第一图书网, tushu007.com

# <<竞争情报的理论与实践>>

## 图书基本信息

书名：<<竞争情报的理论与实践>>

13位ISBN编号：9787030200587

10位ISBN编号：7030200586

出版时间：2008-3

出版时间：科学

作者：沈固朝

页数：708

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

# <<竞争情报的理论与实践>>

## 内容概要

本书系统地介绍了竞争情报的研究内容、工作方式和相关的应用理论，包括：竞争的涵义、特点、功能、活动现状和发展趋势；竞争情报的业务规划；各种竞争性信息的搜集；信息源在文献、网络、人际关系中的分布以及第二代网络及其工具在信息搜集中的作用；实物信息的搜集方法；竞争性信息的整理、甄别与评价。
书中对竞争情报的分析方法分别从常用的经济、商务、情报分析的角度进行了介绍，尤其对不完全信息条件下的各种情报分析方法做了重点论述，对于竞争情报系统的建立、服务工作的开展、有关的法律和伦理问题、反竞争情报等也作了详细阐述，对于指导竞争情报实践和研究的基本理论做了探索。
　本书可作为从事工商企业管理、信息管理等工作相关研究人员的参考书，也可作为高校经济类、商务类、管理类、信息类等专业的研究生和本科生的教学参考用书。

## 作者简介

沈固朝，男，1953年5月生于上海。
南京大学信息管理系情报学教授、博士生导师。
1986年毕业于美国纽约州立大学，获硕士学位；1997毕业于南京大学，获博士学位。
现任南京大学信息管理系主任，中国科技情报学会常务理事。
主要从事信息检索、用户研究、竞争情报等领域的教学和科研工作。
出版《市场信息的搜集与利用》、《信息检索(多媒体)教程》、《网络信息检索》等独著、参著、参译书10余种。
2000年以来在电信、航空、冶金等5个行业主持过竞争情报分析与运用、电信新业务跟踪等竞争情报项目，提交咨询报告45份，参加全国性企业情报业务培训50余场次。

## 书籍目录

前言1　竞争与竞争情报 1.1　竞争概述　1.1.1　竞争的涵义　1.1.2　竞争者　1.1.3　核心竞争力　1.1.4　竞争战略 1.2　竞争情报　1.2.1　数据、信息、情报与知识　1.2.2　竞争情报的涵义　1.2.3　竞争情报的特点　1.2.4　竞争情报的功能和作用　1.2.5　竞争情报的主要研究内容 1.3 国内外竞争情报活动的现状与趋势　1.3.1 国外竞争情报活动的历史与现状　1.3.2　国内竞争情报活动的现状 参考文献2　竞争情报业务规划 2.1　规划定向与需求评估　2.1.1　业务流程及其所需时间　2.1.2　需求的了解　2.1.3　需求与情报意识的培训　2.1.4　需求与反馈　2.1.5　关键情报课题 2.2　挑选竞争对象　2.2.1　确定当前竞争者　2.2.2　辨识市场进入者　2.2.3　竞争对手的确认：好的竞争者和坏的竞争者 2.3　信息搜集内容　2.3.1　特定任务的竞争情报项目　2.3.2　作为竞争情报基本建设的信息搜集 2.4　信息源的分类与选择　2.4.1　按信息的来源分类　2.4.2　按载体及其使用目的划分　2.4.3　按信息加工层次划分　2.4.4　信息源选择的影响因素 2.5　信息搜集方式　2.5.1　文献信息的搜集　2.5.2　实物信息的搜集　2.5.3　视觉信息的搜集　2.5.4　言语信息的搜集　2.5.5　网络信息的搜集 2.6　竞争情报获取的原则和策略　2.6.1　连续性——实行情报跟踪的“影子战略”　2.6.2　系统性——信息拼图的核心原则　2.6.3　选用恰当的信息搜集方法　2.6.4　注意服务资源的利用 参考文献3　文献中的竞争性信息 3.1　内部初始文献　3.1.1　各种档案　3.1.2　报表和会计账　3.1.3　客户资料和职员档案　3.1.4　内部会议记录　3.2　内部再生文献　3.2.1　产品文献　3.2.2　公司宣传材料　3.2.3　公司图书馆文献　3.2.4　市场研究报告　3.2.5　公司发布的新闻、消息 3.3　外部初始文献　3.3.1　访谈录　3.3.2　一广告 3.4　外部再生文献（公开出版物）　3.4.1 图书　3.4.2　期刊　3.4.3　报纸　3.4.4　政府统计数据和报告　3.4.5　专利文献　3.4.6　标准　3.4.7　专业/行业出版物　3.4.8　产品样本　……4　竞争情报的网络信息源5　人际信息源、实物信息源及会展信息源6　竞争性信息的甄别与评价7　常用的经济、商务分析方法8　主要的竞争情报研究方法9　不完全信息的情报分析10　企业竞争情报系统11　竞争情报产品及服务12　竞争情报工作中的法律与伦理问题13　反竞争情报14　关于竞争情报研究的基础理论主要参考图书目录

## 章节摘录

前言1　竞争与竞争情报1.1　竞争概述1.1.1　竞争的涵义竞争(competition)是一种为利益的争夺，它广泛地存在于自然界和人类社会中。
“ 物竞天择，适者生存 ”是竞争的基本法则；普遍性和排他性是竞争的基本属性；优胜劣汰是竞争的必然规律；激发最大的努力、调节供求关系、推动财富增长是竞争在商业经济领域发挥的主要作用；竞争目标、竞争场所和竞争者构成竞争的三大要素。
各个学科对竞争的诠释不完全一样。
从生态学的角度看，竞争是生活在一个群落中的同种或异种生物体在分享同一资源时所展开的利己的争夺行为。
在经济学上，竞争被解释为商品生产者为争取有利的产销条件和投资场所而进行的斗争。
物种演进史和社会发展史都体现了竞争的历史，正是竞争促进了生物体的进化，促进了生产力的不断提高和社会的不断进步，因为作为一种自发的经济强制力量，竞争迫使生产同一商品、从事同一服务的不同企业努力改进技术，改善经营管理，降低成本，提高劳动生产率。
市场经济的实质就是竞争机制，因此，传统的竞争理论都集中于如何取得竞争优势。
从决策、手段到信息的收集，都围绕如何击败对手、攫取市场份额、获得品牌优势、控制供应商、紧紧抓住顾客等。
Coopers&Lybrand公司l996年通过对CE0的调研得出的结论所指出，80%以上的CE0认为定价改变、新产品发布和企业战略的改变是最为关键、最有价值的竞争对手信息(图1．1) (Vine，2000)。
所谓“ 商场如战场 ”，即使不是“ 你死我活 ”，也要“ 活得比你好 ”，这说明商业竞争现象是符合竞争的根本规律的。
根据竞争排斥原理(Principle of compet—itive exclusion)，两个物种的需求愈是相近，．它们共存于同一地段的可能性愈小，除非其行为方式(摄食方式、营巢习性或活动期)上有区别。
竞争的状态随着竞争程度的不断升级而成为激烈竞争，并可能引向恶意竞争。
恶意竞争已经成为市场竞争中一种常态，而有深远谋略的恶意竞争和恶意阻击往往能给企业造成重大损失(林景新，2005)，这类例子在激烈竞争时代已经司空见惯。

## 编辑推荐

《竞争情报的理论与实践》可作为从事工商企业管理、信息管理等工作相关研究人员的参考书，也可作为高校经济类、商务类、管理类、信息类等专业的研究生和本科生的教学参考用书。

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