

《共有知识:企业知识共享的方法与案例》

书籍信息

版次：1

页数：197

字数：116千

印刷时间：2002年08月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787115103321

编辑推荐

内容简介

尽管关于客户和竞争对手的外部知识很关键，但由于这些信息对每个企业同样适用，因此，这些外部知识很难为企业提供竞争优势。而组织内部的“诀窍”——每个企业特有的知识(诸如如何将一种新药推向糖尿病市场，汽车厂如何缩减汽车装配的时间等)，才是企业持续竞争优势的源泉。组织学习领域的著名专家南希·狄克逊将这种从组织实践中产生的知识称为共有知识，她指出，如果企业要真正实现有效的知识管理，首先必须认识到并不是所有的知识都可以创造，也不是所有的知识都可以共享。狄克逊指出要建立有效的知识传递和转移系统，必须保证转移的方法与要转移的知识类型相匹配。本书进入了当今知识转移中最难问题的中心地带：什么使得一个知识转移系统在一家组织成功，却在另一家组织招致惨重失败？本书将帮助组织建立适应自身独特共有知识形式的知识转移的专门系统，正是在这一过程中，组织能够创造出*竞争优势——一种无法被复制的知识。

作者简介

南希·M·狄克逊是华盛顿大学管理科学教授和项目主任，同时担任德克萨斯大学奥斯汀分校人力资源开发专业全职研究生导师。狄克逊教授的著作主要包括: The Organizational Learning Cycle: How We Can Learn Collectively, Perspectives on Dialogue: Making Talk Develo

目录

第1章 绪论 1 第2章 创造和利用共有知识 19 第3章 连续转移 36 第4章 近转移 58 第5章 远转移 87 第6章 战略转移 113 第7章 专家转移 145 第8章 五类知识转移系统纵览 163 第9章 建立知识转移的综合系统 183

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)