

<<竞争对手分析>>

图书基本信息

书名：<<竞争对手分析>>

13位ISBN编号：9787505842823

10位ISBN编号：750584282X

出版时间：2004-7

出版时间：经济科学出版社

作者：（美）赫西，（美）詹斯特 著；高文瑾 等译

页数：311

字数：240000

译者：高文瑾

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<竞争对手分析>>

内容概要

作为一名组织的领导者、企业的管理者，请您自问：我的组织能不能停止改进？

我的组织能不能停止学习？

我的组织能不能停止对市场地位的竞争？

《卓越经理人之竞争性管理技术丛书》将为您描绘一幅创新改造和业绩突破的宏伟蓝图。

本丛书是清华大学中国经济研究中心和经济科学出版社联手倾心打造的一套侧重管理实践技巧的精品图书。

本书从讨论竞争对手分析的理论基础开始，第二章着重从进攻和防守两个角度考察竞争战略的相关问题，特别强调了对于竞争对手的研究不能掉以轻心。

第三、四章主要介绍的是行业分析。

首先引入了行业分析的基本原则，而后详细阐述了如何运行这些概念解决实际问题。

第四章介绍了一种进行信息分析和信息沟通的工具，这在咨询业务中非常实用。

关键成功因素分析对研究企业自身和竞争对手都很重要，这些问题将在第五章详细讨论。

接下来的三章将关注的焦点从行业分析/竞争态势分析转移到竞争对手本身。

第九章是一个案例，详细介绍如何将行业分析方法运用于国家竞争力分析。

第十章非常重要，也更加贴近实务，这一章详细阐述如何搭建竞争对手分析的框架，以及在实操层面如何具体执行竞争对手分析。

最后三章是案例研究，旨在说明如何将本。

<<竞争对手分析>>

书籍目录

序关于作者1 竞争对手分析基础 “关键是你怎么看” 分析的核心 当前影响竞争的潮流 学术方面 结论2 进攻、防御或联盟 寻求竞争优势 进攻不是一切 威慑战略 进攻战略 正面进攻 侧面进攻 包围 抗乱战术 防御战略3 行业分析：理解竞争环境的关键 行业分析的重要性 行业分析的概念 影响竞争地位的因素 行业和外部商业环境 生命周期与行业 什么是“行业” 4 行业分析的实际应用 起始阶段 从大量信息中找到有用的东西 绘制战略集团图 采用动态的观点.....5 在计划中使用关键成功因素法6 了解竞争对手：分析方法7 竞争对手分析的信息来源8 进行竞争对手分析：一个典型案例9 国家竞争力评估：以欧洲为例10 如何组织竞争对的分析11 欧洲葡萄酒行业12 世界调味品行业13 西欧汽车租赁业

<<竞争对手分析>>

编辑推荐

《卓越经理人之竞争管理技术丛书》将为您描绘一幅创新改造和业绩突破的宏伟蓝图。

该丛书是清华大学中国经济研究中心和经济科学出版社联手倾心打造的一套侧重管理实践技巧的精品图书，由相关专业领域内国际一流作者撰写、精选大众熟知的一流公司的真实案例，紧扣管理的核心要素——组织、人和盈余、聚信于中国新兴组织和公司的管理者最为关注的创新、高效成功等管理精要，专门为企业中高层领导定身度做的实用工具书。

<<竞争对手分析>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>