

<<商业竞争对手的情报收集分析评估>>

图书基本信息

书名：<<商业竞争对手的情报收集分析评估>>

13位ISBN编号：9787801812926

10位ISBN编号：7801812921

出版时间：2005-5

出版时间：北京中商图出版物发行有限责任公司

作者：克里斯·韦斯特

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>

## <<商业竞争对手的情报收集分析评估>>

### 内容概要

俗话说，商场如战场。

由于竞争激烈，商人也如同军人一样需要有情报意识。

本书介绍的就是有关商业信息知识，俗称情报。

它将教你如何收集、分析、研究商业情报，如何控制情报收集过程，如何区别迷惑和虚假信息，如何进行反情报，又如何规避在收集、处理情报过程中所遇到的法律和道德规范问题等。

## 书籍目录

前言 1第一章 竞争 I 事实垄断 3 竞争的定义 5 公司在哪些方面展开竞争? 6 市场营销和竞争战略 7 竞争环境 9 公司的竞争机制 10 规模 II第二章 情报 13 情报的应用 14 值得关注的公司 15 缩小范围 18 情报收集技术的替代应用 20 获取情报的其他途径 22第三章 竞争情报的发展 25 竞争情报作为正式行为的发展 26 影响竞争情报增长的因素 29 约束竞争情报发展的因素 32 第四章 竞争分析框架 34 描绘竞争图景 35 行为和变化的驱动 39 道德规范 174 保密 175 利益冲突 175 市场研究和竞争情报道德 176 交付 177 制裁 178 地区差异 178 情报类型 42 关键情报主题 44 情报收集和呈现格式 45 时间维度 48第五章 情报来源概览 50 初级和二级来源 50 使用方法的决定因素 52第六章 二级情报来源 56 内部情报来源 56 外部二级来源 59 定位外部二级情报 71第七章 互联网上的情报 75 搜索引擎和网络搜索器 76 网络上的情报内容 77 捷径 85 讨论论坛 86 新闻组(或者是公告牌) 87 监控互联网 87第八章 初级情报收集技术 89 内部初级来源 89 外部初级情报 95 直接从竞争对手处获得情报 103 初级情报的消亡? 112第九章 作为竞争情报来源的市场研究 113 市场研究和竞争情报 113 作为情报来源的顾客 114 为了获取情报进行市场调查 114第十章 分析——填补缺口和扩充数据 120 在不完整的图画中填补缺口 122 扩展了解的深度 123 环境分析 127第十一章 情报验证 128 已出版情报的验证 128 初级情报的验证 132 合理性检验 135第十二章 竞争情报资源 136 内部资源或外部机构 136 内部竞争情报组织 138 竞争情报人员 140 确定潜在的外部提供商 142 评估竞争情报机构的适合性 143 编制候选名单 149 批准的合作研究机构 149 建议书 150 评估可选择的其他建议 151 建议书提交方式 153 谈判 153第十三章 情报简介 154 简介文件 154 简介会 161第十四章 控制情报收集过程 163 项目简介或者“开工”会议 164 审核讨论指引 166 进度报告 167 审核信息产出 167 对结果的最终审核 168第十五章 法律因素和道德规范 169 刑法 170 版权法 171 反托拉斯法案 171 经济间谍法案 171 数据资料保护立法 172第十六章 情报处理和分配 180 书面报告 181 会议和其他论坛 181 电子邮件 182 公司内部局域网 182 管理信息系统 183 知识管理系统 185 量身定做的竞争情报系统 187 访问竞争情报 189第十七章 衡量竞争情报的效用 191 所提供情报的质量 192 竞争情报所作的用途 192 情报文化的形成 193 事件分析 193 市场份额 194第十八章 反情报 195 反情报行动的结构 197 反情报计划的责任分配 198 确定威胁的潜在来源 201 确定搜寻情报的方式 203 识别和评估薄弱环节 205 分类信息 211 减少情报被获取的机会 214 反情报系统测试 223 威胁监控 224 公开采取法律行动的意愿 225 执行 226第十九章 迷惑和虚假信息 229 所掌握的公司情报 230 沟通渠道 231 信息内部来源 231 迷惑类型 232 道德因素 235 宣传 235附录：竞争情报清单 237

章节摘录

书摘像审美一样，对于道德也是仁者见仁，智者见智。

从全球范围来看，以某些国家的道德标准看来显然不能接受的行为在其他国家可能被视为正常的行为。

在世界上的大部分地区，以现金及其等价物支付信息、商业以及政治利益是完全正常的商业行为，但是在欧洲和北美却是不能接受的。

一些政府允许他们的安全部门去收集商业情报，然后分发给各公司，但是其他政府认为这是对公众资助来源的不道德使用。

于是跨国公司陷入了一个困境，即他们是应该在所有操作中遵守全球标准，还是根据当地标准工作。毫无疑问，说服本地员工孤掌难鸣地与地方抗衡是一个问题，但更大的问题在于如果本地操作被置于国际环境下，就会证明跨国公司的不道德行为。

不论如何解释，对从未在欧洲和北美以外工作过的旁观者来说，都是不能令人信服的。

P178

### 编辑推荐

俗话说，商场如战场。

由于竞争激烈，商人也如同军人一样需要有情报意识。

本书介绍的就是有关商业信息知识，俗称情报。

它将教你如何收集、分析、研究商业情报，如何控制情报收集过程，如何区别迷惑和虚假信息，如何进行反情报，又如何规避在收集、处理情报过程中所遇到的法律和道德规范问题等。

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>