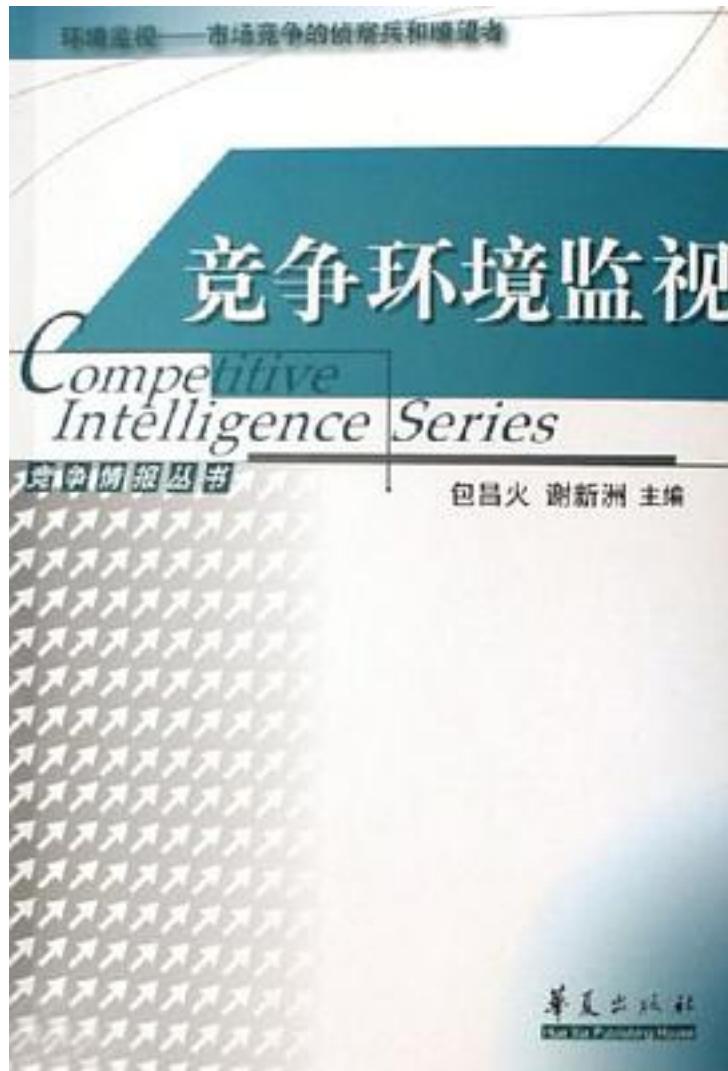


竞争环境监视



[竞争环境监视 下载链接1](#)

著者:陶翔

出版者:华夏

出版时间:2006-9

装帧:

isbn:9787508040813

第一章 引论

1.1概述

1.1.1竞争环境监视产生的时代背景

1.1.2竞争环境监视的概念及特征

1.1.3环境监视的早期研究

1.2环境监视模式

1.2.1微观模式(基本流程)

1.2.2宏观模式(演变规律)

1.3环境系统的构建与不确定性的识别

1.3.1对环境的基本认识

1.3.2环境系统的构建

1.3.3环境不确定性的识别

1.4基于复杂环境系统研究的方法论

1.4.1传统研究方法论的特点及局限性

1.4.2现代系统科学方法论的诞生与发展

1.4.3对当前复杂系统研究方法论的透视

1.5竞争环境监视理论的新发展

1.5.1经典竞争环境监视理论

1.5.2现代竞争环境监视理论

1.5.3新竞争环境监视理论

1.5.4竞争环境监视理论的发展趋势

第二章 宏观环境研究

2.1PEST框架分析

2.1.1政治法律环境

2.1.2经济人口环境

2.1.3技术自然环境

2.1.4社会文化环境

2.1.5关键环境因素评估(机会／威胁分析)

2.1.6案例演示

2.2情景分析

2.2.1情景分析概述

2.2.2情景分析实施

2.2.3案例演示

2.3内容分析

2.3.1内容分析概述

2.3.2内容分析实施

2.3.3案例演示

第三章 景气监测预警技术

3.1景气监测预警体系的发展历程

3.1.1早期研究阶段

3.1.2新一轮研究阶段

3.1.3成熟应用阶段

3.1.4拓展延伸阶段

3.2景气分析法

3.2.1基本理论

3.2.2研究方法

3.2.3国内外应用

3.2.4案例演示

3.3预警技术

3.3.1预警的基本概念

3.3.2预警系统

3.3.3宏观经济预警

3.3.4行业预警

3.3.5企业预警

第四章 行业环境研究

4.1行业概貌分析

4.1.1行业基本特征分析

4.1.2行业环境评估

4.1.3行业生命周期分析

4.1.4行业领域选择

4.2行业竞争分析

4.2.1竞争结构分析

4.2.2竞争定位分析

4.2.3竞争对手分析

4.3行业标杆分析

4.3.1标杆分析法的原理

4.3.2价值链比照分析

4.3.3关键成功因素比照分析

4.3.4核心竞争力比照分析

第五章 市场环境研究

5.1市场环境研究模式

5.1.1探索性研究

5.1.2描述性研究

5.1.3因果性研究

5.1.4预测性研究

5.1.5四种研究模式的比较

5.2市场环境研究技术

5.2.1抽样设计技术

5.2.2信息采集技术

5.2.3信息加工技术

5.2.4信息分析技术

5.3市场环境研究应用

5.3.1消费者市场研究

5.3.2产业市场研究

5.3.3国际市场研究

5.3.4市场研究的其他应用领域

第六章 利用互联网的环境监视

6.1互联网的搜索

6.1.1概述

6.1.2主要搜索工具的使用

6.2利用互联网进行宏观环境调查

6.2.1政治法律环境调查

6.2.2经济人口环境调查

6.2.3技术自然环境调查

6.2.4社会文化环境调查

6.3利用互联网进行行业研究

6.3.1消费品行业研究

6.3.2工业品行业研究

6.3.3服务类行业研究

6.4利用互联网进行市场调研

6.4.1消费者调研

6.4.2产品调研

6.4.3价格调研

6.5利用互联网进行竞争对手跟踪

6.5.1监视公司网站

6.5.2利用新闻类网站和数据库

6.5.3通过第三方网站

6.5.4借助专用软件

6.6互联网上的常用信息源

6.6.1免费网站

6.6.2网络商用数据库

6.7环境监视系统／软件

6.7.1概述

6.7.2常用系统／软件评介

参考文献

作者介绍:

目录:

[竞争环境监视 下载链接1](#)

标签

竞争情报

环境监视

藏书

方法与理论

方法

实用

competitive_intelligence

ci

评论

[竞争环境监视 下载链接1](#)

书评

[竞争环境监视 下载链接1](#)