

全球合作模式中的创新与创业

课程大纲

01

课程背景及简介

本课程属于通识课程，适合对企业战略管理学和创新创业感兴趣的同学。

可持续发展目标 17：促进目标实现的伙伴关系

本课题提供了一系列战略创新框架，用于了解创新的含义，采取措施更好地进行管理创新，无论是就职于大公司还是作为创业者。学生将学习关键的创新模型，例如破坏性创新和持续创新——它们是什么，它们如何工作，以及它们应该如何在不同情况下使用。本课题考察了从“传统”到高科技行业的许多创新案例，重点关注创新创业战略管理的企业，从 IT 行业到钢铁、造船、医药和零售。

本课题涵盖讲座、案例分析以及来自相关领域和行业的阅读材料。课程中的哈佛案例，提供在实际环境中整合和应用这些模型提供了研究机会。由于计算和移动设备以及医疗保健领域的创业创新激增，我们将更多地关注这些领域，以及我们可以从它们中系统地学习，同时思考我们如何将其应用于未来。本课题对创新战略管理以及创业和风险投资感兴趣的学生在未来的学习及工作方面非常有帮助。

02

学习目标

1. 学习有关创新和建立成长型公司的模型和实例。
2. 理解在大型公司、政府机构、以及初创公司的战略创新过程。
3. 进一步了解创新创业，为未来攻读商业、工程或经济学打下坚实的基础。
4. 总结创业者如何思考以及他们如何从企业的研究和案例中受益。
5. 学习掌握创业和风险投资中的关键要素。

03

导师信息

Prof. Ahlstrom

教授是香港中文大学商学院教授，香港中文大学商学院管理系主任，研究范围包括亚洲商业管理和创新创业，在多个国际商业研究、管理类研究和商业风险类期刊及杂志中发表了百余篇研究性文章与评论性文章。从 2004 年起，担任多个亚太经济管理杂志的资深编辑和咨询顾问。多次受邀在同济大学、厦门大学、上海交通大学等国内知名学府分享学术，连续三年被选录为全球最广获征引研究人员（选录率仅为 0.1%）。

04

课程设置

模块 1：公司发展和创新的作用

学习目标：了解创新管理的重要性

1. 创新与经济，或者企业增长的重要性。
2. 国家如何鼓励（和阻止）创新和新企业的创建。

模块 2：什么是创新和商品市场

学习目标：价值链和微笑曲线的简要概述——Amar Bhidé

1. 了解产品市场通常如何演变的，以及为什么对公司、企业家和政府很重要。
2. 随着时间的推移，新的机会如何在市场出现？
3. 为什么新技术并不是总比“旧技术”好。
4. 了解创新和公司内部的潜在增长。

模块 3：不同类型的颠覆性（和持续性）创新（例如：新兴市场和低端市场）

学习目标：了解产品市场通常如何演变，以及其重要性

1. 两种不同类型的颠覆性和持续性创新的例子。
2. 填鸭式问题，当公司对潜在的破坏性创新进行错误分类时，他们所奉行的错误策略。

模块 4：“待完成的”工作模型

学习目标：了解客户想要的是什么——要完成工作的模型和跨越鸿沟

如何更好地了解客户对新产品以及产品改进功能的需求，以适应他们通过购买产品或服务试图达成的期望。

模块 5：企业家如何思考（负担得起的损失原则和使用关键人力资源）？管理组织能力的重要性——RPV 模型

学习目标：企业家如何思考/雇用正确的人

1. 为新企业雇用正确的人（在更大的公司内或作为企业家）。
2. 企业家精神和可承受的损失。

05

延伸阅读

1. Ahlstrom, D., Chang, A. Y., & Cheung, J. S. (2019). Encouraging entrepreneurship and economic growth. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(4), 178.
2. Anthony, S. 2007. Paper #2: “Cramming” versus “Enabling.” Innosight note.
3. Christensen, C. M. 2008. Assessing Your Organization's Capabilities: Resources, Processes, and Priorities. Harvard Business School

4. Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D. S. 2016. Know your customers' "jobs to be done." Harvard Business Review, 94: 54-62.
5. Christensen, C.M., Johnson, M.W. & Rigby, D.K. 2002. Foundations for growth: how to identify and build disruptive new businesses. MIT Sloan Management Review, Spring, 22-31.
6. Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. 2015. What is disruptive innovation? Harvard Business Review, November, 44-53.
7. Fisher, L.M. 2001. Clayton M. Christensen, The Thought Leader Interview. Strategy+Business, 25: 1-11.
8. Mokyr, J. 2016. Progress Isn't Natural. The Atlantic, November. 1-5.
9. Rumelt, R. 2011. The perils of bad strategy. McKinsey Quarterly, June(1), 30-39.
10. Sarasvathy, S.D. 2012. What makes entrepreneurs entrepreneurial? Effectual entrepreneurship. Darden note. Charlottesville, VA: University of Virginia, Darden School of Business.