第一图书网, tushu007.com

<<市场情报>>

图书基本信息

书名：<<市场情报>>

13位ISBN编号：9787547601518

10位ISBN编号：7547601510

出版时间：2010年4月

出版时间：上海远东出版社

作者：(丹麦)言培文,(瑞典)克劳斯·索尔伯格·索伦

页数：198

字数：227000

译者：吴晓真

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

内容概要

本书梳理了战略决策时所需的情报分析中最为重要的工具和概念，有助于建立战略视角。
两位作者不但着眼于竞争对手，而且还关注顾客、供应商和其他一系列利益相关者。
　本书为经理人提供了有助于市场情报和分析的概念、工具和创意。
除此之外，还向读者介绍了一些用于分析组织所在的宏观和微观环境因素的工具，有助于读者更好地预测未来、作出更好的决定。
　目前，各类研究人员纷纷投身于竞争情报研究。
研究受益者包括全国、地区和地方层面的政治决策者(公共情报)、军方(军事情报)、非营利组织(NPO情报)和私营企业(私有情报)。
然而，尽管这些研究领域有许多共通之处，研究者之间的交流却很少。
本书作者高屋建瓴，博览各领域的文献并付之实践。
他们的洞察力对管理思维大有裨益。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

言培文（Per V.Jenster），战略管理学教授。
过去10年以来，言培文博士一直在丹麦哥本哈根商学院担任国际营销与战略学教授和分管MBA课程的副院长。
在瑞士还成立了国际管理和产业发展中心。
曾在中欧国际工商学院任教，目前为该校的客座教授。
专业方向为国际商务营销和战略领导力培养。
在多个行业广泛从事战略管理、营销策划、竞争分析和成本评估等领域的高级管理咨询，发表和出版的文章、案例和专著达90多种。

克劳斯·索尔伯格·索伦，瑞典布京理工学院助理教授，主讲商业和竞争情报课程。
在德国莱比锡大学获得博士学位，并撰写了有关工业谍报活动的著作。
投身学术界前，曾在美国、法国和北欧诸国工作。
在商业和竞争情报领域发表了诸多论著，如《私有和公共情报概述——瑞典竞争情报流派》（Introduction to Private and Public Intefligence-The Swedish School 0r Competitve Intelligence，2005）。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

前言第一章 整合情报分析的基础第二章 制定战略以获得竞争优势第三章 行业分析：理解竞争形势的关键第四章 企业分析：评估竞争适应性第五章 情报分析第六章 构建高效能的商业情报体系：技术和组织结构第七章 市场营销情报第八章 情报分析中的战略视角第九章 收集信息和情报伦理学

章节摘录

第一章 整合情报分析的基础　　有一次，在同一群来自某大型跨国企业的管理者进行有关竞争分析的讨论时，我们联想到了六个盲人摸大象的古老寓言。
每一个盲人都试图从自己的角度来描述他对所遭遇的事物的感知：摸到大象腿的人认为这是高楼大厦的一根柱子；摸到象鼻子的人认为这是一条游动的蛇，等等。
在我们的讨论中，一位销售经理描述了一个追踪某产品线各竞争对手的价格的系统；一位市场营销经理谈到了对不同竞争对手的品牌定位的比较；生产部门试图以竞争对手生产基地的成本为标杆；研发负责人描述了各竞争对手的技术路径；几位企业总部的职员讲述了企业如何追踪竞争对手的收购路径，以便评估对方逐渐成形的市场定位和能力。
问题在于，所有这些经理们都在讨论某种形式的竞争分析，却用竞争分析这一字眼来传递截然不同的信息。
学术理论界也同样存在这种共同语言的缺失。
为了帮助管理者理解竞争现象，学术界已经作了相当多的研究。
问题在于，这些研究成果散布在多个独立研究体中。
有关竞争优势的文献始于亚当·斯密（Adam Smith），然后曲曲折折地传到了迈克尔·波特（MichelPorter）和他的许多同时代研究者笔下。
如今，许多研究社团都致力于情报研究。
他们把为政府在全国、地区和地方层面所做的情报研究（公共情报）、为非营利组织所做的情报研究（非营利组织情报），以及为私营企业所做的情报研究（私企情报）区别开来。
而事实上，这几种情报研究有许多共通之处，首先就是它们都使用了相同的工作方法论。

编辑推荐

《市场情报：培养战略的视角》共分九章。
《市场情报：培养战略的视角》开篇就探讨了竞争和情报分析的理论基础。
第二章讨论进攻性和防御性两种竞争战略的相关议题。
第三章、第四章讲的是行业和企业分析。
这两章均从基本概念入手，然后展开到如何在企业环境中实际运用这些概念。
第四章中有一系列供分析、传播信息之用的工具。
实践证明，这些工具在咨询项目中特别有用。
关键成功因素（KFS）在企业自我分析和竞争对手分析中都很重要。
第五章详细讨论了这一概念，并且介绍了其他一些分析工具。
第六章的重点是如何建立高效能的商业情报体系。
第七章强调情报在组织中的作用。
第八章讨论商业情报体系。
第九章讲述情报工作必须考虑的伦理学因素，这在情报分析培训中是不可或缺的。

第一图书网, tushu007.com

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