

# 《创意与管理》

## 图书基本信息

书名：《创意与管理》

13位ISBN编号：9787510409561

10位ISBN编号：751040956X

出版时间：2010-6

出版社：新世界

作者：克里斯·比尔顿

页数：270

译者：向勇

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《创意与管理》

## 内容概要

《创意与管理:从创意产业到创意管理》内容简介：创意是对组织、管理及社会的变革都会产生影响的社会性进程。它将协助我们适应组织真实存在的复杂性，并一起应对不确定性和不连续性。

以艺术引导经济复兴的方式一直受到追捧，其间的原因并不在于这种方式带来的直接经济效益与社会产出，而是因为这种方式能够通过塑造一个国家或地区富有“创意”的形象而间接提升经济影响力。

# 《创意与管理》

## 作者简介

作者：(英国)比尔顿 译者：向勇

## 书籍目录

前言

序

致谢

导论：创意和创意产业

创意是艰难的

创意管理：包容差异

创意产业中的创意：我们所有的未来？

创意经济：替代品或原型？

延伸阅读

第一章 定义创意

两个走廊的故事

哪些是创意

哪些不是创意

案例研究：梦中幻境？

测绘巨大的鸿沟：从教育到工作

天才的神话

案例研究：天才和运水人

虚假的利润：创意产业

延伸阅读

第二章 从个人到过程：创意团队与创新

从个人到团队一

创新与团队

超越专业化：创意产业中的创意工作

扮演多面手：创意产业中的创意角色

案例研究：重新定位广告创意

培养创意团队：熟悉化还是专业化？

管理创意团队

创意张力和信任需求

创意团队需要非创意成员

延伸阅读

第三章 创意系统：对创意产业中管理和政策的意义

第四章 放松与控制的创意管理：自我激励型创意员工的神话

第五章 模式分析：战略、领导、灵活式组织

第六章 商业发展和组织变革

第七章 从创意营销到创意消费

第八章 创意的政治学

参考书目

人名索引

## 章节摘录

第一章 定义创意哪些是创意回答“何为创意”这个古老问题最简单的方法，就是思考目前流行的定义缺少什么。在管理学文献和流行的论著中，创意主要有两副面孔。第一副面孔，创意就是求新或求异，是对传统的工具和视角的反叛。第二副面孔，紧随着第一副面孔，要求给予创意个体自由，以展示其天赋或洞见。植根于西方哲学传统的个人主义与创新这两个主题，强化了创意和创意者片面的、破坏性的僵化模式。将创意与个人主义和创新融合在一起，这种做法使创意思维和创意者从赋予创新与个人天赋意义和价值的背景与系统中分离开了。那种认为创意产业可以脱离一般产业而作为独特领域的观念已根深蒂固，似乎创意作为正式被指定的一些商业的特权，正从其他地方消失。……

# 《创意与管理》

## 媒体关注与评论

“这本重要的著作详细论证了为什么对创意的完整理解不仅可以促进经济活动的活力和个性化满足，更为重要的是，它能够帮助我们更好地理解21世纪中创意产业的价值。”——英国著名电影制片人 大卫·普特南爵士 “这本书有三个独到之处：首先，这是一本有关管理的书。真正理解创意的过程；其次，这本书将创意理论与实际业务紧密联系起来；最后，这本书以有力的论据无可辩驳地证明了最佳思维出现在‘管理’与‘创意’相交的世界。”——惠灵顿维多利亚大学著名学者斯蒂芬卡明斯教授

## 编辑推荐

《创意与管理:从创意产业到创意管理》由新世界出版社出版。

## 精彩短评

- 1、这本书读起来感觉有些抽象，如果不能静下心来读，是读不下去的。
- 2、一本翻译出来的书 看着有些闷 还没看到精彩的地方 需要静下心来看看 期待中
- 3、内容还可以，就是装订倒了，怀疑不是正版！
- 4、学术研究
- 5、这书讲的比较泛，当然，创意管理本来就不是一个循规蹈矩，有固定程序可照搬执行的，所以需要慢慢领会。
- 6、创意经济的视角，谈创意管理。
- 7、若是有一个创意，记得把它按照自己的思路一步步实现。
- 8、因为碰巧在北大听过向勇老师的课，觉得老师的思路十分清晰，想法也很独特，所以特地在网上购买此书。
- 9、看此书要有点耐心
- 10、还行吧，没啥研究，兴趣读物。内容更多的是介绍性的，普及型的，缺乏深度。
- 11、值得看的书籍，就是价格的折扣不够，有点贵了。
- 12、书还行，就是有水痕
- 13、从浮光掠影般的陈诉到专业的论述，是这本书的价值
- 14、还没看，不过质量不错。。。
- 15、个人觉得这本书太泛
- 16、感觉很受用！
- 17、挺好的书，大体翻了翻不错
- 18、书的内容很好，就是印刷一般
- 19、基本教材
- 20、还没看。到货速度很快
- 21、我老公需要的专业书，很好~~
- 22、创意是公司的动力，创意是管理的，希望从中学到有用的东东
- 23、给别人买的，内容没看，不知道
- 24、冲动买下这本书，不是很喜欢！
- 25、有创意，就有天地。好的管理方式带来好的经济效益。不错。
- 26、现在必须什么都打破常规 然后进行创意与管理，然后才有出路
- 27、很赞
- 28、纸张么有质感，这个平装给我一种地摊上盗版书的感觉。不知道是平装书质量普调了还是盗版书技术有所增强
- 29、值得一看哈，快买哦
- 30、还没看，看了在评价可以不。当当的优点就是书不那么贵，总体能满足大众需求
- 31、学术类不是我的菜啊TAT
- 32、很好的书，学习了！加油！
- 33、有些观点还不错~
- 34、书很好 一定得给个好评
- 35、还没看，版面很不错
- 36、在从非正式的、随意的碰撞向正式的戏剧生产的转变中，伴随着一系列信誉、规则出现在混乱的边缘，这对于保持生产的生命力和活力是很有必要的。戏剧专家们依靠许多被信任的合作伙伴建立职业生涯和行业声誉，也要创造性地依赖不同熟人间的软性连接以及作为灵感源泉的随意性的机会。
- 37、从这本书中，我这个没学过管理的人懂得了很多，创意和管理的关系，打破常规会有新发展
- 38、与国内书籍不同，以多角度视角介绍创意及应用，给人以很多启示。
- 39、一次性买了好多~慢慢看



## 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:[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)