

# فهرست

## بخش ۴: انتخاب

۳	فصل ۷: تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت.....
۳	۱- مقدمه.....
۴	۲- مواجهه با چالش عدم قطعیت.....
۵	۳- قیف عدم قطعیت.....
۸	۴- تصمیم‌گیری برای نوآوری تدریجی.....
۱۲	۵- تدوین طرح تجاری.....
۱۲	۶- تشکیل ائتلاف.....
۱۵	۷- توزیع مخاطره - ایجاد یک سبد.....
۱۶	۸- تصمیم‌گیری در بزنگاه.....
۱۷	انتخاب و چارچوب‌بندی مجدد.....
۲۳	۹- نگاشت فضای انتخاب.....
۳۰	طراحی آینده‌های بدیل.....
۳۰	نمونه‌سازی، راهی برای پل زدن در فرآیند انتخاب.....
۳۱	کاوش و یادگیری.....
۳۱	استفاده از معیارهای جایگزین اندازه‌گیری و ارزیابی.....
۳۲	تجهیز شبکه‌های پشتیبانی.....
۳۲	استفاده از مسیرهای جایگزین تصمیم‌گیری.....
۳۲	استقرار ساختارهای جایگزین تامین مالی.....
۳۳	استفاده از ساختارهای پیاده‌سازی جایگزین / اختصاصی.....
۳۳	بسیج کارآفرینی.....

۳۴	..... خلاصه و مطالعات تکمیلی
۳۶	..... پیوندها و بگانه کتاب
۳۷	..... مراجع
<b>۴۱</b>	<b>فصل ۸: تدوین طرح نوآوری</b>
۴۱	..... ۸-۱- تدوین طرح تجاری
۴۸	..... ۸-۲- پیش‌بینی نوآوری
۵۰	..... نظرسنجی از مشتری یا پیمایش بازار
۵۲	..... ارزیابی خارجی؛ مثل روش دلفی
۵۳	..... سناریونویسی
۵۶	..... دیدگاه‌های متفاوت و علل عمده رویداد مرحله پیش‌انتشار
۵۸	..... ۸-۳- تخمین پذیرش نوآوری‌ها
۵۹	..... فرآیندهای انتشار
۶۳	..... عوامل موثر بر پذیرش
۶۳	..... ویژگی‌های یک نوآوری
۶۳	..... مزیت نسبی
۶۴	..... سازگاری
۶۴	..... پیچیدگی
۶۵	..... قابلیت آزمون
۶۵	..... مشاهده‌پذیری
۶۹	..... ۸-۴- ارزیابی مخاطره، تشخیص عدم قطعیت
۷۰	..... مخاطره به عنوان یک احتمال
۷۴	..... ادراک مخاطره
۷۵	..... سیاست‌های مخاطره
۷۸	..... ۸-۵- پیش‌بینی منابع
۷۹	..... ارزیابی مالی پروژه‌ها
۸۰	..... نحوه ارزیابی یادگیری

- ۹۲..... نحوه مواجهه مدیران اجرایی.....
- ۹۴..... چکیده و مطالعات تکمیلی.....
- ۹۵..... پیوندهای وبگاه کتاب.....
- ۹۶..... مراجع.....

## بخش ۵: اجرا

- فصل ۹: خلق محصولات و خدمات جدید..... ۱۰۱
- ۹-۱- فرآیندهای توسعه محصول جدید..... ۱۰۱
- خلق مفهوم..... ۱۰۵
- انتخاب پروژه..... ۱۰۷
- توسعه محصول..... ۱۰۷
- تجاری‌سازی و بازننگری محصول..... ۱۰۷
- جلسه آغاز کار..... ۱۰۸
- جلسات بازننگری..... ۱۰۸
- عوامل موثر بر موفقیت یا شکست محصول..... ۱۰۹
- تعهد مدیریت ارشد..... ۱۱۶
- چشم‌انداز روشن و باثبات..... ۱۱۶
- ابتکار و بداهه‌گویی..... ۱۱۷
- تبادل اطلاعات..... ۱۱۷
- همکاری تحت فشار..... ۱۱۷
- ۹-۲- تاثیر فناوری و بازارها بر تجاری‌سازی..... ۱۱۸
- ۹-۳- متمایز کردن محصولات..... ۱۲۳
- ۹-۴- ساخت محصولات وابسته به معماری..... ۱۳۰
- بخش‌بندی بازار مصرف‌کننده..... ۱۳۱
- بخش‌بندی بازارهای کسب‌وکار..... ۱۳۴
- ۹-۵- تجاری‌سازی محصولات فناورانه..... ۱۳۹
- ۹-۶- تجاری‌سازی محصولات پیچیده..... ۱۴۵

۱۴۵	ماهیت محصولات پیچیده.....
۱۴۶	ارتباط توسعه‌دهندگان و کاربران.....
۱۴۸	نقش کاربران پیشرو.....
۱۵۲	پذیرش محصولات پیچیده.....
۱۵۴	۹-۷- نوآوری در خدمات.....
۱۶۰	۱- مبتنی بر پروژه مشتری.....
۱۶۱	۲- سفارشی‌سازی مکانیکی.....
۱۶۱	۳- تسهیم دانش ترکیبی (هیبرید).....
۱۶۲	۴- نوآورانه و یکپارچه.....
۱۶۶	چکیده و مطالعات بیشتر.....
۱۶۸	پیوندهای وبگاه کتاب.....
۱۶۸	مراجع.....

## فصل ۱۰: بهره‌برداری از کسب‌وکارهای خطرپذیر..... ۱۷۳

۱۷۳	۱۰-۱- کسب‌وکار خطرپذیر چیست؟.....
۱۷۴	ویژگی‌های قهرمان خطرپذیر.....
۱۷۹	طرح تجاری کسب‌وکار خطرپذیر.....
۱۸۰	تامین مالی.....
۱۸۴	تامین مالی سرمایه‌گذاری خطرپذیر درون‌بنگاهی.....
۱۸۸	سرمایه‌گذاری خطرپذیر.....
۱۹۲	۱۰-۲- سرمایه‌گذاری خطرپذیر درون‌بنگاهی.....
۱۹۶	رشد کسب‌وکار.....
۱۹۷	بهره‌برداری به روش‌های جدید از منابعی که از ظرفیت آنها کاملاً استفاده نشده است.....
۱۹۷	اعمال فشار به تامین‌کنندگان داخلی.....
۱۹۸	کاهش سرمایه‌گذاری در فعالیتهای غیرمحوری.....
۱۹۸	ارضای جاه‌طلبی مدیران.....
۱۹۸	توزیع ریسک و هزینه توسعه محصول.....

- ۱۹۹ ..... مقابله با تقاضای فصلی در حوزه اصلی کسب و کار
- ۱۹۹ ..... یادگیری فرآیند سرمایه‌گذاری خطرپذیر
- ۲۰۰ ..... تنوع‌بخشی به کسب و کار
- ۲۰۰ ..... توسعه شایستگی‌های جدید
- ۲۰۴ ..... مدیریت سرمایه‌گذاری خطرپذیر درون‌بنگاهی
- ۲۱۰ ..... ارزیابی کسب و کار خطرپذیر
- ۲۱۴ ..... ساختارهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر درون‌بنگاهی
- ۲۱۶ ..... یک پارچگی مستقیم
- ۲۱۷ ..... تیم‌های یکپارچه کسب و کار
- ۲۱۷ ..... واحد سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر جدید
- ۲۱۸ ..... بخش سرمایه‌گذاری خطرپذیر جدید
- ۲۱۹ ..... واحدهای کسب و کار خاص
- ۲۲۰ ..... واحدهای مستقل کسب و کار
- ۲۲۱ ..... کاهش سرمایه در کسب و کارهای توسعه یافته
- ۲۲۲ ..... شرکت زایشی کاملاً مستقل
- ۲۲۴ ..... یادگیری از راه سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر درون‌بنگاهی
- ۲۲۸-۱۰-۳ ..... سرمایه‌گذاری‌های مشترک و اتحادها
- ۲۲۸ ..... چرا همکاری؟
- ۲۳۴ ..... انواع همکاری
- ۲۳۸ ..... الگوهای همکاری
- ۲۴۲ ..... تاثیر فناوری و سازمان
- ۲۴۴ ..... اهمیت رقابتی
- ۲۴۵ ..... پیچیدگی فناوری
- ۲۴۶ ..... قابلیت مستندسازی فناوری
- ۲۴۷ ..... ظرفیت کسب اعتبار
- ۲۴۷ ..... راهبرد نگاه مادر
- ۲۴۹ ..... شایستگی‌های نگاه

۲۴۹	..... فرهنگ شرکت
۲۵۰	..... تعهد و پشتیبانی مدیریت ارشد
۲۵۰	..... مدیریت اتحادها با هدف یادگیری
۲۶۲	..... ۴-۱۰ شرکت‌های زایشی و کسب و کارهای خطرپذیر جدید
۲۶۷	..... مراکز رشد دانشگاهی
۲۷۵	..... رشد و عملکرد بنگاه‌های نوآورانه کوچک
۲۸۳	..... خلاصه و مطالعات تکمیلی
۲۸۶	..... پیوندهای وبگاه کتاب
۲۸۷	..... مراجع

## بخش ۶: تصاحب ارزش‌ها

۲۹۷	..... فصل ۱۱: تصاحب منافع نوآوری
۲۹۷	..... ۱-۱۱- خلق ارزش از راه نوآوری
۳۰۵	..... ۲-۱۱- نوآوری و عملکرد بنگاه
۳۱۲	..... ۳-۱۱- بهره‌برداری از دانش و مالکیت فکری
۳۱۳	..... تولید و اکتساب دانش
۳۱۴	..... شناسایی و مستندسازی دانش
۳۲۴	..... به اشتراک‌گذاری و توزیع دانش
۳۲۹	..... تبدیل دانش به نوآوری
۳۳۴	..... بهره‌برداری از دارایی‌های فکری
۳۳۴	..... پتنت‌ها
۳۳۹	..... حقوق آثار ادبی و هنری
۳۴۱	..... حق امتیاز طراحی
۳۴۱	..... فروش حق امتیاز حقوق دارایی‌های فکری
۳۴۷	..... ۴-۱۱- منافع اقتصادی و اجتماعی وسیع‌تر
۳۴۸	..... نوآوری و توسعه اقتصادی
۳۵۷	..... نوآوری و تحولات اجتماعی

۳۶۶	..... نوآوری و توسعه پایدار
۳۷۵	..... چکیده و مطالعات بیشتر
۳۷۷	..... پیوندهای وبگاه کتاب
۳۷۸	..... مراجع

## فصل ۱۲: یادگیری از تجارب کسب شده در فرایند نوآوری..... ۳۸۳

۳۸۴	..... ۱-۱۲- تاکنون درباره مدیریت نوآوری چه آموخته‌ایم؟
۳۸۶	..... ۲-۱۲- چگونه می‌توان یادگیری درباره مدیریت نوآوری را ادامه داد؟
۳۸۸	..... ۳-۱۲- یادگیری مدیریت نوآوری
۳۸۹	..... ۴-۱۲- ابزارهایی برای یادگیری
۳۹۳	..... ۵-۱۲- ممیزی نوآوری
۳۹۹	..... ۶-۱۲- توسعه توانمندی مدیریت نوآوری
۴۰۵	..... ۷-۱۲- استفاده از چارچوب
۴۰۵	..... ۸-۱۲- تغییرات مضمون
۴۱۱	..... ۹-۱۲- کلام پایانی
۴۱۱	..... چکیده و مطالعات بیشتر
۴۱۲	..... پیوندهای وبگاه کتاب
۴۱۳	..... مراجع