

## 课程大纲

课程编号: 02803240      授课对象: 研究生  
课程名称: 知识与创新管理      英文名称: Knowledge and Innovation Management  
周学时/总学时: 3/36      学 分: 2  
任课教师: 董小英      开课学期: 2013 春  
先修课程:

---

任课教师联系方式: [dongxy@gsm.pku.edu.cn](mailto:dongxy@gsm.pku.edu.cn), 62757290, 13901094465

辅导、答疑时间: 每周二 2:00-3:00, 光华新楼 457 房间

### 一、项目培养目标

学习目标 1 系统掌握从事学术研究所需要的专业知识及理论。

具体目标 1、系统掌握本学科基础知识及基本理论

具体目标 2、掌握本学科前沿知识和理论、具有足够的相关领域的知识

具体目标 3、熟练掌握本学科的研究方法

学习目标 2 具有从事创新性研究的能力; 能够撰写并发表高质量的毕业论文和学术论文

具体目标 1、撰写高质量的毕业论文和学术论文

具体目标 2、具有高水平的分析能力和批判思维能力, 能够创造性地解决问题

学习目标 3 具有宽阔的国际视野, 能够与国际学者进行交流、合作的能力。

具体目标 1、具有优秀的口头交流和文字交流能力

具体目标 2、能够熟练地运用至少一门外语进行学术交流与沟通

学习目标 4 了解学术伦理, 具有强烈的社会责任感、关注社会问题

具体目标 1、了解社会责任感的重要性

具体目标 2、了解学术生涯中的学术道德问题

具体目标 3、关注现实社会问题

### 二、课程概述

知识与创新是组织与社会可持续发展的核心, 如何有效管理知识与创新资源、过程、方法、人员, 创造有利于创新的文化和相关因素, 是学术界与实践界共同关注的议题。本课程将从知识与创新管理的概念、理论研究和实践三个维度, 阐释知识和创新管理的系统研究成果, 并以知识与创新管理的前沿问题为核心, 引导同学们通过案例研究, 发现知识与创新管理的真谛。课程的核心内容包括:

可无论是高新技术企业, 还是传统制造型企业, 企业的知识管理和创新能力对扩大竞争

优势、增加差异化能力和提升企业价值具有关键作用。知识资源的隐性化、稀缺性和流动性，给如何有效管理知识资源带来了挑战，如何将创意和知识转化为企业创新的动力和来源，对提升企业的创新能力具有重要作用。本课程以三个案例和一个测试为核心，重点讲述知识管理的战略选择和创新的机制与方法。具体内容包括：（1）创新类型与竞争优势；（2）创新思维与创新环境；（3）创新体系与创新架构；（4）创新过程管理：从创意到财富；（5）创新范围：从产品创新到商业模式创新；（6）知识管理战略：从模仿到超越；（7）隐性知识与显性知识的转化；（8）信息技术驱动的管理创新；（9）组织学习与创新；（10）知识与创新团队的管理

### 三、课程目标（包括学生所提高的技能要求），本课程目标如何服务于项目的培养目标

目标 1：对知识与创新管理的前沿研究成果、关键概念、核心理论和研究方法有比较系统的了解

目标 2：对国内外知识和创新管理的成功实践与失败经验有多样化的了解，能够掌握提高创新效率的影响因素、过程管理方法、激励机制和将知识与创新转化成商业价值的路径与方法

目标 3：通过行动学习，引导学生参与案例调查与创意设计，对基于中国文化的创新环境、空间、方法和障碍有真实的认识。

### 四、内容提要及学时分配

	课程内容	主要案例	行动学习
一周	创新类型与竞争优势	三星等	分组，选题
二周	创新思维与创新环境	钱学森、3M 等	第一次报告
三周	创新体系与创新架构	思科	第一次报告
四周	创新过程管理	华为	第二次报告
五周	创新范围	苹果等	第二次报告
六周	知识管理战略	李宁和华为	第三次报告
七周	隐性知识与显性知识转化	7/11,佳能	第三次报告
八周	信息技术驱动的管理创新	利丰集团	
九周	组织学习与创新	IBM 等	总报告
十周	创新型组织关键成功要素		总报告

### 五、教学方式

- 课堂讲授、案例教学与学生行动学习相结合

## 六、教学过程中 IT 工具等技术手段的应用

- PPT
- 调查问卷作为测试工具
- 测试反馈工具

## 七、教材

- ❖ 2012 年，蒂德·贝赞特著，陈劲译，创新管理—技术变革、市场变革与组织变革的整合，北京，中国人民大学出版社
- ❖ 2006 年（日）野中郁次郎，竹内隆二，李萌译，《创造知识的公司》（英文版是 1995 年）；《创造知识的螺旋》；《创新的本质》，知识产权出版社

## 八、参考书目

- ❖ 2010 年，（美）克里斯坦森 著，胡建桥 译创新者的窘境，中信出版社
- ❖ 2009 年，哈佛管理前沿，知识管理—推动企业成长的加油站，商务印书馆
- ❖ 2007 年，德国学者出版《知识管理：原理与最佳实践》（第二版），清华大学出版社，北京

## 九、教学辅助材料，如 CD、录影等

思科、联想和复星等企业的录影资料

## 十、课程学习要求及课堂纪律规范

缺席三次将没有成绩，每位同学有 2-3 次报告机会

## 十一、学生成绩评定办法（需详细说明评估学生学习效果的方法）

学生成绩将根据同学们在三次报告中的表现和最终提交报告决定。