

《企业市场影响力对创新绩效的影响》

图书基本信息

书名：《企业市场影响力对创新绩效的影响研究》

13位ISBN编号：9787030422023

出版时间：2014-11

作者：赵淳宇

页数：172

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.tushu000.com

《企业市场影响力对创新绩效的影响》

内容概要

面对以创新和技术升级为主要特征的全球竞争，自主创新能力薄弱已经成为我国经济发展的瓶颈制约。我国企业的领导者也并非都是熊彼特所提到的天生具有冒险精神的企业家。实际上只有预期到实施创新能够取得良好的创新绩效，企业领导者才会实施创新。因此，如何提高企业创新绩效成为众多学者、企业家所关注的问题。本研究从市场现象出发，基于社会网络理论、社会资本理论和资源基础理论，从企业如何利用自身对市场的影响力获取创新所需要的资源角度，研究企业市场影响力如何通过创新资源的获取并对创新绩效产生影响。

书籍目录

第1章绪论

1.1研究背景

1.1.1现实背景

1.1.2理论背景

1.2国内外研究现状

1.2.1关于创新的研究

1.2.2资源、能力与创新

1.2.3关于市场影响力的研究

1.3本书研究对象及关键概念

1.3.1研究对象

1.3.2关键概念

1.4本书研究目的及内容结构

1.4.1研究目的

1.4.2研究内容

1.4.3技术路线与逻辑框架

1.4.4本书内容结构

第2章国内外相关理论研究

2.1资源基础理论

2.1.1资源基础理论概述

2.1.2资源与绩效

2.1.3资源基础理论的理论价值和研究不足

2.2市场影响力综述

2.2.1市场影响力的经济学角度

2.2.2市场影响力的传播学角度研究

2.2.3市场影响力的营销学角度研究

2.2.4研究评述

2.3创新绩效研究综述

2.3.1创新绩效影响因素及方法研究

2.3.2创新绩效的评价与方法研究

2.3.3研究评述

2.4本章小结

第3章构建概念模型和理论假设

3.1概念模型的提出

3.2概念界定与维度划分

3.2.1市场影响力的内涵及维度划分

3.2.2创新资源的内涵及维度划分

3.2.3创新能力的内涵及维度划分

3.2.4创新绩效的内涵及维度划分

3.3研究假设

3.3.1市场影响力与创新资源

3.3.2市场影响力与创新能力

3.3.3创新资源与创新绩效

3.3.4创新能力与创新绩效

3.4本章小结

第4章变量测度与小样本测试

4.1问卷设计的原则与过程

4.2变量测度

- 4.2.1 市场影响力的测度
- 4.2.2 创新资源的测度
- 4.2.3 创新能力的测度
- 4.2.4 创新绩效的测度
- 4.3 小样本数据的收集与分析
 - 4.3.1 小样本数据描述
 - 4.3.2 小样本检验的程序与标准
 - 4.3.3 小样本量表的检验
 - 4.3.4 小样本的探索性因子分析
 - 4.3.5 小样本的量表纯化分析
- 4.4 本章小结
- 第5章 大样本数据统计与检验
 - 5.1 数据收集与分析方法
 - 5.1.1 数据收集
 - 5.1.2 分析方法
 - 5.2 数据处理与分析
 - 5.2.1 描述统计分析
 - 5.2.2 差异性检验
 - 5.2.3 信度检验
 - 5.2.4 效度检验
 - 5.3 模型检验与分析
 - 5.3.1 中介变量的验证分析
 - 5.3.2 基于结构方程的假设检验
 - 5.4 结果与讨论
 - 5.5 本章小结
- 第6章 结论与展望
 - 6.1 主要研究结论
 - 6.2 理论与实践意义
 - 6.2.1 理论意义
 - 6.2.2 实践意义
 - 6.3 未来研究方向
 - 6.3.1 本书研究的局限性
 - 6.3.2 未来研究方向
- 参考文献
- 附录
 - 附录1 市场影响力和企业创新绩效的调查问卷
 - 附录2 小样本数据的描述性统计和正态分布性
 - 附录3 大样本数据的描述性统计和正态分布性
 - 附录4 大样本数据T检验结果
- 索引

《企业市场影响力对创新绩效的影响》

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.tushu000.com