

باز کردن قفل نوآوری استراتژیک

موفقیت رقابتی در یک محیط در حال تغییر

مؤلفین:

سورجا دانا

ستدیا روی

توبیاس کوتزفسکی

مترجمین:

زهره شش پری

رقیه اسکندری نصرتی

سرشناسه	:	داتا، سورجا، ۱۹۷۱-م. -Datta, Surja, 1971
عنوان و نام پدیدآور	:	بازکردن قفل نوآوری استراتژیک موفقیت رقابتی در یک محیط در حال تغییر / مولفین سورجا داتا، سندپ روی، توبیاس کوتزفسکی؛ ترجمه زهره شش پری، رقیه اسکندری نصرتی، تهران: نمای علم، ۱۴۰۰.
مشخصات نشر	:	۲۴۰ص
مشخصات ظاهری	:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۷-۹۱-۱
شابک	:	فیا
وضعیت فهرست نویسی	:	عنوان اصلی: Unlocking strategic innovation : competitive success in a disruptive environment, 2021
یادداشت	:	Competition
موضوع	:	شرکت های اقتصادی جدید -- اثر نوآوری
موضوع	:	New business enterprises -- Effect of technological innovations on
موضوع	:	شرکت های اقتصادی جدید -- کشورهای در حال رشد
موضوع	:	New business enterprises -- Developing countries
موضوع	:	برنامه ریزی راهبردی
موضوع	:	Strategic planning
موضوع	:	جهانی شدن -- جنبه های اقتصادی
موضوع	:	Globalization -- Economic aspects
شناسه افزوده	:	روی سندپ، ۱۹۶۵-م.
شناسه افزوده	:	-Roy, Sandeep, 1965
شناسه افزوده	:	کوتزفسکی، توبیاس، ۱۹۸۰-م.
شناسه افزوده	:	Kutzewski, Tobias, 1980
شناسه افزوده	:	شش پری، زهره، ۱۳۶۳- مترجم
شناسه افزوده	:	اسکندری نصرتی، رقیه، ۱۳۶۶- مترجم
رده بندی کنگره	:	HD۴۱
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۰۶۳
شماره کتاب شناسی ملی	:	۸۷۲۱۶۰۵

عنوان کتاب:	بازکردن قفل نوآوری استراتژیک - موفقیت رقابتی در یک محیط در حال تغییر
نویسندگان:	سورجا داتا، سندپ روی، رقیه اسکندری نصرتی
ناشر:	انتشارات نمای علم
مترجمین:	زهره شش پری - رقیه اسکندری نصرتی
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۷۴۷-۹۱-۱
نوبت چاپ:	اول-۱۴۰۰
شمارگان:	۴۰ نسخه
قیمت:	۶۵۰۰۰۰ ریال
مرکز پخش:	بلوار کشاورز، بعد از تقاطع نادری، پلاک ۱۶۴
	۰۹۱۰۹۵۵۹۵۵۲

حق چاپ جهت ناشر محفوظ است.

www.Namai.ir



فهرست مطالب

فصل اول: مقدمه	۱
یادداشتی در مورد مطالعات موردی	۹
فصل دوم: جهانی شدن، توزیع و عدم اطمینان تحول آفرین	۱۱
جریان‌های جهانی، موانع و تسریع کننده‌ها	۱۲
موانع و تسریع کننده‌ها	۱۷
چگونه در مورد عدم قطعیت فکر کنیم	۱۸
ریسک و عدم قطعیت	۱۹
مطالعه موردی ۱-۲: جهانی شدن - هلند	۲۱
مطالعه موردی ۲-۲: "دیجیتالی شدن همه چیز" - پیش‌زمینه و مقدمه صنعت بانکداری	۲۴
نتیجه‌گیری	۳۴
فصل سوم: منابع	۳۷
دارایی‌ها، قابلیت‌ها و موقعیت استراتژیک	۳۷
منابع ملموس و ناملموس	۳۸
دیدگاه مبتنی بر منابع در مورد مزیت رقابتی	۳۸
توانایی‌ها	۳۹
منابع و قابلیت‌های منحصر به فرد شرکت	۴۰
دارایی‌های منحصر به فرد و آستانه‌ای	۴۰
تعریف مزیت رقابتی	۴۱
شناسایی دارایی‌های منحصر به فرد یا اصلی	۴۲
مشکلات RBV	۴۴
تجزیه و تحلیل ایستا	۴۴
قابلیت‌های پویا	۴۶

۴۷..... موقعیت‌یابی استراتژیک

۴۷..... تجزیه و تحلیل صنعت

۵۰..... استراتژی‌های کلی

۵۲..... مشکلات دید خطی استراتژی

۵۴..... پیوند رویکرد استراتژی‌سازی «درون به بیرون» و «بیرون به درون»

۵۵..... مطالعه موردی ۱-۳: شرکت الماس‌های دبیرز

۶۱..... مطالعه موردی ۲-۳: شرکت مایکروسافت

۷۱..... نتیجه‌گیری

۷۳..... فصل چهارم: باز ترکیب

۷۳..... فرایند نوآوری

۷۴..... درک نوآوری: دیدگاه‌های مختلف

۷۴..... نوآوری در سطح کلان: شهر، منطقه و کشور

۷۵..... سیستم نوآوری ملی و پایان‌نامه حلزونی سه‌گانه

۷۸..... شهرهای خلاق و خوشه‌ها

۸۱..... نوآوری در سطح صنعت

۸۱..... نوآوری در سطوح اجرایی و معماری

۸۲..... منحنی S فناوری

۸۵..... طراحی غالب

۸۶..... نوآوری تحول‌آفرین

۸۸..... نوآوری در سطح شرکت

۸۹..... ذنجیره افزایشی- بنیادی

۸۹..... رویکردهای نوآوری جایگزین: رویکرد باز در مقابل رویکرد بسته

۹۲..... نوآوری در سطح فردی

مورد مطالعه ۴-۱: ظهور نفتلیکس و سقوط بلاک باستر	۹۷
مطالعه موردی ۴-۲: شرکت سامسونگ	۱۰۴
نتیجه گیری	۱۱۱
فصل پنجم: دسترسی	۱۱۳
جهانی شدن	۱۱۳
چرا همه شرکت‌ها چند ملیتی نیستند؟	۱۱۴
محرك‌های دسترسی: انگیزه‌های جهانی شدن	۱۱۵
کسب منابع	۱۱۵
نفوذ در بازار	۱۱۷
گسترش دسترسی: فرایند بین‌المللی‌سازی	۱۱۸
رویکرد افزایشی	۱۱۸
روش‌های بین‌المللی شدن	۱۱۸
بازارها	۱۱۹
شرکت‌های "جهانی متولد شده"	۱۲۲
پیچیدگی‌های دسترسی گسترده	۱۲۳
فشار برای ادغام جهانی	۱۲۴
نیاز به پاسخگویی محلی	۱۲۴
بین‌المللی‌سازی مبتنی بر صادرات	۱۲۵
بین‌المللی‌سازی مبتنی بر تولید	۱۲۶
بین‌المللی‌سازی مبتنی بر سفارشی‌سازی	۱۲۶
تولید و بین‌المللی‌سازی مبتنی بر سفارشی‌سازی	۱۲۷
رسیدن به موفقیت رقابتی	۱۲۷
مطالعه موردی ۵-۱: شرکت اپل، زنجیره‌های تولید جهانی و COVID-19	۱۳۰