

تبیین آفاق

مجموعه پسته های محتوایی



هوش رقابتی

گردد آورنده
عیسی کاکویی دینکی



سرشناسه: کاکویی دینکی، عیسی، ۱۳۴۰
عنوان و نام پدیدآور: هوش رقابتی/ گردآورنده عیسی کاکویی دینکی؛
ویراستار: حسین مصلحتی کوچصفهانی؛ [برای موسسه تبیین آفاق پویا].
مشخصات نشر: تهران: به اندیش، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری: ۱۷ ص. ۹/۵ × ۱۹/۵ س. م.
فروست: مجموعه بسته های محتوایی تبیین آفاق.
شابک: ۱۰۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۲۲-۲۹۷-۳۳۶-۰
وضعیت فهرست نویسی: فیفا
یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۳.
موضوع: مسائل اجتماعی
Social problems: موضوع
موضوع: هوش رقابتی
Business intelligence: موضوع
شناسه افزوده: موسسه تبیین آفاق پویا
رده بندی کنگره: HN۱۷ / ۵
رده بندی دیویی: ۳۶۱/۱
شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۷۴۹۶۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیفا
تاریخ درخواست: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰
تاریخ باسفکویی:
کد پیگیری: ۸۴۷۳۹۱۳

شناسنامه

عنوان: هوش رقابتی

گردآورنده: عیسی کاکویی دینکی

ویراستار: حسین مصلحتی کوچصفهانی

صفحه آرا: نرگس چترایی طراح جلد: مهرداد میزابور

ناشر: نشر به اندیش

لیتوگرافی و چاپ: ترمه

سال چاپ: ۱۴۰۰ نوبت چاپ: اول

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۹۷-۳۳۶-۰

مرکز پخش: تهران- کوی نصر (کیشا)- خ شهید قدرتی- پ ۱

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۸۵۳۶۰



سخنی با مخاطب

آنچه پیش روی شماست بسته ای از مجموعه بسته های محتوایی تبیین آفاق می باشد. این مجموعه در ۱۳ موضوع اصلی و ۱۲۵۷ عنوان تهیه شده و بتدریج در اختیار مخاطبان قرار خواهد گرفت. هدف از تهیه ی این سلسله مطالب، ارائه ی سر فصل های مطرح در مسائل مختلف جامعه و اشاره ای به راهکارهاست.

کلاس ما بر آن است که این بسته ها حاوی مطالبی مختصر و قابل استفاده و دربرگیرنده ی موضوعات مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... باشد.

با امید به اینکه توشه ای باشد برای اساتید ارجمند و سخنوران گرامی جهت استفاده در سخنرانی ها و اجتماعات گروهی و عمومی و همچنین کمکی باشد در راه اطلاع رسانی و ارائه ی راهکارهای مناسب توسط کارشناسان.

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

۱	مقدمه
۲	تعاریف هوش (هوشمندی) رقابتی
۳	ضرورت و اهمیت هوش رقابتی
۴	فرآیند هوش رقابتی
۶	حوزه‌ی هوش رقابتی
۷	خواص پنجگانه‌ی هوش رقابتی
۹	چگونگی ایجاد هوش رقابتی
۱۰	برخی شاخصهای مهم برای افزایش هوش رقابتی
۱۲	نتیجه گیری
۱۳	منابع و مأخذ

مقدمه

امروزه به دلیل تغییرات بنیادی در پیش فرضهای رقابت، مدیران باید در توجه به محیط خارجی سازمان، شناسایی موقعیت سازمان در بازار، شناسایی کسب و کارهای موجود در بازار و شناسایی رقبای تازه وارد، به تحلیل رقبای خود پردازند. برای دستیابی به چنین شناختی، مدیران نیاز به اطلاعات مفیدی دارند تا تصمیمات مناسبی بگیرند. برای پاسخگویی به پیچیدگی روبه رشد کار در محیط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی امروز؛ «هوش رقابتی» به عنوان ابزار و قدرتی در دست مدیران تلقی می شود که چنانچه به درستی مورد توجه و بهره برداری قرار گیرد، بالطبع می تواند با تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از محیط داخلی و خارجی سازمان، به نیازهای متنوع سازمان پاسخ دهد. بر این پایه، مطالعه و بررسی هوش رقابتی، ضرورتی بیش از پیش می یابد.