性知识整合基本理论
  - 3.1.5 企业隐性知识整合的基本内容
- 3.2 企业隐性知识整合的传递机制
  - 3.2.1 隐性知识传递与组织学习
  - 3.2.2 企业隐性知识传递的类型
  - 3.2.3 企业隐性知识传递的障碍
  - 3.2.4 企业隐性知识整合的共享机制
- 3.3 企业隐性知识整合的基本平台和基本手段
  - 3.3.1 企业隐性知识整合的基本平台
  - 3.3.2 企业隐性知识整合的基本手段
- 3.4 企业隐性知识整合的互动分析

## <<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

- 3.4.1 企业知识整合互动分析的逻辑基础
- 3.4.2 企业隐性知识整合二元互动化选择
- 3.4.3 企业隐性知识整合互动模型假设
- 3.4.4 企业隐性知识整合二元选择的概率分布
- 3.4.5 企业隐性知识整合最优二元选择模型
- 3.5 企业隐性知识整合模型的构建
  - 3.5.1 组织学习与企业隐性知识整合
  - 3.5.2 双闭环企业隐性知识整合模型
  - 3.5.3 企业隐性知识整合与集成协同作用
- 3.6 企业隐性知识整合与企业能力理论
  - 3.6.1 知识整合与基于知识观的企业能力理论
  - 3.6.2 知识整合与基于知识观的核心能力理论
- 3.7 企业隐性知识整合与企业隐性知识能力
  - 3.7.1 企业隐性知识能力的提出
  - 3.7.2 企业隐性知识能力的构成
  - 3.7.3 企业隐性知识能力的培育
- 3.8 企业隐性知识整合的跨案例分析
  - 3.8.1 杭州阿尔卡特公司的知识整合
  - 3.8.2 西子奥的斯电梯有限公司的知识整合
  - 3.8.3 我国软件企业知识整合的实证调查与分析
  - 3.8.4 大连华信的知识整合
  - 3.8.5 哈尔滨东安集团研制小型燃气轮机发电机组过程中的知识整合
- 3.9 本章小结
- 第4章 企业隐性知识扩散机制研究
  - 4.1 企业隐性知识扩散的理论基础
    - 4.1.1 企业隐性知识扩散的复杂性
    - 4.1.2 企业隐性知识扩散的组织行为
  - 4.2 企业隐性知识扩散模式和激活机制
    - 4.2.1 企业隐性知识扩散模式
    - 4.2.2 企业隐性知识扩散的激活机制
  - 4.3 企业隐性知识扩散的系统流程
    - 4.3.1 企业隐性知识扩散组织系统流程
    - 4.3.2 企业隐性知识扩散系统多因素流程图
  - 4.4 企业隐性知识扩散的过程模型
    - 4.4.1 隐性知识扩散过程传染模型
    - 4.4.2 异质性企业隐性知识扩散模型
    - 4.4.3 隐性知识扩散过程的概率模型
  - 4.5 企业隐性知识扩散的纳什均衡
    - 4.5.1 企业知识熵的提出
    - 4.5.2 企业知识熵及不确定性
    - 4.5.3 企业隐性知识扩散纳什均衡策略
  - 4.6 企业决策模式与企业隐性知识扩散
    - 4.6.1 Vroom—Jago模型借鉴
    - 4.6.2 隐性知识扩散的神经网络模型
  - 4.7 本章小结
- 第5章 企业隐性知识整合与扩散实证研究
  - 5.1 科技型中小企业知识吸收能力与企业创新绩效的关系研究

## <<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

- 5.1.1 文献回顾
  - 5.1.2 研究假设
  - 5.1.3 概念模型
  - 5.1.4 样本来源与统计
  - 5.1.5 变量定义及测量
  - 5.1.6 样本的信度与效度
  - 5.1.7 假设检验
  - 5.1.8 检验结果讨论
  - 5.2 企业隐性知识扩散影响因素的模型分析
    - 5.2.1 模型选择
    - 5.2.2 影响企业隐性知识扩散的因素确定
    - 5.2.3 判断各导致因素的相关性, 建立可达矩阵
    - 5.2.4 对可达矩阵进行级间划分
    - 5.2.5 建立企业隐性知识扩散解释结构模型
    - 5.2.6 结果与分析
  - 5.3 移动公司隐性知识整合与扩散案例分析
  - 5.4 中关村创新集群信用知识整合与扩散平台案例分析
- 第6章 研究结论与展望
- 6.1 主要结论
  - 6.2 研究展望
- 主要参考文献

## <<企业隐性知识整合及扩散机制研究>>

### 章节摘录

b.从外部吸收知识。

在调查的7家企业中，几乎都有同企业外部的专家进行交流的机制。

例证3-恒基电子的对外交流。

恒基电子是一家以日本企业为主要客户的由日本布莱恩技术株式会社控股的软件企业。

公司经常聘请日本母公司的同行到公司来交流，有时是母公司有一种新的技术，需要推广到各个子公司；有时是由于需要与总公司的合作；有时纯粹是为了技术上的交流，公司员工可以同他们探讨技术问题，有时甚至是激烈的争论。

恒基电子通过这些交流学到了很多有用的知识。

例证4-东方电子的对外合作。

东方电子的做法是积极地寻求与国内外其他大公司的合作。

他们非常愿意同大公司合作开发软件，会不遗余力的聘请合作伙伴的专家到公司讲学。

并且会派出技术骨干同其他公司交流。

公司毫不吝惜与其他公司进行技术资料的交换。

东方电子还有专人负责跟踪国内外的最新技术成果，进行加工和提炼，然后将汇总的资料发到每一名员工的电子邮箱中。

遇到特别重大的技术革新，还要召开专门的技术推广会议并组织学习。

启示：由于软件行业日新月异，所以，对行业技术的学习不进则退。

软件企业一般都非常关注从企业外部的学习、并整合成企业的显性知识。

c.向员工分享显性知识。

通过调查可以发现，所有的企业都很重视让员工最大限度地获取显性知识。

所有的大企业（埃森哲、东方电子、上海毕博）都设有专业的图书室，鼓励员工在工作时间随意取阅。

上述三家公司都有自己的专业网站，网站上有大量的专业文献和技术资料。

员工可以很方便地检索。

上海毕博甚至设立了知识管理官（CKO），这在国内是比较少见的。

CKO除了负责知识管理策略的制定，还要负责员工关于技术的询问。

在小企业，虽然没有专业的图书室，但是企业鼓励员工购买专业书籍，只要是工作所需要的。

在被调查的四家小型企业（布莱恩软件、远东、创胜、恒基）中，都是全额报销的。

当然，这些书籍最后都要由企业内的所有员工共享。

布莱恩软件设有一个兼职的技术主管，员工可以向他询问，如果是共性的问题，技术主管还会召开讨论会。

在其他小企业，项目经理或者就是总经理，实际上就是起着技术主管的作用。

通过上面这些举措，员工可以方便的获取企业的显性知识。

.....

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>