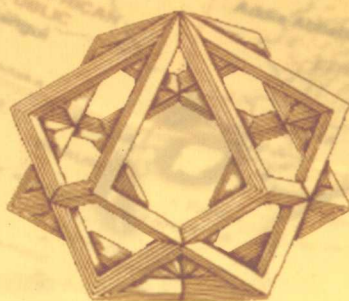


技术管理(MOT) 系列教材

知识管理 原理与应用

KNOWLEDGE MANAGEMENT
THEORY AND ITS APPLICATION

■ 廖开际 主编 李志宏 刘勇 副主编



MOT

清华大学出版社



技术管理(MOT) 系列教材

知识管理 原理与应用

KNOWLEDGE MANAGEMENT
THEORY AND ITS APPLICATION

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是为满足我国知识管理教学需要而编写的一本教材。

本书的一个突出特点是系统性和完整性。从知识资本管理、战略管理、知识管理流程、知识管理技术、知识管理的组织行为、知识管理的实施和评价 7 个视角系统地阐述了知识管理的理论、方法和工具,并介绍了知识管理在客户关系管理、电子政务和项目管理中的应用,形成了一个完整的知识管理教学内容体系。每章提供了适量的思考题和案例,可满足不同层次的教学需求。

本书的另一个突出特点是理论联系实际,内容具有很强的可操作性,可作为企业、政府机构管理人员以及信息和知识管理部门的技术人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

知识管理:原理与应用/廖开际主编,李志宏,刘勇副主编. —北京:清华大学出版社,2007. 9
ISBN 978-7-302-15987-2

I. 知… II. ①廖… ②李… ③刘… III. 知识经济—应用—企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 130914 号

责任编辑:高晓蔚 陆滢晨

责任校对:宋玉莲

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社 总 机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印 刷 者:北京四季青印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:27.75 插 页:1 字 数:533 千字

版 次:2007 年 9 月第 1 版 印 次:2007 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:39.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:025165-01

技术管理(MOT)系列教材

编委会名单

主任委员:吴贵生

委员(按姓氏笔画顺序):

于 渤(哈尔滨工业大学管理学院)
马庆国(浙江大学管理学院)
司春林(复旦大学管理学院)
陈 劲(浙江大学管理学院)
陈 松(同济大学经济与管理学院)
张宗益(重庆大学经济与工商管理学院)
吴贵生(清华大学经济管理学院)
苏敬勤(大连理工大学管理学院)
李廉水(南京财经大学)
杨德林(清华大学经济管理学院)
官建成(北京航空航天大学经济管理学院)
赵 革(中国人民大学商学院)
赵国杰(天津大学管理学院)
胡树华(武汉理工大学管理学院)
聂 鸣(华中科技大学管理学院)
徐绪松(武汉大学商学院)
银 路(电子科技大学管理学院)
谢富纪(上海交通大学安泰经济与管理学院)
雷家骕(清华大学经济管理学院)
蔡 虹(西安交通大学管理学院)
蔡 莉(吉林大学管理学院)

总序

Preface

当今世界,科技发展一日千里。技术管理水平的高低,事关企业乃至国家的兴衰。技术管理已成为企业管理的关键职能。美国等发达国家为何引领世界经济?根本原因之一就在于其先进的企业技术管理水平与国家技术管理制度。现在,人们普遍认识到企业的成功不仅靠技术本身,而且要靠管理技术的能力。

技术管理(management of technology, MOT)是一门关于开发和运用技术这种稀缺资源,创造竞争优势和财富的交叉学科。随着技术在企业经营和竞争中的作用日益增强,地位日益提高,以及技术活动范围的延伸和扩展,技术管理的范围也由之扩展。因此关于技术管理内容的界定也存在“窄”与“宽”的区别。技术管理最窄的界定仅限于发明创造和研究开发管理;而宽的界定则扩展到了技术活动的延伸领域,即从研究开发到新产品的生产、营销的技术实现的全过程,并且注重技术的战略管理,即关注技术管理与其他职能管理的集成。目前占主导地位的认识是宽的界定,这一趋势已日趋明朗。

有关MOT的研究可以追溯到20世纪60年代,但MOT作为专有词汇则出现于20世纪80年代。目前大部分理论研究人员也倾向于认为,“技术管理”的系统研究起源于这个时期。

在20世纪60年代以前,很少有人注意研究以技术为基础的大规模项目的组织和管理。那时,学术界大都集中在两个题目上:一是有关伟大的“创造发明家”(如爱迪生和贝尔)的生活与活动的历史浪漫主义;二是从心理学的角度研究“开发过程”。尽管这两方面的著述十分有趣,但它们都不能为科学技术组织管理者提供更多有用的东西。1962年,美国麻省理工学院斯隆管理学院创办了科技管理研究计划项目(当今著名的科技管理方面的学者鲁本斯坦(A. Rubenstein)和罗伯特(E. Roberts)等创办了该研究项目)。从此,在全球范围内兴起了对技术管理的研究。技术创新作为一个联结科技和经济的过程也受到广泛重视,技术创新管理问题的研究成果被广泛接受。

从20世纪70年代中期开始,技术创新管理成为技术管理的核心和主体,它将技术管理由研发管理扩展到包括新产品生产、营销等产品、工艺创新的全过程,大大拓宽了

技术管理的范围。到 20 世纪 80 年代中期以后,技术管理与企业战略结合起来,形成了技术战略这一新的领域。

随着研究和实践的深化,技术管理所涉及的空间和时间范围在不断地扩展,呈现了新的趋势:第一,从关注技术活动的某些阶段向关注技术活动的全过程发展;第二,从关注单项活动向关注多项活动的集成演进;第三,从关注局部活动向关注全局性活动变化;第四,从静态管理向动态管理推进,强调适应不断变化的环境并及时调整。

随着技术管理研究和实践的不断向前推进,国际上技术管理的教学也不断发展起来。20 世纪 60 年代仅有麻省理工学院等个别学校开课,到 70 年代也只在少数学校开设 MOT 课程,但从 80 年代开始迅速扩展开来。据统计,仅美国开设 MOT 课程的高校已经不下 200 所。

我国在 20 世纪 80 年代之前,仅在少量教科书和专著中涉及技术管理内容,如产品设计管理、工艺流程管理、设备管理、质量管理、标准化等,其内容狭窄、陈旧,对实践的指导作用也有限。20 世纪 80 年代以来,以清华大学、浙江大学为代表的一批高校,抓住技术创新管理这一技术管理的核心,展开研究与教学,推动了我国技术管理学科的发展。近年来,随着民营企业的迅速崛起以及大批跨国公司研发中心纷纷落户中国,市场产生了对技术管理知识和人才的强烈的内在需求。上海交通大学自 2000 年起,率先推出了技术管理 MBA 项目。由技术管理市场需求拉动的 MOT 相关教学与研究,已呈现出蓬勃发展的势头。

我国经济正处于重大转型期,产业结构面临全面调整。新技术的迅速发展、高新技术产业发展、传统产业改造与升级使企业对技术的依赖比以往任何时候都突出。基于我国社会、经济、科技发展进入新阶段的形势,国家提出了自主创新、建设创新型国家的战略,这为我国技术管理的发展提供了新的机遇,也提出了更高的要求。从事 MOT 研究和教育的同仁们肩负着光荣而艰巨的使命,我们有责任为落实国家战略作出应有的贡献。

为了促进我国 MOT 学科的快速、健康发展,中国技术经济研究会从 2004 年开始,每年召开一次“技术管理(MOT)学科发展与教学研讨会”,与会代表普遍认为技术管理,包括技术创业管理课程的教材建设是技术管理学科建设的重要问题。会议就教材编写问题进行了专门讨论,形成了编写意见,并与清华大学出版社达成了出版意向。现在技术管理(MOT)系列教材正式陆续推出,这是技术管理同仁辛勤努力的成果展示。我们希望在这些教材的使用中得到反馈意见,进而能不断修改完善。我们相信,在同仁的共同努力下,在不远的将来,技术管理教材体系会更加丰富和成熟。

吴贵生

中国技术经济研究会副理事长
清华大学技术创新研究中心主任

序 言

Preface

当今世界正经历着经济上的巨大转折,从 20 世纪 70 年代开始,发达国家开始进入以信息技术为代表的高新技术迅猛发展的时期。这个时期的重要特征之一,就是知识的作用日益显著。

信息技术的迅速发展与广泛应用,促进了工业经济的信息化,使得人类社会从工业化社会开始进入信息化社会。科学技术的发展一方面使得传统产业的知识与技术密集度日益提高;另一方面又催生了一批高新技术产业,并使得研究开发逐渐独立于生产过程。在这个阶段,除了土地、劳动力、资本、自然资源外,信息与知识也开始成为重要的生产要素。知识的创新、传播和使用在推动经济发展方面的作用,比起工业社会来显得更加突出,因此有人认为,21 世纪从发达国家开始,全球将逐步进入知识经济阶段。

1996 年,联合国经济合作与发展组织(OECD)发表了题为《以知识为基础的经济》的报告。在报告的一开始就提出:“‘以知识为基础的经济’这个术语的出现,表明了人们对知识和技术在经济增长中的作用有了更充分的认识。知识,作为蕴涵在人(又称人力资本)和技术中的重要成分,向来都是经济发展的核心。但是,只是到了最近几年,正如知识的重要性在增长一样,人们对于知识重要性的认识也进一步深化。”

在这个报告的影响下,20 世纪的 90 年代后期,无论是在国外还是国内,都引起了研究讨论知识对经济影响的热潮。当时人们使用的还是“以知识为基础的经济”这一词语,到了 1997 年 2 月,美国总统克林顿在公开演讲中正式使用了“知识经济”的提法,后来的讨论就沿用了这一名词。根据当时比较一致的理解,知识经济是建立在知识的创新、传播和使用基础上的经济。

知识作为一种可重用的社会资源,它的生产、分配和使用早就经济运行的基础之一。在游牧社会与农业社会阶段,人们已经利用以经验为主的知识,经验技术、工匠技艺与直接劳动融为一体;到了工业社会阶段,系统化的理论逐渐形成,人们利用的知识已带有科学色彩,但其基础地位与作用长期以来没有得到人们普遍的重视。只是近年来,科技进步对经济、社会生活的推动作用与日俱增,知识在经济生活中的基础地位开

始为人们所认识。

过去,在长期的生产过程中,人们是在不自觉地点滴累积并利用各种知识。到了知识经济阶段,一方面技术知识在不断地增加和深化,它的作用也愈来愈大;另一方面由于分工和专业化程度的提高,制度知识也在不断发展。人们需要更自觉地认识和发挥知识的作用,因此,知识作为一种资源,作为一种生产要素和资本,对于它的管理需要加以专门研究。

对那些有固定形式的知识,如技术文化资料、图纸、专利等能自觉加以管理(即通常所谓的技术管理或档案管理),而对一些无形的,特别是隐性(意会性)的知识,则常常未予重视,因此在人员退休或者离开企业后,有些极宝贵的意会性知识无形中就散失了。即使是有形知识,由于散在各处,缺少有效的索引,常常出现重复引进或开发,或者获取与传播过于迟缓的情况。现行的企业制度、风气甚至有时会损害或妨碍知识的获取、传播和应用。因此,把知识管理作为一个重要的任务提出来,并建立一门专门的学科,加以认真地理解和研究,是有现实意义的。

知识管理作为一门独立的学科,也是 20 世纪的 90 年代才开始建立的。对于知识管理的认识和理解,到现在为止也没有一个完全一致的看法。但这并不妨碍人们在实践中实施知识管理,并逐步总结和积累经验,找出一般的规律,逐步凝练出学科体系和内容。到现在为止,有关知识管理的著作已经出版了许多。而在大学(研究生和本科生)的教学计划中也逐步列入了知识管理课程。这对培养掌握知识管理的人才有着积极的意义。

我国虽然还处在工业化的中期,但是为了促进工农业的现代化,为了在全球化经济的大环境中求得生存和发展,不能不关注各种知识在不同领域、不同发展水平情况下的广泛应用,特别是为了克服自然资源不足和缺乏核心技术对可持续发展的限制,需要加强自主创新。创新的实质是知识的运用和创造,因此,当前把知识管理提上日程,是具有现实和长远意义的。

为了培养掌握知识管理的人才和普及知识管理的常识,需要一批教材、专著和科普读物,本书就是为了满足这一需要而编写的。

作者在本书的开始,首先阐述了知识与知识管理的含义、知识管理的作用、知识管理学科的产生,并讨论了知识管理学科框架。然后讲述了知识资产、知识管理战略以及组织知识的生产、加工与转移等问题。接着从技术和行为两个层面介绍了一些具体方法和内容,以及知识管理的实施与评估方法。书的后一部分则介绍了在电子商务中的客户关系管理、电子政务中的知识管理以及项目管理中的知识管理。

全书做到了理论与应用并重,引用了大量国内外的实例,使读者易于理解和接受。书中搜集了国内外大量的理念和方法,可以供不同需求的读者选读。

由于知识管理毕竟是一门建立不久的学科,其体系结构和涉及的范围也都是在不

断变化之中。本书的结构和内容反映了学科发展的一个阶段的成果,对于初学者可以按照书中结构形成自己的知识体系,而对已掌握一定知识和经验的读者来说,可以根据自己的专业背景与实际需要,选择书中的有关内容,构建本人的知识体系结构。

我国的经济建设正在一日千里地迅速发展,知识的作用日益显著,人们对知识的渴求和有效地运用,并进一步进行创新的需求越来越迫切,希望本书能在这方面对读者有所裨益。

王众托

2007年7月

前言

Foreword

随着人类社会从工业经济时代进入知识经济时代,传统的企业管理模式与管理理念越来越不能控制和解释许多企业的兴衰起伏。知识管理是自 20 世纪泰勒科学管理后管理学最重要的发展。正如泰勒的科学管理理论和方法是工业时代的企业管理基础,知识管理为 21 世纪知识经济时代的组织管理提供了理论基础。

以知识管理为核心的企业管理和发展战略已成为理论界和企业管理界的共识,也成为了西方企业管理、政府机构以及军队管理的热点和重点。KPMG 顾问公司的调查报告显示,早在 2000 年,美国就有超过 60%,欧盟一些国家与英国有高达 70% 的大型企业已经或正在导入知识管理。企业导入知识管理后所获得的具体效益分别是:可以协助企业作更佳的决策(71%)、可以对顾客的掌握度更高(64%)、可以协助企业降低成本(57%)、可以协助企业增加利润(52%)。可见,知识管理不仅使企业获得信息而且帮助企业优化所得到的信息,更使企业得到了相对于别的企业的竞争优势。目前,欧美的大中型企业几乎都将知识管理理念、方法引入自己的企业,建立了自己的知识管理战略和知识管理体系,推行知识管理。美国政府计划在 2006—2010 年的五年内在知识管理解决方案上的投入达到 13 亿美元,其目标是知识管理系统能够有效地支持各类机构的管理功能和任务处理。以军队知识在线管理(AKO)为核心的美国军队知识管理系统取得了极大成功,为美国政府和军队的知识管理建立了标杆。美国陆军计划在 2008 财年为其基于知识管理的“未来战斗系统”投资 23 亿美元。新一轮的管理变革浪潮正席卷全球。

中国正处在经济快速发展时期,经济发展水平正在接近发达国家,加入 WTO 更加速了中国企业国际化的进程。在发达国家知识型企业已成为经济主流,知识工人已成为最大就业力量的今天,顺乎世界经济发展潮流,积极进行企业变革和调整,加快企业知识化的进程,不仅关系企业的生死存亡,也关系到国家经济发展的前景。为此,中国工程院李京文等院士呼吁:在 21 世纪经济全球化和知识经济的大趋势下,我国应大力引进和实施知识管理战略,从管理层面上切实提高我国企业在国际上的竞争实力。

为适应知识经济对知识管理人才的需求,许多国家和地区的高校纷纷开设知识管理专业或相关课程。早在1998年,美国加州大学伯克利分校信息管理与信息系统学院、得克萨斯州大学奥斯汀分校商学院以及我国武汉大学传播与信息管理学院率先设置了知识管理研究生招生方向。目前,国内外大部分知名大学都为研究生开设知识管理研究方向和相关课程,越来越多的高校已经或正在准备为本科生开设知识管理课程。

从课程体系的建设和改革的角度分析,知识管理课程得到了信息管理专业和商学院管理类专业的普遍重视。知识管理是信息管理发展的必然趋势,近年来,数据挖掘、内容管理、知识管理系统等课程已经逐渐成为大学信息管理专业的核心课程。在管理学科,知识管理已经成为现代管理的基本特征,渗透到了各个管理领域,因此,知识管理也成为管理类学科的一门专业基础课。图1给出了知识管理在管理专业课程体系中的地位。

知识管理教材的建设是知识管理学科建设的基础性工作,近年来,国内出版了一批优秀的知识管理方面的图书,但适合作为教材的书籍却很少,因此,我们编写了本书,以期为我国知识管理学科建设尽绵薄之力。

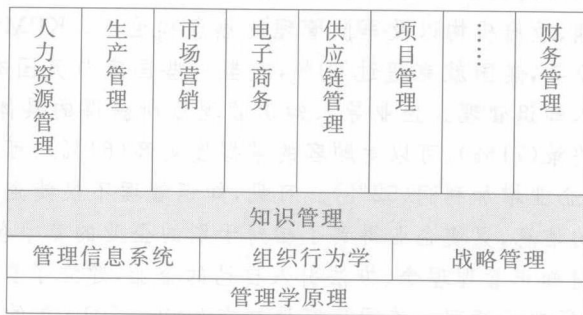


图1 知识管理在管理类专业课程体系中的地位

本书较系统地介绍了知识管理原理、方法和应用,全书共14章。

第1章和第2章,介绍知识管理的相关概念和知识管理研究的内容框架。通过学习这两章,读者可以了解知识管理产生的背景、知识管理的含义、知识管理的目的和目标以及知识管理研究的主要内容。

第3章介绍针对组织知识静态特征的管理,即组织知识资本管理。希望读者通过学习本章,能清楚地认识到现代企业的价值构成及知识是现代企业价值创造的核心,从而更进一步明白知识管理的重要性。

第4章介绍组织知识管理的战略的内涵、选择和实施。通过本章的学习,读者还要认识到:第一,知识战略是一种组织战略;第二,组织知识管理要与组织战略保持一致。

第5章~第7章介绍针对组织知识动态特征的管理,包括知识的生产、加工、存储

和共享,针对每个流程给出了不同的做法和关键成功因素。知识管理流程是知识管理的重要内容。希望读者通过学习这些章节,掌握知识管理的基本内容和方法。

第8章介绍知识管理技术环境的构建,包括知识管理技术体系和知识管理系统的构成。读者通过学习本章,可以了解知识管理技术系统规划与实施的主要内容与框架。

第9章介绍组织知识管理的人文环境的构成,即知识管理的组织行为视图。希望读者通过学习本章,掌握组织文化、领导、激励系统和组织结构对知识管理的重要作用,了解组织知识管理人文环境构建的内容与基本方法。

第10章和第11章介绍组织知识管理实施和评估的流程和方法。希望读者通过学习本章,能够针对特定组织的知识管理项目,制定知识管理的规划、实施和评价方案。

第12章~第14章介绍知识管理在客户关系管理、电子政务和项目管理中的应用,读者通过学习这3章,可以了解知识管理在不同组织层次的应用重点,熟悉知识管理应用的方法。

本书内容丰富,可作为本科生、MBA、工程硕士和研究生的教材。教师可以根据教学学时,针对不同层次的学生选择不同的教学内容。对于本科教学,可重点讲解知识管理的基本理论和方法,即本书的第1~第9章;对于MBA教学,可重点选择知识资本管理、知识管理战略、知识管理流程和知识管理的组织行为视图等章节;对于工程硕士教学,可重点选择知识管理技术、知识管理的实施与评估、知识管理的应用等章节;对于全日制研究生,可根据研究方向选择合适的学习内容。

本书每章都提供了思考讨论题和教学案例,建议学习班级对每个案例进行分组讨论,并写出讨论报告。这样既可以加深对学习内容的理解,又可以了解理论知识的知识背景和方法,同时,还可以促进同学之间的知识共享。

本书能按时付梓是三位作者共同努力的结果,同时,也与作者家人的大力支持是分不开的。在本书的编写过程中,作者吸收和采纳了王众托院士和蓝海林教授的许多思想和主张。此外,邝云英老师和研究生何济乐为本书的编写做了大量工作。在此,作者谨对为本书作出贡献的所有人员表示衷心的感谢。

本书提供教学课件,需要者可向作者索取(Kaiji@163.com)或到清华大学出版社网站下载。

作者

2007年7月

目 录

Contents

序 言	(V)
前 言	(IX)
第 1 章 知识与知识管理总论	(1)
1.1 知识管理的发展史	(2)
1.2 知识的含义与分类	(5)
1.3 知识管理的含义	(14)
1.4 为什么需要知识管理	(17)
1.5 知识管理的目的与目标	(22)
本章小结	(27)
思考与讨论	(28)
案例 1:微软公司的知识管理	(28)
第 2 章 知识管理理论框架	(31)
2.1 知识管理与组织互动的三大理论观点	(32)
2.2 知识管理战略的主要研究学派	(36)
2.3 知识管理的重要模型	(39)
2.4 一个整合型的知识管理框架	(53)
本章小结	(57)
思考与讨论	(58)
案例 2:知名企业如何实施知识管理	(58)
第 3 章 组织知识资本管理	(61)
3.1 知识的价值观	(62)
3.2 知识资产与知识资本	(66)
3.3 组织知识资本的构成	(72)
3.4 组织智力资本的运营	(78)

本章小结	(82)
思考与讨论	(83)
案例 3:Dow 公司的智力资产管理	(84)
第 4 章 知识管理战略	(87)
4.1 知识管理战略的理论基础	(88)
4.2 知识管理战略的分析与制定	(93)
4.3 知识管理战略的实施	(97)
4.4 知识管理战略的评价	(100)
本章小结	(104)
思考与讨论	(105)
案例 4:AT&T 的知识管理战略	(106)
第 5 章 组织知识的生产	(109)
5.1 组织知识管理流程	(110)
5.2 组织的内部知识定义	(112)
5.3 组织外部知识的定义与获取	(122)
5.4 组织的知识创造	(129)
本章小结	(142)
思考与讨论	(143)
案例 5:埃森哲公司的知识管理	(143)
第 6 章 组织知识的加工、存储与访问	(149)
6.1 组织知识存储概述	(150)
6.2 组织知识存储的介质	(152)
6.3 组织知识的选择与过滤	(155)
6.4 组织知识的加工与提炼	(157)
6.5 显性知识的存储与管理:知识库	(159)
6.6 知识的存储与访问策略	(165)
6.7 隐性知识的存储与管理	(169)
本章小结	(172)
思考与讨论	(173)
案例 6:明基——人走了,把知识留下	(173)
第 7 章 组织知识的共享与转移	(175)
7.1 组织知识共享的基本概念	(176)
7.2 组织知识共享的主要障碍	(179)
7.3 组织知识共享的主要方式	(182)

7.4	组织知识共享的驱动力	(189)
7.5	组织的最佳实践转移	(195)
	本章小结	(203)
	思考与讨论	(204)
	案例 7: Wachovia 银行的知识共享	(204)
第 8 章	知识管理的技术	(207)
8.1	知识管理技术概述	(208)
8.2	知识管理的技术体系	(211)
8.3	知识管理系统	(223)
8.4	微软知识管理体系	(226)
	本章小结	(230)
	思考与讨论	(231)
	案例 8: 一个咨询企业的知识管理系统解决方案	(231)
	案例 9: 某市移动公司的知识管理解决方案	(233)
第 9 章	知识管理的组织行为视角	(237)
9.1	组织知识管理的行为问题分析	(238)
9.2	组织文化与知识管理	(244)
9.3	组织的领导与知识管理	(251)
9.4	组织的激励系统与知识管理	(253)
9.5	组织结构与知识管理	(257)
	本章小结	(270)
	思考与讨论	(271)
	案例 10: 3M 公司的知识创新	(272)
第 10 章	组织知识管理的规划与实施	(277)
10.1	知识管理实施方法论	(278)
10.2	知识管理实施的战略规划	(282)
10.3	知识管理实施规划	(290)
10.4	知识管理系统实施	(298)
10.5	组织知识管理实施的关键成功因素	(304)
	本章小结	(307)
	思考与讨论	(308)
	案例 11: 某电信研究院的知识管理实施	(308)
第 11 章	知识管理评估方法	(315)
11.1	知识管理评估概述	(316)

11.2	组织知识管理的整体性评估方法	(318)
11.3	知识管理单项的评估方法	(324)
11.4	组织知识资本评估方法	(327)
	本章小结	(333)
	思考与讨论	(334)
	案例 12: 知识管理成熟度模型的应用	(334)
第 12 章	基于知识的客户关系管理	(341)
12.1	客户关系管理概述	(342)
12.2	客户知识管理的内容	(347)
12.3	客户知识管理的流程和体系	(353)
12.4	基于知识的 CRM 实施	(359)
	本章小结	(364)
	思考与讨论	(365)
	案例 13: 尼康公司应用知识管理系统改进客户服务	(366)
第 13 章	知识管理在电子政务中的应用	(369)
13.1	电子政务概述	(370)
13.2	知识管理与电子政务	(379)
13.3	以知识管理的思想设计电子政务系统	(388)
	本章小结	(391)
	思考与讨论	(392)
	案例 14: 新加坡国际企业署知识管理门户案例	(392)
	案例 15: 推进澳大利亚统计局的知识管理	(393)
第 14 章	项目管理中的知识管理	(399)
14.1	项目及项目管理概述	(400)
14.2	项目管理中引入知识管理	(406)
14.3	项目各阶段的知识管理	(411)
	本章小结	(417)
	思考与讨论	(418)
	案例 16: 一位项目经理为 IT 项目引入知识管理支持	(418)
参考文献		(421)

第1章

知识与知识管理总论

本章要点

- 知识管理的发展
- 知识的含义与分类
- 知识管理的含义
- 知识管理的必要性
- 知识管理的目的与目标