

Read Online The 4 Lenses Of Innovation A Power Tool For Creative Thinking modernh.com

The Four Lenses of Innovation Brand Identity Lean Startup Danke f ü r die Disruption! Innovation Project Management Die Wissenschaften vom Künstlichen Die Grenzen des Denkens Schneller und besser Die Kunst des Game Designs Das Design Thinking Playbook Kreativität & Selbstvertrauen The 4 Lenses of Innovation (Summary) Kreativität im Geschäftsleben Besser als der Zufall Thank You For Disrupting Das Design Thinking Toolbook Business Acumen Basics for Talent Development Change by Design Intrapreneuring Zen oder die Kunst der Präsentation Auf der Suche nach Spitzenleistungen 創新看得見 Meetings in Mokassins Finding My Virginität Scrum für Dummies Die Plattform-Revolution Integrative Produktionstechnik für Hochlohnländer Jenseits des Hockey Sticks Web Usability Think Like a Programmer - Deutsche Ausgabe Marketing Genie (German Language edition of Marketing Genius) Chinas Megatrends Business Model Generation The Virgin Way Die Praxis des 01-Minuten-Managers Mind Mapping für Dummies Stellen Sie Leute ein, die Sie eigentlich nicht brauchen Die Entstehung des Wohlstands Wir trafen uns im Dezember Managing the Laboratory Animal Facility

The Four Lenses of Innovation

Jeder kann die Grundlagen des Game Designs meistern - dazu bedarf es keines technischen Fachwissens. Dabei zeigt sich, dass die gleichen psychologischen Grundprinzipien, die für Brett-, Karten- und Sportspiele funktionieren, ebenso der Schlüssel für die Entwicklung qualitativ hochwertiger Videospiele sind. Mit diesem Buch lernen Sie, wie Sie im Prozess der Spielekonzeption und -entwicklung vorgehen, um bessere Games zu kreieren. Jesse Schell zeigt, wie Sie Ihr Game durch eine strukturierte methodische Vorgehensweise Schritt für Schritt deutlich verbessern. Mehr als 100 gezielte Fragestellungen eröffnen Ihnen dabei neue Perspektiven auf Ihr Game, so dass Sie die Features finden, die es erfolgreich machen. Hierzu gehören z. B. Fragen wie: Welche Herausforderungen stellt mein Spiel an die Spieler? Fördert es den Wettbewerb unter den Spielern? Werden sie dazu motiviert, gewinnen zu wollen? So werden über hundert entscheidende Charakteristika für ein gut konzipiertes Spiel untersucht. Mit diesem Buch wissen Sie, worauf es bei einem guten Game ankommt und was Sie alles bedenken sollten, damit Ihr Game die Erwartungen Ihrer Spieler erfüllt und gerne gespielt wird. Zugleich liefert es Ihnen jede Menge Inspiration - halten Sie beim Lesen Zettel und Stift bereit, um Ihre neuen Ideen sofort festhalten zu können.

Brand Identity

大師輕鬆讀 NO.623 (中英對照) The Four Lenses of Innovation — A Power Tool for Creative Thinking 人們總是讚美靈光乍現的瞬間，期待突破性的構想從天而降。但是作者認為你只要學會換個角度看事情，把創新視為企業核心能力，就不必再等待奇蹟。

西北大學管理學院國際行銷學教授 Philip Kotler 等名人推薦 亞馬遜網路書店排行榜暢銷書 Copyright ? 2016 by Summaries.Com

Lean Startup

Wir leben im Zeitalter umwälzender neuer Geschäftsmodelle. Obwohl sie unsere Wirtschaftswelt über alle Branchengrenzen hinweg verändern,

verstehen wir kaum, woher diese Kraft kommt. Business Model Generation präsentiert einfache, aber wirkungsvolle Tools, mit denen Sie innovative Geschäftsmodelle entwickeln, erneuern und in die Tat umsetzen können. Es ist so einfach, ein Spielveränderer zu sein! Business Model Generation: Das inspirierende Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, die Geschäftsmodelle verbessern oder völlig neu gestalten wollen. Perspektivwechsel: Business Model Generation erlaubt den Einblick in die geheimnisumwitterten Innovationstechniken weltweiter Spitzenunternehmen. Erfahren Sie, wie Sie Geschäftsmodelle von Grund auf neu entwickeln und in die Tat umsetzen - oder alte Geschäftsmodelle aufpolieren. So verdrehen Sie der Konkurrenz den Kopf! von 470 Strategie-Experten entwickelt: Business Model Generation hat, was es verspricht: 470 Autoren aus 45 Ländern verfassten, finanzierten und produzierten das Buch gemeinsam. Die enge Verknüpfung von Inhalt und visueller Gestaltung erleichtert das Eintauchen in den Kosmos der Geschäftsmodellinnovation. So gelingt der Sprung in neue Geschäftswelten! für Tatendurstige: Business Model Generation ist unverzichtbar für alle, die Schluss machen wollen mit › business as usual ‹. Es ist wie geschaffen für Führungskräfte, Berater und Unternehmer, die neue und ungewöhnliche Wege der Wertschöpfung gehen möchten. Worauf warten Sie noch?

Danke für die Disruption!

Anschauliche und leicht verständliche Einführung in das Gebiet komplexer Systeme, die es überall in Wirtschaft und Gesellschaft sowie in den Naturwissenschaften gibt.

Innovation Project Management

“ ...lohnt sich wegen der Autoren, des Aufbaus und des Inhaltes... Trotz der spielerischen Darstellung ist dem Team ein Buch von überraschender Tiefe gelungen. ” Harvard Business Manager, April 2017 "This book IS the best definition of Design Thinking that I have seen. ” Kee Dorst, author of « Frame Innovation » "The Design Thinking Playbook not only outlines and describes how to apply design thinking. (...) This is an imaginative new contribution, with enhanced accessibility. “ Nigel Cross, author of « Design Thinking: Understanding how designers think and work » Das Design Thinking Playbook ist ein Must-Read für alle Macher, Entscheidungsträger und Innovationsbegeisterte. Es ist das erste Buch über Design Thinking, das dieses Mindset von der ersten bis zur letzten Seite lebt. In der zweiten überarbeiteten Auflage sind zusätzliche Experten-Tipps zum Business Ökosystem Design und konkrete Hinweise zur Anwendung von Methoden hinzugekommen. So ist ein einzigartiger Einblick entstanden, wie heute Innovationen für morgen erfolgreich umgesetzt werden. Die Herausgeber Michael Lewrick, Patrick Link und Larry Leifer sind ständig auf der Suche nach der nächsten grossen Marktopportunität. Sie leben Design Thinking im Aufbau von Wachstumsfeldern, in der Digitalen Transformation, und wenden agile Methoden in der Produktentwicklung an. Sie praktizieren das Design Thinking Mindset im Herzen des Silicon Valley, an der Stanford University und in unmittelbarer Nähe des neuen Crypto Valley Schweiz, an der Hochschule Luzern. Mit ihrer Hilfe haben verschiedene internationale Unternehmen radikale Innovationen entwickelt und kommerzialisiert.

Die Wissenschaften vom Künstlichen

Die Grenzen des Denkens

Schneller und besser

Die Kunst des Game Designs

Die Wissenschaften vom Künstlichen von Herbert A. Simon gilt seit dem Erscheinen der ersten Ausgabe im Jahr 1969 als "Klassiker" der Literatur zum Thema Künstliche Intelligenz. Simon hat zusammen mit den Computerwissenschaftlern Allen Newell, Marvin Minsky und John McCarthy Mitte der fünfziger Jahre das so bezeichnete - von Alan Turing antizipierte - Forschungsgebiet der Computerwissenschaft und der Psychologie ins Leben gerufen. Seine herausragende, allgemeinverständliche Darstellung von Grundüberlegungen und philosophischen Aspekten der Künstlichen Intelligenz ist heute aktueller denn je, nicht nur wegen der ständig zunehmenden Bedeutung der Forschung und Entwicklung auf diesem Gebiet, sondern auch aufgrund des verbreiteten Mangels an Grundkenntnissen für eine kritische Auseinandersetzung mit der Künstlichen Intelligenz.

Das Design Thinking Playbook

Steve Jobs, Jeff Bezos, Larry Page, Sergey Brin, Zhang Ruimin, Marc Benioff - viele Worte wurden bereits über diese großen Unternehmer der Welt geschrieben. In diesem Buch geht es nicht darum, ihre Leistungen zu beschreiben. Es geht auch nicht um ihr Charisma, ihre persönlichen Prüfungen oder ihren Platz in der Populärkultur. Wir alle haben schon genug davon gehört oder gelesen. In diesem Buch geht es um den Unternehmer, den Denker. Es geht um die großen Ideen, die bahnbrechenden/disruptiven Gedanken, die innovativen Grundlagen und Geschäftsphilosophien, die zu ihren Erfolgen geführt haben. "Danke für die Disruption!" untersucht 20 der bedeutendsten Wirtschaftsführer unserer Zeit. Der Autor Jean-Marie Dru, selbst ein Disruptor, der den Begriff vor Jahrzehnten geprägt hat, erklärt nicht nur die Auswirkungen dieser Führungskraft auf ihre eigenen Unternehmen, sondern auch ihren immensen Einfluss auf die gesamte Geschäftswelt. Jedes Kapitel ist vollgepackt mit detaillierten Analysen, aufschlussreichen Kommentaren und persönlichen Beobachtungen des Autors. Die disruptiven Ideen fallen in die Kategorien Führung, Innovation, soziale Verantwortung, Marke und Kultur. Für jedes dieser Themen erklärt der Autor 1) die wichtigsten innovativen Ideen, die dem Unternehmen Milliarden eingebracht haben; 2) wie ihre Innovationen und Ideen die Geschäftswelt im Allgemeinen beeinflusst haben; und 3) wie auch andere Manager und Führungskraft diese disruptiven Ideen in ihren eigenen Organisationen umsetzen können. Dieses ansprechende Buch veranschaulicht, wie die Vision eines disruptiven Innovators weit über sein Unternehmen hinausgehen kann, und ermutigt und inspiriert die Leser, zu Disruptoren in ihrem eigenen Unternehmen zu werden. Das Buch ist ein Muss für jeden, der sich für das Warum und Wie hinter den bedeutendsten und einflussreichsten Unternehmensleistungen unserer Zeit interessiert.

Kreativität & Selbstvertrauen

Mind Mapping ist eine Methode der Visualisierung, die vielseitig eingesetzt werden kann: zum Brainstorming, zur Dokumentation von Besprechungsergebnissen, zur Vorbereitung von Studienarbeiten und vielem mehr. Florian Rustler stellt in diesem Buch nicht nur die Methode vor und erklärt, warum sie so gut ist. Er präsentiert auch zahlreiche Einsatzgebiete und Beispiele. Ein Teil widmet sich den Softwarelösungen, die auf dem Markt sind und stellt exemplarisch MindManager von MindJet und iMindMap von Tony Buzan vor. Auf der CD zum Buch: Mind Mapping-Programme zum Testen, alle Mind-Map-Beispiele aus dem Buch in Farbe, kurze Übungsvideos

The 4 Lenses of Innovation (Summary)

Kreativität im Geschäftsleben

Besser als der Zufall

Thank You For Disrupting

„Wahrscheinlich das inspirierendste Handbuch über Design Thinking. Es beschreibt die Anwendung und gibt Zugang zu bekannten und neuen Werkzeugen.“ Mirko Boccalatte, COO Ferrari F1 Team „Das Design Thinking Toolbook bietet viele praktische Ratschläge, um mit der Anwendung von Design Thinking erfolgreich Marktopportunitäten zu realisieren.“ Dr. Markus Durstewitz, Leiter Innovationsmethoden und -werkzeuge bei Airbus „Die Herausgeber bieten den Lesern ein praktisches und inspirierendes Handbuch, um eine neue Denkweise in Unternehmen zu entwickeln oder Organisationen zu transformieren. Lassen Sie sich von diesem erfrischenden Toolbook für Design Thinking verführen.“ Prof. Yves Pigneur, Universität Lausanne, Co-Autor des Bestsellers Business Model Generation Das Design Thinking Toolbook zeigt die wichtigsten Tools und Methoden im Design Thinking Zyklus. Basierend auf der größten internationalen Umfrage zur Anwendung von Design Thinking Tools, wurden die beliebtesten Methoden, auf je vier Seiten, von einem Experten aus der Design Thinking Community beschrieben. Einfache Anleitungen, Expertentipps, Templates sowie Bilder der Anwendung machen das Toolbook besonders für Design Thinking Einsteiger zu einem wertvollen Hilfsmittel. Es eignet sich für Design Thinker, die sich schnell und umfassend mit den Werkzeugen vertraut machen möchten und neue Tools ausprobieren wollen. Das Toolbook ist die optimale Ergänzung zum internationalen Bestseller „Das Design Thinking Playbook“. Die Herausgeber Michael Lewrick, Patrick Link und Larry Leifer nutzen die vorgestellten Design Thinking Methoden und Werkzeuge in ihrer täglichen Arbeit. Sie unterrichten Design Thinking an Universitäten und praktizieren Design Thinking mit und in Unternehmen und Start-up Firmen. Für alle drei steht das Design Thinking Mindset im Mittelpunkt dieser Aktivitäten und das Toolbook ergänzt diese Denkhaltung mit Tools, die situativ angepasst und eingesetzt werden können.

Das Design Thinking Toolkit

The business ideas and innovation philosophies of the world's great entrepreneurs—for anyone to implement in any business Steve Jobs. Jeff Bezos. Larry Page. Sergey Brin. Zhang Ruimin. Marc Benioff. Millions of words have been written about the great entrepreneurs of the world. This book is not about describing their achievements. Nor is it about their charisma, personal trials, or their place in popular culture. We have all heard or read about them already. This book is about the entrepreneur, the thinker. It is about the grand ideas, the disruptive thoughts, the innovative underpinnings and business philosophies that gave rise to their achievements. Thank You For Disrupting: The Disruptive Business Philosophies of The World's Great Entrepreneurs examines 20 of the most significant business leaders of our time. Author Jean-Marie Dru, himself a disruptor who coined the term decades ago, explains not only the impact these leaders have had on their own companies, but also their immense influence on the business world as a whole. Each chapter is replete with in-depth analyses, insightful comments, and personal observations from the author, including discussions covering the experimentation and platforms of Jeff Bezos, to the recruitment policies and core values of Sergey Brin and Larry Page, to the complete CSR and company activism of Paul Polman, and many more. Illustrating how the vision of a disruptive innovator can reach far beyond his or her company, this engaging book encourages and inspires readers to become disruptors in their own businesses. The Disruptive Business Philosophies of The World's Great Entrepreneurs is a must-read for anyone interested in the why and how behind the most significant and influential business achievements of our time.

Business Acumen Basics for Talent Development

Am Silvesterabend 1998, an der Schwelle zum neuen Millennium, beginnt nicht nur der zweite Teil seiner Biografie sondern auch Bransons zweites Leben – zwei Jahrzehnte, voll mit noch mehr Höhen und Tiefen, Rekorden und Grenzüberschreitungen. Doch es sind nicht nur die Höhenflüge, an denen Branson den Leser teilhaben lässt. "Wenn jemand sein Leben als eine einzige lange Erfolgsgeschichte beschreibt, wird das Buch niemand gern lesen. Außerdem ist derjenige wahrscheinlich ein Lügner." Und so gewährt Branson dem Leser auch einen intimen Einblick in sein Leben jenseits von Weltrekorden und Weltraumflügen, ein Leben, das nicht frei war von Misserfolgen, Rückschlägen und Krisen – doch aus jeder ist er nur noch stärker hervorgegangen. Ein einmaliger Blick auf das Leben eines außergewöhnlichen Menschen, dem schon sein damaliger Schuldirektor prophezeite: "Entweder du landest im Gefängnis oder wirst Millionär". Mit Finding My Virginität folgt 20 Jahre nach Erscheinen des Millionen-Bestsellers Losing My Virginität der zweite Teil der Autobiografie von Ausnahme-Unternehmer Sir Richard Branson. Mit 150 exklusiven und vielen, noch nie veröffentlichten Bildern aus Richard Bransons persönlichem Fotoalbum.

Change by Design

Intrapreneuring

Marketing braucht mehr Genialität. Modernes Business braucht Marketing wie nie zuvor. Der britische Marketing Guru Peter Fisk zeigt in seinem

inspirierenden kleinen Buch, wie Sie über Ihre täglichen Entscheidungen und Aktionen Marketinggenie in Ihr Geschäft bringen, um sich von der Masse abzuheben und erstklassige Ergebnisse zu erzielen. Er kombiniert die hohe Intelligenz und die radikale Kreativität, die benötigt wird, um heutige nicht-lineare Märkte zu verstehen und in ihnen zu überleben. Der einzige Weg, langfristigen Shareholder Value zu generieren, ist über nachhaltiges, profitables Wachstum. Die wissenschaftlichen Gaben eines Albert Einstein und die Kreativität eines Pablo Picasso müssen im Marketing zusammengeführt werden, um den Herausforderungen von Marketing, Branding und Innovationen erfolgreich zu begegnen und außergewöhnliche Wirkung am Markt zu erzielen. Anhand von Beispielen erfolgreicher Unternehmen wie Zara, IKEA, Alessi, Jet Blue, Google und Sony arbeitet der Autor Schwerpunkte, Prinzipien und besondere Merkmale eines modernen, bahnbrechenden Marketings heraus.

Zen oder die Kunst der Präsentation

Das Schöne an Scrum ist, dass das Regelwerk so überschaubar ist. Es schafft nur so viel Struktur, dass Teams sich ganz und gar auf die Lösung der eigentlichen Herausforderung konzentrieren können und keine Zeit mit der Abarbeitung unnötiger und bereits überholter Prozesse verlieren. Das Buch zeigt Ihnen, wie Sie ein Team zusammenstellen und diese beliebte agile Projektmanagementmethode implementieren, um Projekte reibungsloser zu gestalten, und zwar vom Anfang bis zum Ende. Wenn Sie möchten, auch in Ihrem Privatleben. Scrum wird Ihnen das Leben leichter machen. Warum probieren Sie es nicht einfach aus?

Auf der Suche nach Spitzenleistungen

Der Weg zum eigenen Unternehmen ist nie ohne Risiko. Und bis die Firma sich auf dem Markt etabliert hat, dauert es. Wer doch scheitert, verliert in der Regel viel Geld. Genau hier setzt das Konzept von Eric Ries an. Lean Startup heißt seine Methode. Sie ist schnell, ressourcenfreundlich und radikal erfolgsorientiert. Anhand von durchgespielten Szenarien kann man von vornherein die Erfolgsaussichten von Ideen, Produkten und Märkten bestimmen. Und auch während der Gründungsphase wird der Stand der Dinge ständig überprüft. Machen, messen, lernen – so funktioniert der permanente Evaluationsprozess. Das spart enorm Zeit, Geld und Ressourcen und bietet die Möglichkeit, spontan den Kurs zu korrigieren. Das Lean-Startup-Tool hat sich schon zigtausenfach in der Praxis bewährt und setzt sich auch in Deutschland immer stärker durch.

創新看得見

Actionable tools, processes and metrics for successfully managing innovation projects Conventional project management methods are oftentimes insufficient for managing innovation projects. Innovation is lost under the pre-determined scope and forecasted environments of traditional project management. There is tremendous pressure on organizations to innovate, and the project managers responsible for managing these innovation projects do not have the training or tools to do their jobs effectively. Innovation Project Management provides the tools, insights, and metrics needed to successfully manage innovation projects—helping readers identify problems in their organization, conceive elegant solutions, and, when necessary, promote changes to their organizational culture. There are several kinds of innovation—ranging from incremental changes to existing products to wholly original processes that emerge from market-

disrupting new technology—that possess different characteristics and often require different tools. Best-selling author and project management expert Harold Kerzner integrates innovation, project management, and strategic planning to offer students and practicing professionals the essential tools and processes to analyze innovation from all sides. Innovation Project Management deconstructs traditional project management methods and explains why and how innovation projects should be managed differently. This invaluable resource: Provides practical advice and actionable tools for effectively managing innovation projects Offers value-based project management metrics and guidance on how to establish a metrics management program Shares exclusive insights from project managers at world-class organizations such as Airbus, Boeing, Hitachi, IBM, and Siemens on how they manage innovation projects Explores a variety of types of innovation including co-creation, value-driven, agile, open versus closed, and more Instructors have access to PowerPoint lecture slides by chapter through the book 's companion website Innovation Project Management: Methods, Case Studies, and Tools for Managing Innovation Projects is an essential text for professional project managers, corporate managers, innovation team members, as well as students in project management, innovation and entrepreneurship programs.

Meetings in Mokassins

Finding My Virginity

Scrum für Dummies

Die Plattform-Revolution

Wir befinden uns inmitten eines epochalen Wandels im Kräfteverhältnis unserer Gesellschaft, denn während die Ökonomien den Schwerpunkt von industriefertigten Gütern auf Dienstleistungen und Erlebnisse verlagern, treten die Unternehmen die Kontrolle ab und nehmen ihre Kunden nicht mehr als „Endverbraucher“ wahr, sondern als Beteiligte an einem wechselseitigen Prozess. Im Laufe der jahrhundertlangen Geschichte der kreativen Problemlösung haben sich Designer das nützliche Handwerkszeug zugelegt, das ihnen hilft, die „drei Räume der Innovation“, wie Tim Brown sie bezeichnet, zu durchlaufen: Inspiration, Ideenbildung und Umsetzung. Seiner Überzeugung nach müssen diese Fähigkeiten nun über die gesamten Unternehmen verstreut werden. Und das funktioniert mit einem der innovativsten Denkinstrumente zur Entwicklung von Ideen und zur Lösung von Problemen, dem Design Thinking. Im ersten Teil dieses Buches wird ein Rahmenwerk vorgestellt, das hilft, die Grundzüge und Methoden zu erkennen, die großartiges Design Thinking ermöglichen. Hier wird gezeigt, wie Design Thinking von einigen der innovativsten Unternehmen der Welt praktiziert wurde und zu bahnbrechenden Lösungen inspiriert hat. Der zweite Teil soll dazu anregen, nicht zu kleckern, sondern zu klotzen. Anhand drei großer Bereiche der menschlichen Aktivität – Unternehmen, Märkte und Gesellschaft – zeigt Tim Brown, wie aus dem Design Thinking heraus Wege entstehen können, um Ideen zu entwickeln, die unseren heutigen Herausforderungen gerecht werden. Dabei muss sich das Design Thinking in den Organisationen „aufwärts“

bewegen in die Nähe der Vorstandsetagen, wo strategische Entscheidungen getroffen werden. Denn Design ist zu wichtig geworden, als dass man es allein den Designern überlassen sollte. Tim Brown zählt zu den prominentesten Personen auf dem Gebiet von Design und Innovation weltweit. Er ist CEO und Präsident von IDEO, das Unternehmen, das die Apple-Maus und den Palm V entwickelt hat. Tim Brown spricht regelmäßig über den Wert des Designs und von Innovationen, unter anderem auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos oder bei TED Talks. Er berät zahlreiche Fortune 100 Unternehmen. Seine Arbeiten wurden bereits in der Axis Gallery in Tokio, dem Design Museum in London und dem MOMA in New York ausgestellt.

Integrative Produktionstechnik für Hochlohnländer

Typische Programmieraufgaben kreativ lösen am Beispiel von C++ Von der Aufgabe zur Lösung – so gehen Sie vor Probleme analysieren und schrittweise bearbeiten Systematisches Vorgehen lernen und anwenden Aus dem Inhalt: Strategien zur Problemlösung Eingabeverarbeitung Statusverfolgung Arrays Zeiger und dynamische Speicherverwaltung Klassen Rekursion Wiederverwendung von Code Rekursive und iterative Programmierung Denken wie ein Programmierer Die Herausforderung beim Programmieren besteht nicht im Erlernen der Syntax einer bestimmten Sprache, sondern in der Fähigkeit, auf kreative Art Probleme zu lösen. In diesem einzigartigen Buch widmet sich der Autor V. Anton Spraul genau jenen Fähigkeiten, die in normalen Lehrbüchern eher nicht behandelt werden: die Fähigkeit, wie ein Programmierer zu denken und Aufgaben zu lösen. In den einzelnen Kapiteln behandelt er jeweils verschiedene Programmierkonzepte wie beispielsweise Klassen, Zeiger und Rekursion, und fordert den Leser mit erweiterbaren Übungen zur praktischen Anwendung des Gelernten auf. Sie lernen unter anderem: Probleme in diskrete Einzelteile zerlegen, die sich leichter lösen lassen Funktionen, Klassen und Bibliotheken möglichst effizient nutzen und wiederholt verwenden die perfekte Datenstruktur für eine Aufgabenstellung auswählen anspruchsvollere Programmierkonzepte wie Rekursion und dynamischen Speicher einsetzen Ihre Gedanken ordnen und Strategien entwickeln, um bestimmte Problemkategorien in Angriff zu nehmen Die Beispiele im Buch werden mit C++ gelöst, die dargestellten kreativen Problemlösungskonzepte gehen aber weit über die einzelnen Programmiersprachen und oft sogar über den Bereich der Informatik hinaus. Denn wie die fähigsten Programmierer wissen, handelt es sich beim Schreiben herausragender Quelltexte um kreative Kunst und der erste Schritt auf dem Weg zum eigenen Meisterwerk besteht darin, wie ein Programmierer zu denken. Über den Autor: V. Anton Spraul hat über 15 Jahre lang Vorlesungen über die Grundlagen der Programmierung und Informatik gehalten. In diesem Buch fasst er die von ihm dabei perfektionierten Verfahren zusammen. Er ist auch Autor von » Computer Science Made Simple « .

Jenseits des Hockey Sticks

Währungs- und Wirtschaftssysteme wackeln, althergebrachte Strukturen scheitern und selbst große, früher als „sicher“ geltende Unternehmen schließen oder entlassen scharenweise ihre Mitarbeiter. Wie geht es weiter? Wie meistern Manager die Herausforderungen unserer Zeit – personell und persönlich? Und welchen Beitrag muss jeder einzelne Mitarbeiter bringen, um gesund und leistungsstark zu sein und zum dauerhaften Erfolg seines Unternehmens beizutragen? In der archaischen Figur des Häuptlings und seines Stamms liegt eine Metapher, die moderne Führungskräfte und Mitarbeiter auf sich übertragen können: Was macht einen Häuptling aus? Welche Riten durchläuft er, um zur echten Führungskraft heranzureifen? Welche Werte lebt er, um in Krisen nachhaltig Frieden zu stiften? Und wie entsteht ein harmonischer, kraftvoller Stamm, in dem jedes Mitglied genügt?

Raum für seine persönliche Vision und Seelenreife hat? Darum geht es in diesem Buch.

Web Usability

Wie entwickelt man lukrative Geschäftsideen? Und wie sollte man es nicht machen? Experte Jeremy Gutsche zeigt die psychologischen und kulturellen Fallen auf, die auch kluge Leute davon abhalten, Gelegenheiten zu erkennen und zu nutzen. Es gibt Farmer und Jäger. Farmer nutzen bewährte Methoden und streben die Wiederholung früherer Erfolge an - ihr Ziel: die Bewahrung des Status quo. Jäger reagieren auf die zunehmende Beschleunigung der Welt und sind sich bewusst, dass Stillstand Rückschritt und Untergang bedeutet. Jäger sind unersättlich, neugierig und bereit, zu zerstören, um besser zu werden (Beispiel: Google). Gutsche hat sechs Muster identifiziert, deren Erkennung und Ausnutzung den Weg für Gelegenheiten ebnet. Anhand von ausführlichen Fallbeispielen und Geschichten beschreibt er diese Muster und zeigt auf, wie Individuen und Unternehmen sie für die Entwicklung von Ideen genutzt haben und auch in Zukunft nutzen können.

Think Like a Programmer - Deutsche Ausgabe

Auch wenn die industrielle Fertigung von Produkten in Hochlohnländern wie Deutschland gefordert ist, gibt es viele Beispiele für Unternehmen, denen es gelingt, durch ihre Produktion den Wettbewerb zu dominieren – u. a. indem sie Verschwendung durch synchronisierende Integrativität minimieren und sich höchst adaptiv verhalten. In dem Buch werden die wissenschaftlichen Ergebnisse des Aachener Exzellenzclusters „Integrative Produktionstechnik für Hochlohnländer“ dargestellt und deren erfolgreiche Umsetzung in die industrielle Praxis beschrieben.

Marketing Genie (German Language edition of Marketing Genius)

Was, wenn du die große Liebe zum falschen Zeitpunkt triffst? Ganz London erstrahlt in weihnachtlichem Glanz. Aufgeregt zieht Jess nach Notting Hill, um ihre Träume zu verwirklichen. Am ersten Abend in ihrer neuen WG trifft sie auf Alex, mit dem sie Wand an Wand wohnen wird. Von der ersten Sekunde an fühlt sich Jess zu ihm hingezogen – nur leider verstößt romantische Beziehungen untereinander gegen die Hausregeln. Als Jess beschließt, sich von den Regeln nicht aufhalten zu lassen und Alex ihre Gefühle zu gestehen, ist es zu spät. Hautnah muss sie miterleben, wie er sein Glück mit einer anderen genießt. Ihr bleibt nur noch die Freundschaft mit Alex. Doch wenn sie gemeinsam die Stadt erkunden, bricht Jess' Herz jedes Mal ein Stück mehr. Schenkt das Schicksal ihr eine zweite Chance mit Alex? » Herrlich festlich und romantisch. « SPIEGEL-Bestsellerautorin Rosie Walsh » Dieser brillante und unterhaltsame Roman ist genau der richtige Lesestoff, um etwas Romantik in die dunklen Wintertage zu zaubern. « Woman's Weekly

Chinas Megatrends

LiT raumer, die handeln" Warum sollte irgendjemand sich dafür entscheiden, Intrapreneur zu werden, wenn er genauso gut Entrepreneur werden konnte? Diese Frage stellte ich mir zum ersten Mal im Jahr 1978 bei einem Seminar in Bob Schwartz' School for Entrepreneurs in Tarrytown, New York. Von den

vier großen Möglichkeiten für Entrepreneure, die Bob erwähnte, erschien mir eine als Widerspruch in sich selbst und erregte meine besondere Aufmerksamkeit. Bob zitierte seinen Freund Norman Macrae, der 1976 im Londoner Economist geschrieben hatte: "Erfolgreiche Großunternehmen sollten sich zu, Bündnissen von 'Entrepreneuren' entwickeln." Bob meinte damals, daß Entrepreneure auch innerhalb von Großunternehmen gewaltige Chancen haben konnten, wenn es gelänge, dafür ein praktikables Modell zu finden. Die Aufgabenstellung war verlockend: Der unabhängige Entrepreneur und der "Mann innerhalb der Organisation" erschienen als unvereinbarer Widerspruch, zumindest bis Bob einige der Mythen über die Persönlichkeit und die Motivationen von Entrepreneuren aus der Welt räumte. Diese neue Perspektive gab mir erste Anhaltspunkte dafür, wie etablierte Unternehmen den Mitarbeitern einen Platz schaffen würden, die ich später als "Intrapreneure" bezeichnete. Vom Standpunkt eines Unternehmens sind die Vorteile, Intrapreneure zu haben, offenkundig: Intrapreneure sorgen für die Einführung und Herstellung neuer Produkte, Verfahren und Dienstleistungen, die es wiederum dem Unternehmen ermöglichen, als Ganzes zu wachsen und Gewinne zu erwirtschaften.

Business Model Generation

The Virgin Way

Was zeichnet starke, erfolgreiche Marken aus? Wie werden diese emotional und inhaltlich aufgeladen? Und was verhilft ihnen schließlich dazu, sich zu verankern und eine dauerhafte Präsenz zu erreichen? » Brand Identity « geht all diesen Fragen nach und beleuchtet Schritt für Schritt die Entwicklung einer zukunftsfähigen Marke: Von den grundlegenden Überlegungen im Vorfeld wie Markenstrategie und -aufbau, über den eigentlichen Designprozess bis hin zur Visualisierung der Ergebnisse aus Recherche und Konzept. Die enthaltenen Case Studies zu renommierten, internationalen Marken aus unterschiedlichen Branchen und Industriezweigen, die hier gründlich analysiert und aufgeschlüsselt wurden, laden dazu ein, Details zu entdecken und spannende Hintergründe zu erfahren. So manches Aha-Erlebnis wird schließlich dazu führen, selbst mit neuen strategischen Ansätzen an Markenentwicklungen heranzugehen und die gewonnenen Erkenntnisse auf eigene Projekte zu übertragen. Anregungen zu Übungsaufgaben führen schließlich auch Studierende ganz praktisch an das Thema heran.

Die Praxis des 01-Minuten-Managers

Produkte werden technisch immer ausgefeilter, es gibt Dutzende verschiedene Versionen, aus denen der Kunde wählen kann. Trotzdem liegen sie wie Blei in den Regalen. Warum? Hersteller beachten nicht, welchen "Job" ein Produkt oder auch eine Dienstleistung für den Kunden erfüllen soll. Clayton M. Christensen liefert mit dem "Jobs to Be Done"-Ansatz eine umfassende Theorie, wie man die Wünsche der Kunden erkennt und in den eigenen Produkten oder Dienstleistungen umsetzt. Er zeigt die praktische Anwendung und welche Auswirkungen die Methode auf Organisationsstrukturen und Führungsentscheidungen hat. So wird Innovation von der reinen Glückssache zu einem planbaren Prozess, der Unternehmen den entscheidenden Marktvorteil bringt.

Mind Mapping für Dummies

It's critical for talent development professionals to be able to play an influential role in an organization's strategy development and execution. To do this, they need to be able to speak the business language and translate their knowledge into solutions that drive business results. In "Business Acumen Basics for Talent Development," Robert Brodo arms talent development professionals with the critical skills and tools they'll need to think strategically and make informed business decisions. This issue of TD at Work includes:

- guidance on how to build better business acumen and learn the business challenges and opportunities for internal customers and stakeholders
- tips on how to engage in business dialogue with leaders and stakeholders
- information on how to use business knowledge to challenge beliefs and assumptions
- questions to consider before conversing with stakeholders or leaders
- a business SWOT analysis template.

Stellen Sie Leute ein, die Sie eigentlich nicht brauchen

getAbstract Summary: Get the key points from this book in less than 10 minutes. Rowan Gibson, author of *Innovation to the Core*, provides a manual full of graphics, illustrations and photographs, with numerous pages tinted different shades to suggest that you can change how you see even ordinary things. Gibson proposes a system of innovation that incorporates various models of the human brain. He provides a broadly applicable set of tools to help you innovate by using four points of view or lenses: "challenging orthodoxies," "harnessing trends," "leveraging resources" and "understanding needs." His examples are numerous and vivid. The clear style and jazzy - though sometimes a bit busy - design elements make Gibson's ideas easy to apply. getAbstract recommends his guidebook to those seeking a boost in their creativity and ability to innovate, and to readers looking for tools to share with their entire organization. Book Publisher: Wiley

Die Entstehung des Wohlstands

Praise for the Previous Editions "The author brings in management wisdom from the world outside laboratory animal medicine and veterinary medicine. As a result, there is a rich mixture of the experience of a seasoned professional and the theoretical framework used by schools of management. I recommend this book to managers and laboratory animal specialists at any stage of their careers." —Franklin M. Loew, DVM, PhD, DACLAM, JAVMA, Vol. 222, No. 6, 2003 " This book is a good informational resource for any new manager to the field of laboratory management. The information is presented in a way that will keep your interest and stimulate you to think how it can benefit you and the facility in which you work." —Susan K. Cutter, BS, RVT, RLATG, Purdue University, West Lafayette, Indiana, USA, LAMA Review Written in Jerry Silverman's trademark style, *Managing the Laboratory Animal Facility*, Third Edition provides the reader with sound management theory and associated management practices that are easy to read, easy to understand, easy to implement, and pertinent to the daily management and leadership of laboratory animal facilities. Maintaining the practical focus of previous editions, this greatly expanded volume presents the critical knowledge needed to help you make efficient and effective use of the key resources that are used every day by vivarium managers — people, time, money, and information. New to the Third Edition Incorporating the latest developments in management theory and application, the edition contains approximately 100 pages of new and expanded material. This more detailed coverage: Discusses lean management concepts and practices

and their application to laboratory animal science Adds information on many essential topics, especially in human resources management in its treatment of negotiations, influence, and performance reviews Provides a large number of revisions and updates to Appendix 2 in its presentation of Per diem calculations Includes an extensive list of references for further study of specialized topics

Wir trafen uns im Dezember

"By asking how the world's top innovators - Steve Jobs, Richard Branson, Jeff Bezos and many others - came up with their game-changing ideas, Rowan Gibson identifies four key business perspectives that will enable you to discover groundbreaking opportunities for innovation and growth: Challenging orthodoxies: what if the dominant conventions in your field, market, or industry are outdated, unnecessary or just plain wrong? Harnessing trends: where are the shifts and discontinuities that will, now and in the future, provide the energy you need for a major leap forward? Leveraging resources: how can you arrange existing skills and assets into new combinations that add up to more than the sum of their parts? Understanding needs: what are the unmet needs and frustrations that everyone else is simply ignoring?"--Publisher's description.

Managing the Laboratory Animal Facility

Copyright code : [b59da34ebfc633174f6d65034875848f](#)