

عنوان مقاله:

نوآوری باز، استراتژی کلیدی شرکت های فناوری بنیان داخلی برای رقابت در بازارهای داخلی و خارجی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی و نوآوری ایران (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

محمد واعظی نژاد - سازمان صنایع دفاع، کارشناس مهندسی مکانیک، دانشگاه امام حسین (ع)

خلاصه مقاله:

یکی از ابعاد مهم استراتژی تکنولوژی، دسترسی به منابع تکنولوژی و ایجاد بسترهای مناسب نوآوری است. شرکت ها و کشورهایی که تکنولوژی را به عنوان عامل مهم رقابت در نظر گرفته اند، برای توسعه تکنولوژی برنامه های منسجمی را اتخاذ کرده اند. در سالیان اخیر مقوله هائی چون مدیریت تکنولوژی، پیش بینی و استراتژی های تکنولوژی، تحقیق و توسعه و مدیریت نوآوری بیشتر از گذشته مورد توجه صنایع داخلی قرار گرفته است. مدیریت نوآوری نیز به عنوان فرآیندی است که بخش اعظمی از توسعه تکنولوژیکی شرکت ها را از جمله ایده پراکنی، اختراع، تحقق توسعه، بازیابی و تولید شامل می شود. در این مقاله با مقایسه و بررسی استراتژی های تکنولوژی و بیان نقاط قوت و ضعف آنها در داخل کشور، از نوآوری باز به عنوان استراتژی کلیدی شرکت های تکنولوژی بنیان داخلی برای حضور در بازارهای داخلی و خارجی نام برده شده است.

کلمات کلیدی:

استراتژی تکنولوژی، مدیریت نوآوری، نوآوری باز، مدیریت تکنولوژی، تحقق و توسعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/56566>

