

# 创造学理论与实践



[创造学理论与实践 下载链接1](#)

著者:姚凤云

出版者:清华大学出版社

出版时间:2006-7

装帧:平装

isbn:9787302132714

创造学理论与实践（新世纪高职高专实用规划教材），ISBN：9787302132714，作者：姚凤云、苑成存

作者介绍:

目录: 第一篇 基础概念篇  
第一章 创造学导论 1

第一节 创造及相关概念	1
一、示例引言	1
二、创造的涵义	2
三、创造的特点	4
四、创造与相关概念	6
第二节 创造的原动力和意义	8
一、人类进行创造的原动力	8
二、创造的意义	9
第三节 创造学概述	12
一、创造学的涵义和性质	12
二、创造学的研究目的和基本原理	13
三、创造学研究的基本内容	14
四、创造学与传统科学和 素质教育的关系	15
第四节 创造学的产生与发展	16
一、创造学的产生	16
二、创造学的发展	18
思考训练题	20
第二章 创造的基本要素	22
第一节 创造主体和客体	22
一、创造主体	22
二、创造客体	24
第二节 创造精神、知识和创造技法	24
一、创造精神	24
二、知识	26
三、创造技法	27
第三节 创造环境	28
一、制度环境	28
二、政策环境	28
三、市场与法制环境	29
四、教育培训环境	29
五、情报信息与服务环境	29
六、基础研究与应用研究环境	30
七、硬环境	30
思考训练题	30
第三章 创造力概述	32
第一节 创造力的构成和分类	32
一、创造力的涵义	32
二、创造力的构成	32
三、创造力的能级	35
四、创造力的分类	35
第二节 创造力辨析	37
一、创造力具有普遍性	37
二、认识创造力，辨析相关问题	37
第三节 创造力开发	40
一、影响创造力发挥的心理因素	40
二、创造力的可开发性	42
三、创造力开发的途径	43
第四节 创造力测评	44
一、创造力测评的涵义	44
二、创造力测评的具体作用	44
三、创造力测评的具体做法和 应注意的问题	45
四、创造力测评方法	45

思考训练题 49  
第二篇 创造性思维  
第四章 创造性思维的特征和过程 51  
第一节 创造性思维的涵义和特征 51  
一、思维的涵义和分类 51  
二、创造性思维简介 52  
三、创造性思维的特征 53  
第二节 创造性思维的过程 57  
一、华莱士的四阶段论 57  
二、“序列链”理论 58  
三、“发散-辐合”理论 59  
四、三境界式 60  
五、八阶段模式 60  
六、“产生绝妙创意”的  
12个步骤 62  
思考训练题 64  
第五章 方向性思维 66  
第一节 扩散思维与集中思维 66  
一、扩散思维 66  
二、集中思维 68  
三、扩散思维与集中思维的  
区别和联系 69  
四、扩散思维与集中思维的  
实际应用 69  
第二节 正向思维与逆向思维 70  
一、正向思维 70  
二、逆向思维 71  
第三节 侧向思维与转向思维 76  
一、侧向思维 76  
二、转向思维 78  
思考训练题 79  
第六章 动态性思维 81  
第一节 动态思维与超前思维 81  
一、动态思维 81  
二、超前思维 84  
第二节 分离思维与合并思维 88  
一、分离思维 88  
二、合并思维 89  
三、分离思维与合并思维的关系 90  
思考训练题 91  
第七章 逻辑思维 92  
第一节 逻辑思维概述 92  
一、逻辑思维的涵义 92  
二、逻辑思维的基本形式 92  
三、创造性思维与逻辑思维  
的关系 93  
四、逻辑思维在创造活动中的  
作用 95  
五、逻辑思维能力的培养  
和提高 96  
第二节 归纳思维 97  
一、简单枚举法 97  
二、科学归纳法 98  
三、统计归纳法 99

第三节 演绎思维	100
一、三段论	100
二、假言推理	101
三、选言推理	102
四、二难推理(假言选言推理)	102
第四节 其他几种逻辑思维	103
一、分析思维与综合思维	103
二、抽象思维与具体思维	105
思考训练题	106
第八章 形象思维	107
第一节 想像思维	107
一、想像思维的涵义	108
二、对想像思维的研究和评价	109
三、想像思维的分类	110
四、想像思维对创造的引导作用	113
五、提高想像思维能力的方法	114
第二节 联想思维	114
一、联想的涵义	115
二、联想思维的分类	116
三、多种联想的综合训练	119
第三节 直觉思维	120
一、直觉思维的涵义	120
二、直觉思维的特征	121
三、直觉思维的功能	122
四、直觉的局限性	124
五、怎样培养直觉思维能力	124
第四节 灵感思维	125
一、灵感的涵义	125
二、灵感思维的特征	126
三、灵感的类型	127
四、灵感产生的一般规律	128
五、如何捕捉灵感	129
思考训练题	131
第三篇 创造技法	
第九章 检核表法	132
第一节 奥斯本的检核表法	132
一、奥斯本检核表法简介	132
二、奥斯本检核表法的具体内容及其应用实例	133
三、奥斯本检核表法的特点和运用要点	136
第二节 对奥斯本检核表法的改进	136
一、动词提示检核表法	136
二、5W1H法	138
三、降低成本检核表法	139
四、属性改善排列矩阵法(SAMM法)	140
五、系统提问法	141
思考训练题	142
第十章 智力激励法	144
第一节 奥斯本激励法	144
一、智力激励法的涵义	144
二、智力激励法的原则和特点	144
三、运用智力激励法需注意	

的问题 145  
四、步骤与实施 146  
五、智力激励法的应用实例 147  
第二节 对智力激励法的改进 148  
一、653法 148  
二、MBS法 149  
三、CBS法 150  
四、K·J法 150  
五、集思广益法 151  
六、大学生课堂构思法(5420法) 154  
思考训练题 155  
第十一章 列举法 156  
第一节 特性列举法和缺点列举法 156  
一、特性列举法 156  
二、缺点列举法 157  
第二节 希望点列举法和综合列举法 160  
一、希望点列举法 160  
二、成对列举法 161  
三、综合列举法 162  
思考训练题 162  
第十二章 组合法与分解法 163  
第一节 组合法 163  
一、组合法简介 163  
二、组合法的分类 163  
第二节 信息交合法 166  
一、许国泰的“思维魔方” 166  
二、信息交合法的基本原理 167  
三、信息交合法的实施程序 167  
四、信息交合原则 168  
五、信息交合法应用实例 169  
第三节 分解法 170  
一、分解法简介 170  
二、分解的方式 171  
思考训练题 172  
第十三章 分析法与还原法 173  
第一节 形态分析法 173  
一、形态分析法的涵义 173  
二、形态分析法程序 174  
三、形态分析法的实例 175  
第二节 价值分析法 176  
一、价值分析法简介 176  
二、价值分析法的运用 176  
第三节 还原法 178  
一、还原法简介 178  
二、还原法的实践应用 179  
思考训练题 180  
第十四章 类比性创造技法 181  
第一节 类比法 181  
一、类比的涵义 181  
二、类比法原理 181  
三、类比法的分类 183  
第二节 移植法 185  
一、移植法简介 185  
二、移植的分类 185

- 第三节 仿生学法 189
  - 一、仿生学的涵义 189
  - 二、仿生学法运用要点 190
  - 三、仿生学法的应用实例 190
- 第四节 其他引申类比技法 192
  - 一、等价变换法 192
  - 二、中山正和法 194
  - 三、中山-高桥法 195
- 思考训练题 195
- 第十五章 其他创造技法 196
  - 第一节 驱虫法 196
    - 一、驱虫法的涵义和操作 196
    - 二、驱虫法中的ARIZ法 197
  - 第二节 十步思维法和综合创造法 198
    - 一、十步思维法 198
    - 二、综合创造法 199
  - 第三节 水平思考法和假想构成法 200
    - 一、水平思考法 200
    - 二、假想构成法 201
  - 第四节 六面体法和理想天才法 202
    - 一、六面体法 202
    - 二、理想天才法 205
- 思考训练题 206
- 第四篇 创造实践篇
- 第十六章 科学发现和技术发明 207
  - 第一节 科学发现 207
    - 一、科学发现及其分类 207
    - 二、科学发现的主要特点 208
    - 三、怎样从事科学发现 210
  - 第二节 技术发明 213
    - 一、技术发明及其分类 213
    - 二、技术发明一般过程 214
- 思考训练题 218
- 第十七章 合理化建议与技术改进 219
  - 第一节 合理化建议和技术改进的涵义评价标准 219
    - 一、合理化建议的概念 219
    - 二、技术改进的概念和原则 220
    - 三、合理化建议和技术改进的评价标准 221
    - 四、合理化建议、技术改进的相关活动 221
  - 第二节 合理化建议和技术改进的基本程序和活动艺术 222
    - 一、合理化建议和技术改进的基本程序 222
    - 二、合理化建议和技术改进活动的艺术 224
  - 第三节 合理化建议和技术改进的创造方法 225
    - 一、产生合理化建议的OCU法 225
    - 二、提出有价值的改进方案的物场分析法 227
- 思考训练题 229

第十八章 大学毕业生创业	230
第一节 大学毕业生创业的重要性 和条件	230
一、大学毕业生创业的重要性	230
二、大学毕业生创业条件分析	231
第二节 大学毕业生创业准备 和创业能力	233
一、大学毕业生创业的 知识准备	233
二、大学毕业生创业能力	235
第三节 大学毕业生创业素质测评	238
一、企业家的素质与类型	238
二、创业素质测验	239
思考训练题	242
第十九章 创造成果保护及专利权	243
第一节 创造成果的保护	243
一、为什么要进行创造成果保护	243
二、创造成果保护的具体措施	243
三、专利制度的产生和发展简介	245
第二节 申请专利需要注意的问题	245
一、专利的一般原则	246
二、专利的一般条件	246
三、申请专利需要递交的文件	246
四、发明和实用新型专利 申请文件的撰写	248
思考训练题	251
第五篇 创造型人才开发篇	
第二十章 创造教育	252
第一节 创造教育概述	252
一、创造教育的涵义	252
二、创造教育的地位	253
三、创造教育与素质教育的关系	253
四、创造教育与传统教育的区别	254
五、创造教育的必要性	254
第二节 我国创造教育的发展	256
一、早期阶段(20世纪以前)	256
二、近期阶段(20世纪初至20世纪80年代)	256
三、当代阶段 (20世纪80年代以后)	258
第三节 创造教育的原则和目标	258
一、创造教育的原则	259
二、创造教育的目标	263
第四节 创造教育的实施	263
一、创造教育实施的基本条件	263
二、创造教育实施的基本途径	265
第五节 创造教育的教学模式	267
一、国外创造教育的教学模式	267
二、我国创造性课堂教学模式	270
思考训练题	270
第二十一章 创造型人才	272
第一节 创造型人才的涵义和特征	272
一、创造型人才的涵义	272
二、创造型人才的基本特征	272
三、对创造型人才的误解辨析	274

第二节 创造型人才的客观主观因素	275
一、创造型人才成长的客观因素	275
二、创造型人才应有的主观因素	278
第三节 创造型人才队伍建设	278
一、创造型人才培养的历史 与现状	278
二、必须注重我国的创造型 人才培养	280
三、我国人才分布的突出问题	280
四、我国创造型人才队伍建设 应注意的问题	281
思考训练题	283
第二十二章 创造的个性 心理品质(上)	284
第一节 理想和品德	284
一、理想	284
二、品德	285
第二节 勇气和意志	287
一、勇气	287
二、意志	287
第三节 自信心和好奇心	289
一、自信心	289
二、好奇心	290
第四节 抓机遇和惜时间	291
一、抓机遇	291
二、惜时间	293
第五节 竞争意识和合作精神	295
一、竞争意识	295
二、合作精神	296
思考训练题	298
第二十三章 创造的个性 心理品质(下)	299
第六节 信息观和名利观	299
一、信息观	299
二、名利观	301
第七节 观察力和记忆力	302
一、观察力	302
二、记忆力	305
第八节 思考力和借鉴力	306
一、思考力	306
二、借鉴力	307
第九节 迷恋性和严谨性	308
一、迷恋性	308
二、严谨性	309
第十节 独立性和综合性	312
一、独立性	312
二、综合性	314
思考训练题	315
第六篇 创造性经营	
第二十四章 企业创新经营探讨	317
第一节 企业经营战略的分类和作用	317
一、企业经营战略的涵义和分类	317
二、企业经营战略的作用	318
第二节 企业经营战略的制定和实施	319



一、企业经营战略的制定	319
二、企业经营战略的实施	321
第三节 企业经营创新	321
一、企业经营创新的涵义	321
二、企业经营创新的基本形式及其战略意义	322
思考训练题	324
第二十五章 企业创新开发探讨	325
第一节 创新产品开发概论	325
一、创新产品的涵义	325
二、创新产品的基本类型	325
三、创新产品开发的涵义和意义	325
四、创新产品开发的原则	326
第二节 创新产品开发程序	327
一、创新产品开发调查	327
二、创新计划制定	327
三、创新产品设计	329
四、最佳方案选择	330
五、创新产品试制	330
六、创新产品正式投产	331
七、创新产品正式全面上市	331
第三节 创新产品的质量、外观设计和商标	331
一、创新产品的质量	331
二、创新产品的外观设计	333
三、创新产品的商标	333
思考训练题	334
第二十六章 企业创新销售探讨	335
第一节 企业销售的涵义和意义	335
一、销售的涵义	335
二、销售的意义	335
三、企业应有的销售观念	336
第二节 消费者心理研究	337
第三节 建立和开发销售信息系统	339
一、企业销售系统的特点	339
二、企业销售信息工作的目标	339
三、企业销售信息工作的性质	339
四、企业销售信息系统的	
作用和功能	340
五、信息技术在销售工作中的应用	340
第四节 营销促销方式创新	341
一、广告推销	341
二、人员推销	343
三、营业推广	344
四、服务促销	344
五、数据库营销	345
六、绿色营销	345
七、网络营销	346
思考训练题	347
第二十七章 企业创新管理探讨	348
第一节 企业思想政治工作及其创新	348
一、思想政治工作的涵义和特点	348
二、思想政治工作的基本内容	350

三、创新思想政治工作运作机制	351
四、创建思想政治工作评估体系	353
五、构建好思想政治工作的 活动平台	354
六、落实好思想政治工作的 “四项经费”	354
第二节 企业文化建设	355
一、企业文化的涵义和功能	355
二、企业文化建设的主要内容	356
思考训练题	362
第二十八章 企业诊断探讨	363
第一节 企业诊断概论	363
一、企业诊断的涵义	363
二、企业诊断的特点	364
三、企业诊断的作用	365
四、企业诊断的主要类型	365
第二节 企业诊断程序	366
一、进企业前准备阶段	366
二、进企业后预备诊断阶段	369
三、正式诊断阶段	370
四、实施指导阶段	372
第三节 企业诊断方法和诊断 人员素质	373
一、企业诊断方法	373
二、对企业诊断人员的基本 素质要求	376
思考训练题	378
主要参考文献	379
· · · · ·	(收起)

[创造学理论与实践\\_下载链接1](#)

标签

管理

评论

-----  
[创造学理论与实践\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[创造学理论与实践\\_下载链接1](#)