

<<信息分析和竞争情报案例>>

图书基本信息

书名：<<信息分析和竞争情报案例>>

13位ISBN编号：9787302267638

10位ISBN编号：7302267634

出版时间：2012-7

出版时间：清华大学出版社

作者：包昌火 等编

页数：900

字数：1441000

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>

<<信息分析和竞争情报案例>>

内容概要

《信息分析和竞争情报案例/信息分析丛书/软科学研究方法系列》编著者包昌火等。

《信息分析和竞争情报案例/信息分析丛书/软科学研究方法系列》内容提要：本书采取征集和采集相结合，汇集了20世纪90年代以来我国情报学、管理学、软科学和调查业等领域内关于信息分析的案例，并以经济学、系统学、计量学、社会学和统计学相分类，总计34小类，共123个案例，几乎囊括了信息分析的主要方法，是迄今为止关于信息分析案例的集大成者，为读者提供了丰富多彩的分析方法和比较选择的余地。

本书还对5大类

34小类的分析方法从定义、发展、流程和应用4个方面进行了深入浅出的概括，形成了关于信息分析方法的简明词条，成为本书的一大亮点。

本书可供高等院校师生教学和参考之用。

同时，也可供企业界、情报界、咨询界、教育界的信息分析、竞争情报、信息管理、知识管理、战略管理和软科学研究从业者学习使用。

<<信息分析和竞争情报案例>>

作者简介

包昌火，中国兵器工业集团第210研究所研究员，1963年毕业于北京大学化学系，主要从事国防科技和情报研究的关键技术和发展战略研究，是我国情报研究方法论建设和竞争情报应用的主要倡导者之一。

曾获国家级和部委级科技进步奖14项，主编《情报研究方法论》和《竞争情报丛书》，前者获全国优秀科技图书二等奖。

享受国务院特殊津贴。

历任中国科技情报学会竞争情报分会理事长、名誉理事长，北京科技咨询业协会监事长，北京华门策略顾问有限责任公司董事长，北京城市学院竞争情报研究所顾问等职。

谢新洲，北京大学新闻与传播学院副院长兼北京大学中国竞争情报和竞争力研究中心主任，教授、博士、博士生导师。

主要从事信息系统与信息咨询服务、电子出版技术与网络信息传播研究。

曾获部委级科技进步奖和国家教委优秀教材奖多项，多次主持国家自然科学基金项目和部委级项目的研究。

主编《现代信息管理》、《网络传播》等丛书3套。

出版学术专著与教材多部。

<<信息分析和竞争情报案例>>

书籍目录

第1章 经济学方法

案例1-1 竞争情报战略--评美国企业的竞争情报活动

案例1-2 竞争情报与知识管理的整合：壳牌国际服务公司的个案研究

案例1-3 IBM企业竞争情报的功能

案例1-4 走特色性的竞争情报研究之路--宝钢技术中心情报所竞争情报工作实践

案例1-5 首钢竞争情报战略分析系统的应用--首钢中厚板产品竞争力分析探索

案例1-6 企业竞争情报咨询活动案例分析

1.2 竞争力评价

案例1-7 我国18个城市科技竞争力的比较和分析

案例1-8 中国经济类报纸竞争力研究

案例1-9 A公司的竞争力分析

案例1-10 基于价值和公开信息的上市公司竞争力研究

案例1-11 中国企业竞争力报告(2003)

案例1-12 基于神经网络的企业竞争对手分析

1.3 竞争态势分析

案例1-13 论swOT分析方法在竞争情报实践中的应用

案例1-14 SW()T分析与“赛特”之成功

案例1-15 冷冻调理食品行业企业竞争情报应用实例分析

案例1-16 我国出版业的SWOT分析

案例1-17 天津市高等院校发展战略的SWOT分析

1.4 定标比超分析

案例1-18 论定标比超分析法及其在政府竞争实践中的运用

案例1-19 定标比超分析法在高校战略管理中的应用研究

1.5 价值链分析

案例1-20 价值链分析方法在行业研究中的应用

案例1-21 区域中小企业行业(或产业)发展的价值链应用研究

1.6 情景分析

案例1-22 情景分析法在赣江流域水污染控制规划中的应用

案例1-23 情景分析法在物流园区需求预测中的应用

案例1-24 用排放情景分析系统研究北京市机动车污染问题

1.7 5种力量产业模型

案例1-25 用收视率分析电视媒体竞争态势与策略

案例1-26 AB公司信息时代的企业战略

案例1-27 中国电信业的产业情景和竞争战略分析

1.8 竞争对手分析模型

案例1-28 竞争对手分析研究--非常可乐挑战可口可乐个案分析

案例1-29 竞争对手分析模型在疏浚施工企业中的应用

1.9 博弈分析

案例1-30我国证券市场内幕消息获取与利用中的信息博弈

案例1-31我国国有企业员工离职问题的博弈分析

1.10 投入产出分析

案例1-32 国家科学技术投入与产出评价

1.11 技术经济分析

案例1-33 技术经济分析在制定工艺方案中的应用实例

案例1-34 企业信息化对经济增长贡献的实证研究

<<信息分析和竞争情报案例>>

1.12 数据包络分析

案例1-35 基于DEA的我国股份制商业银行竞争力分析

第2章 系统学方法

第3章 计量学方法

第4章 社会学方法

第5章 统计学方法

<<信息分析和竞争情报案例>>

章节摘录

版权页：插图：4.技术培训战略 外国大型疏浚施工公司普遍建立了技术培训中心，配有先进的模拟器，使培训人员在学习有关理论知识的同时，还能身临其境地体验现场操作的感觉。

培训教员可以通过模拟器，给受训人员模拟出各种工况，让他们运用所学知识，独立操作，提高他们的专业技能。

拥有精湛业技能的员工，有效地保证了施工的质量、效率和进度。

5.质量信誉战略 企业要立足于长期、持续的发展，必须把质量和信誉放在第一位。

信誉是合作的基础，质量是发展的保证。

西欧各大疏浚公司在管理上都把质量、信誉和安全作为头等大事来抓，均已通过了ISO9001认证。

如Van Oord公司的研发部门在设计船舶和实施方案的全过程中对所遇到的海洋工程问题为客户提供全面的解决方案，极大程度地提高了顾客的忠诚度。

6.本地化市场战略 西欧许多疏浚公司采取了本地化市场战略，Boskalis公司是其中的典型。

Boskalis推行本地化市场战略已有很多年，其优势在于能为公司拓展业务提供稳定的项目和机会，因为本地市场对它意味着是能够永久参与施工并从中获得商业利益的场所。

本地化市场机构拥有自己本地的营销组织，同时拥有自己的疏浚船队和基础设施。

在需要的时候，公司可获得遍及全球的Boskalis机构的财务和技术支持。

Boskalis现有十个本地化市场，这些市场的营业额占集团的60%。

本地化市场奠定了Boskalis集团稳固、健康的发展基石。

7.多元化战略 国外大型疏浚施工企业采取的多元化的市场战略表现为它们在做好疏浚和吹填等传统项目的同时，积极开展海底铺管、海洋污染物处理等相关业务。

例如DEME公司2003年的营业额中有70%来自疏浚和吹填工程，而30%来自环保相关项目。

多元化的市场运作，不仅能带来新的利润增长点，而且能平衡各市场单元的不均衡发展，从而分散总体市场风险，提高企业抵御风险的能力，确保企业长远、稳定的发展。

8.中国市场拓展战略 在做好本国市场的同时，国外各大公司在国际疏浚市场上积极寻找自己的份额，尤其瞄准了建设需求存在缺口的中国疏浚市场。

制定中国市场拓展战略对于一直都非常关注中国庞大的疏浚工程建设市场的外国大型疏浚公司来说，特别是在中国疏浚建设市场快速发展而国际疏浚建设市场不太景气的现阶段，确实是明智之举。

但是根据企业自身情况，国外浚施工企业的中国市场拓展战略目标又不尽相同。

如Boskalis公司一直认为它是国际市场的领袖，所以它制定的中国市场拓展战略目标是占领中国市场。

而与天津港务集团公司成功合作的Jan De Nul公司则有不同的中国战略，即补充与合作。

因为该公司认为其优势在于拥有先进疏浚设备，这些设备能完成中国施工公司所不能完成的项目。

<<信息分析和竞争情报案例>>

编辑推荐

《信息分析和竞争情报案例》可供高等院校师生教学和参考之用。同时，也可供企业界、情报界、咨询界、教育界的信息分析、竞争情报、信息管理、知识管理、战略管理和软科学研究从业者学习使用。

<<信息分析和竞争情报案例>>

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>