

1	
書名	本質思考：MIT 菁英這樣找到問題根源,解決困境
北市圖索書號	494.1 1544
作者	平井孝志；吳怡文譯
出版者	天下文化
出版時間	2016 年 9 月 30 日
作者簡介	
<p>平井孝志</p> <p>羅蘭貝格管理諮詢公司 (Roland Berger Ltd.) 執行董事、資深合夥人、慶應義塾大學特聘教授、早稻田大學商業學院客座教授 (二〇一五年四月就任)。</p> <p>東京大學研究所理學系研究科碩士課程修畢、麻省理工大學 (MIT) 史隆管理學院 MBA、博士 (學術)。曾任職於貝恩策略顧問公司 (Bain & Company)、戴爾公司、星巴克、網路創投企業,在製造業、貿易公司等從事顧問工作,進行全球性戰略、新事業開發·R&D 戰略、業務·行銷戰略的方案制定及實施支援。也著手經營戰略、行銷、邏輯思考等企業研修。</p> <p>吳怡文</p> <p>熱愛充滿無限想像的文字轉換遊戲,願終身與翻譯工作為伍。譯作包括《人到中年,更是理直氣壯》、《下流老人:即使月薪 5 萬,我們仍將又老又窮又孤獨》、《看不見的聲音,聽不到的畫》、《想要買馬車》、《巴黎時間旅行》、《奇想遺產》等。</p>	
內容簡介	
<p>懂得「本質思考」的人,則會追根究柢找到問題的源頭:</p> <p>如果是因為「商品已經不符市場所需」,應該採取的就是盡快開發新產品;如果是「市場已臻成熟」,那麼企業該重視的應該是利潤,而非營業額;如果是「商品有瑕疵」,日後需負起回收或維修之責,那現在賣不好,才不會讓未來的負擔太大。</p> <p>同一個問題,有這麼多不同的解決方法,因此你需要「本質思考」——探究眼前現象是由哪些因素、在多長的時間裡、以怎樣的方式形成的,才能找到問題的真正根源和改變現象的關鍵!發源自 MIT 史隆管理學院的招牌課程「系統動力學」,結合作者豐富的商場經驗,歸納成每一位職場人士都能看懂、學會、並且活用的「本質思考法」:</p> <p>STEP1: 建構模式——用一張圖來表現構成要素與關係</p> <p>STEP2: 解讀物力論——掌握模式隨著時間流逝會產生什麼變化</p> <p>STEP3: 尋找改變模式的策略——找到槓桿點</p> <p>STEP4: 採取行動,從實踐中得到回饋</p> <p>能幫助讀者在競爭激烈的商場上遇到難題時,不受表象迷惑,回歸本質,找到真正能解決問題的對策!</p>	

2			
書名	一小時學會 TED 故事文案力：為何他們一上台、po 臉書,就能讓產品暢銷?	北市圖索書號	496 2014
作者	生方正也；廖慧淑 譯		
出版者	大樂文化		
出版時間	2016 年 7 月 4 日		
作者簡介	<p>生方正也</p> <p>東京大學文學部畢業。曾在日產汽車（Nissan）負責零件製造商的經營分析與指導，在 William Manson Mercer（現在的 Mercer Japan）從事人事制度改革、組織變革等方面的企業諮詢工作。後來進入 GLOBIS，之後自行創業。現在則提供人力資源開發、組織變革相關的企業諮詢服務，指導思考力的強化，並從事寫作。</p> <p>廖慧淑</p> <p>東京外語專門學校日中翻譯科畢業。曾任財經雜誌記者、旅遊雜誌採訪編輯。目前為自由工作者，專職翻譯、口譯及採訪攝影。</p>		
內容簡介	<p>許多想改變世界的人，都曾參與在美國各地舉辦演講活動的「TED」。他們透過演講，傳達關於商業、設計、科學與 IT 等各領域的想法。過去，美國總統柯林頓、愛爾蘭搖滾樂團 U2 的主唱兼吉他手波諾等人都曾上台演講，此外，還有更多數不清的名人，也曾是台上嘉賓。</p> <p>這些演講者之所以具有卓越的溝通能力，祕訣之一就在於活用「策略故事」。</p> <p>在商業世界裡，經常需要介紹自己、商品與服務，或者是傳達策略和新企劃讓他人知道，各式各樣的情況都必須透過溝通來完成。</p> <p>溝通時，如果能活用「策略故事」，就能更接近並實現理想。本書將這種方式稱為「故事思考」。所謂故事思考，是指把身邊的題材與經驗放進故事裡，藉此將自己的想法傳達給對方。本書將針對故事思考的具體方法進行解說。</p>		