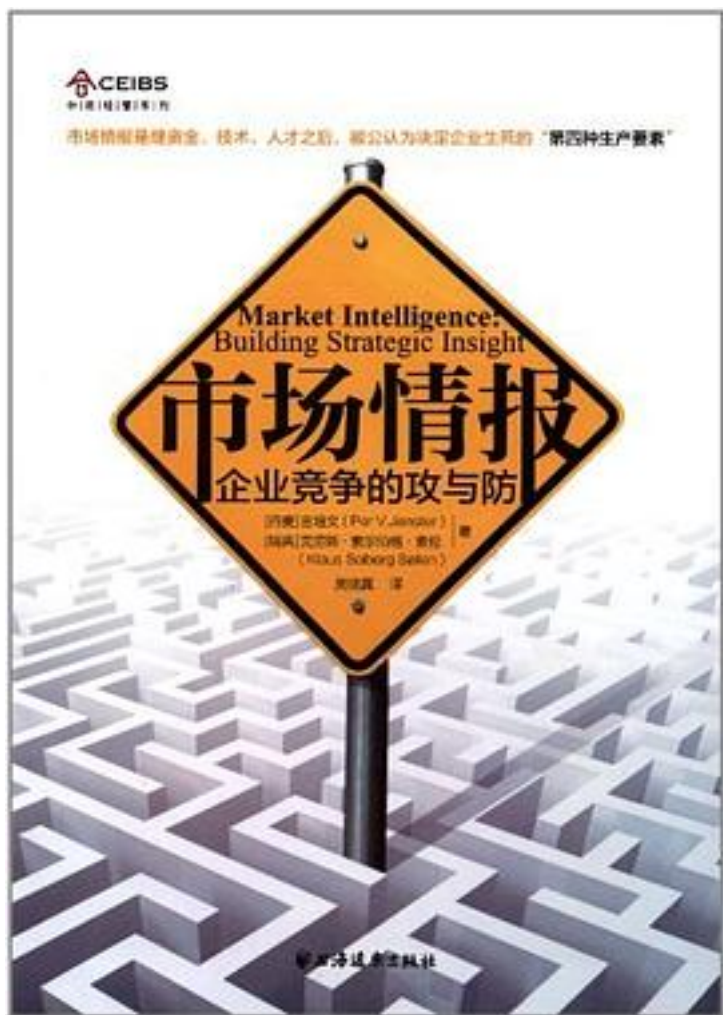


市场情报



[市场情报_下载链接1](#)

著者:(丹麦)言培文

出版者:上海远东出版社

出版时间:2010年4月

装帧:平装

isbn:9787547601518

《市场情报:培养战略的视角》梳理了战略决策时所需的情报分析中最为重要的工具和

概念，有助于建立战略视角。两位作者不但着眼于竞争对手，而且还关注顾客、供应商和其他一系列利益相关者。

《市场情报:培养战略的视角》为经理人提供了有助于市场情报和分析的概念、工具和创意。除此之外，还向读者介绍了一些用于分析组织所在的宏观和微观环境因素的工具，有助于读者更好地预测未来、作出更好的决定。

目前，各类研究人员纷纷投身于竞争情报研究。研究受益者包括全国、地区和地方层面的政治决策者(公共情报)、军方(军事情报)、非营利组织(NPO情报)和私营企业(私有情报)。然而，尽管这些研究领域有许多共通之处，研究者之间的交流却很少。《市场情报:培养战略的视角》作者高屋建瓴，博览各领域的文献并付之实践。他们的洞察力对管理思维大有裨益。

作者介绍:

言培文 (Per V.Jenster)，战略管理学教授。过去10年以来，言培文博士一直在丹麦哥本哈根商学院担任国际营销与战略学教授和分管MBA课程的副院长。在瑞士还成立了国际管理和产业发展中心。曾在中欧国际工商学院任教，目前为该校的客座教授。专业方向为国际商务营销和战略领导力培养。在多个行业广泛从事战略管理、营销策划、竞争分析和成本评估等领域的高级管理咨询，发表和出版的文章、案例和专著达90多种。

克劳斯·索尔伯格·索伦，瑞典布京理工学院助理教授，主讲商业和竞争情报课程。在德国莱比锡大学获得博士学位，并撰写了有关工业谍报活动的著作。投身学术界前，曾在美国、法国和北欧诸国工作。在商业和竞争情报领域发表了诸多论著，如《私有和公共情报概述——瑞典竞争情报流派》(Introduction to Private and Public Intefligence-The Swedish School Or Competitve Intelligence, 2005)。

目录: 前言／1第一章 整合情报分析的基础／1第二章
制定战略以获得竞争优势／19第三章 行业分析：理解竞争形势的关键／37第四章
企业分析：评估竞争适应性／61第五章 情报分析／77第六章
构建高效能的商业情报体系：技术和组织结构／105第七章 市场营销情报／127第八章
情报分析中的战略视角／159第九章 收集信息和情报伦理学／177
· · · · · (收起)

[市场情报 下载链接1](#)

标签

市场研究

竞争情报

管理

战略

情报

营销

竞争分析

当代

评论

非常适时的一本书，对于工作很有启发意义

写情报的书里算是不错的

[市场情报_下载链接1](#)

书评

[市场情报_下载链接1](#)