

<<竞争情报理论与方法>>

图书基本信息

书名：<<竞争情报理论与方法>>

13位ISBN编号：9787302199045

10位ISBN编号：7302199043

出版时间：2009-6

出版时间：清华大学

作者：司有和

页数：349

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>

<<竞争情报理论与方法>>

前言

本书是一本关于竞争情报基础知识和方法的教材。

它是根据本人在重庆大学连续7年讲授本科“竞争性情报”课程，3年讲授硕士研究生“竞争情报理论与方法”课程和MBA专业研究生“竞争情报分析”课程及其讲义《竞争性情报纲要》、《竞争情报理论与方法》，经整理、充实、提高，编撰而成的。

当今世界是激烈竞争的世界。

在竞争的机制下，企业与企业之间的关联性增强，而且顾客要货比三家。

因此，你的产品功能好不好，并不取决于你的产品本身，而是取决于市场上其他同类产品的功能；一家航空公司的机票价位高不高，不在于它票价的绝对值，而取决于其他航空公司的票价；你的服务质量好不好，不在于你做了哪些，而在于你的竞争对手的服务质量。

所以，过去那种对竞争对手只是非正式地、简单随意地进行分析已经不行了，而是需要对竞争对手、竞争环境和自身的竞争策略进行系统的、科学的了解和分析。

这就是企业竞争情报诞生的原因。

竞争情报（Competitive Intelligence），又译作竞争性情报，是关于竞争环境、竞争对手、自身竞争策略的信息产品和研究过程，是为了提高竞争力而进行的合法的专门情报活动。

竞争情报的成果，可以为组织决策提供依据，成为组织的预警系统，还可以成为组织学习的工具。

竞争情报发端于20世纪60年代末，成熟于80年代中期。

现在被广泛地应用于个人之间、企业之间、非营利组织之间，乃至各个国家之间的竞争活动，应用于企业的竞争情报则称为企业竞争情报。

竞争情报作为一门学科诞生之后很快就被引入我国，先是在科研机构、高等学校落脚，后来在大中型企业逐步推开。

<<竞争情报理论与方法>>

内容概要

本书是关于竞争情报基础知识和方法的教材和专著，提出了一个全新的竞争情报学科体系。

全书共计8章，第1章概述介绍竞争情报、竞争情报工作的基本概念及其产生与发展。

第2章竞争情报的搜集，介绍竞争情报搜集意识和搜集程序、要求、方法。

第3章竞争情报工作的内容，阐述分析竞争环境、研究竞争对手和竞争战略管理三方面内容。

第4章和第5章竞争情报分析方法，介绍6大类竞争情报方法。

第6章反竞争情报，阐述反竞争情报的概念、竞争情报的法律道德规范以及竞争情报的保护。

第7章竞争情报系统的开发与管理，介绍竞争情报系统的结构、开发和管理等内容。

第8章情报管理者的自我提高，论证了竞争情报人员的素质、修养和能力的构成以及自我提高的方法。

本书可供大专院校情报类、经济类、管理类专业的本科生和研究生作为学习竞争情报知识的教材，可供各类企业、政府部门或社会团体做人力资源培训的教材，也可供本科生、研究生和在职人员自学。

<<竞争情报理论与方法>>

作者简介

司有和，男，1945年6月生，安徽人，教授，博士生导师。

1969年毕业于中国科学技术大学。

1987年中国科技大学科技情报系恢复招生时任该系副主任，后担任中国科技大学学术委员会委员。

1993年起享受国务院颁发的政府特殊津贴。

1996年被评为中国科学院优秀研究生导师。

1998年调重庆大学，曾任重庆大学工商管理学院副院长。

长期从事信息管理、企业竞争情报的教学和科研工作，招收竞争情报研究方向的博士生、硕士生，现为重庆市情报学科学术带头人之一。

专著《科技写作简明教程》1986年获安徽省社会科学研究成果二等奖，1990年获中国写作学会优秀科研成果一等奖；《科技编辑学通论》1997年获华东地区大学出版社优秀学术专著一等奖，《中华人民共和国科技传播史》2005年获重庆市社会科学研究成果三等奖。

还著有《企业信息管理学》、《信息传播学》（“十一五”国家级规划教材）、《现代管理概论》、《科技写作学》、《信息产业学》等30余种教材，发表论文200余篇。

曾主持国家社科基金课题、联合国开发计划署课题和重庆市信息产业基金课题等。

<<竞争情报理论与方法>>

书籍目录

第1章 竞争情报概述 1.1 企业竞争的基本概念 1.1.1 竞争的含义及其类别 1.1.2 企业竞争的含义及其特征 1.1.3 企业竞争力及其构成 1.2 竞争情报的基本概念 1.2.1 竞争情报的内涵 1.2.2 竞争情报的类型和特征 1.3 竞争情报工作 1.3.1 竞争情报工作的内容与程序 1.3.2 竞争情报工作与企业信息管理的关系 1.3.3 竞争情报工作与企业信息化的关系 1.3.4 竞争情报工作与市场情报、技术情报工作的关系 1.4 竞争情报的产生与发展 1.4.1 竞争情报活动的产生 1.4.2 西方主要国家的竞争情报工作 1.4.3 我国竞争情报工作的发展 案例分析 思考与练习第2章 竞争情报的搜集 2.1 竞争情报源 2.1.1 竞争情报源的含义和特点 2.1.2 竞争情报源的类型 2.1.3 竞争情报源的应用 2.2 竞争情报搜集的程序和要求 2.2.1 竞争情报搜集的一般程序 2.2.2 竞争情报搜集的方式和要求 2.2.3 竞争情报搜集成本的分析 2.3 竞争情报的搜集意识和方法 2.3.1 确立搜集意识的意义大于掌握搜集方法 2.3.2 竞争情报搜集意识的内容 2.3.3 竞争情报搜集方法的内容 案例分析-1 案例分析-2 思考与练习第3章 竞争情报工作的内容 3.1 分析和监视企业竞争环境 3.1.1 企业竞争环境概述 3.1.2 竞争环境分析的内容 3.1.3 竞争环境监视的内容 3.2 研究企业竞争对手 3.2.1 企业竞争对手的含义与类型 3.2.2 竞争对手的识别和确认 3.2.3 竞争对手的分析 3.3 企业竞争战略管理 3.3.1 企业竞争战略管理的含义 3.3.2 企业竞争战略管理的内容 案例分析-1 案例分析-2 思考与练习第4章 竞争情报分析的方法(上) 4.1 专利分析法 4.1.1 专利情报分析概述 4.1.2 专利原文分析法 4.1.3 专利引文分析法 4.1.4 专利统计分析法 4.1.5 专利地图分析法 4.2 专家分析法 4.2.1 头脑风暴法第5章 竞争情报分析的方法(下)第6章 反竞争情报第7章 竞争情报系统的开发与管理第8章 情报管理者的自我提高参考文献

<<竞争情报理论与方法>>

章节摘录

插图：第1章 竞争情报概述1.1 企业竞争的基本概念1.1.1 竞争的含义及其类别1.竞争的含义在古汉语里，有“并逐曰竞，对辩曰争”的说法。

现代意义的“竞争”，仍旧具备这个含义，指的是两方或两方以上的个人、企业或组织在一定范围内为了夺取他们所共同需要的对象而展开较量的过程。

竞争包括三大要素：竞争者、竞争目标、竞争场。

竞争者是竞争的主体，即参与竞争的个人、企业或组织。

因为竞争主体包括竞争者和竞争对手，所以竞争主体的数量至少应该是两个或两个以上。

竞争目标是竞争的客体，是竞争双方都需要的利益或资源。

竞争场则是竞争者的活动场所。

比如，经济竞争的市场、政治竞争的官场、体育竞争的运动场、军事竞争的战场等。

离开了竞争者就不存在竞争目标和竞争场。

当然，没有竞争目标和竞争场，竞争也不会产生。

所以，三者相互依存、相互制约。

竞争是优胜劣汰自然规律的具体体现，是人与人之间争优劣、比高下、求胜负的角逐和较量，广泛存在于政治、经济、文化、科学和体育等各个领域。

我们把存在于经济领域的竞争称为经济竞争。

经济竞争是市场参与者为了维护自身经济利益而采取的各种行为的总和。

<<竞争情报理论与方法>>

编辑推荐

《竞争情报理论与方法》由清华大学出版社出版。

<<竞争情报理论与方法>>

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>