

# هوش رقابتی

تألیف:

دکتر محمد جعفر تارخ

عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

www.ketab.ir

سرشناسه	: تاریخ، محمدجعفر، ۱۳۳۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: هوش رقابتی / محمدجعفر تاریخ.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۵ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۶۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۸۳-۰۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: هوش تجاری
موضوع	: رقابت
موضوع	: مبارزات تبلیغاتی
موضوع	: تحدید تجارت
موضوع	: قابلیت اجرایی
موضوع	: بازاریابی -- مدیریت
پیشاسه افزوده	: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۰ ت HD۲۸/۷/۹۲۵۲
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۳۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۴۸۶۰۷۱

نام کتاب: هوش رقابتی

مؤلف: دکتر محمد جعفر تاریخ / عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

ناشر: انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: شهریورماه ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۲۰۰ جلد

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

کد کتاب: ۲۸۷

ISBN: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۸۳-۰۱-۹

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۸۳-۰۱-۹

صحافی: گرنامی

لیتوگرافی: هوررنگ

چاپ: پدیدرنگ

تلفن مرکز پخش و فروش: ۸۸۷۷۲۲۷۷

(حق چاپ برای ناشر محفوظ است)

## فهرست مطالب

- فصل اول: آشنایی با مفاهیم اولیه ..... ۱
- ۱-۱- مقدمه ..... ۲
- ۲-۱ بازار الکترونیک و تحول آن ..... ۳
- ۳-۱- رشد بازار در فضای بازار الکترونیک ..... ۴
- ۴-۱- هوشمندی ..... ۵
- ۵-۱- سیستمهای پشتیبان تصمیم ..... ۸
- ۶-۱-۵-۱- سال های اولیه ..... ۹
- ۶-۵-۱-۲- نظریه توسعه ..... ۱۲
- ۶-۵-۱-۳- گسترش چارجوب ..... ۱۴
- ۶-۵-۱-۴- جابجایی در فناوری ..... ۱۸
- ۶-۱- هوش تجاری ..... ۲۰
- ۶-۶-۱- ضرورت استفاده از هوش تجاری در سازمان ها ..... ۲۳
- ۷-۱- هوشمندی بازار در پشتیبانی از طرح ریزی و تصمیم گیری استراتژیک ..... ۲۶
- ۸-۱- مدیریت هوشمندی و شبکه های دیجیتالی ..... ۲۷
- ۹-۱- مدل های مدیریت رقابت ..... ۲۸
- ۱۰-۱- مدیریت دانش در قیاس با هوشمندی رقابتی ..... ۳۰
- فصل دوم: مبانی هوشمندی رقابتی ..... ۳۳
- ۱-۲- اطلاعات و هوشمندی ..... ۳۴

- ۳۸..... ۲-۲- چشم انداز تاریخی
- ۳۹..... ۳-۲- ساخت مکعب اطلاعات کسب و کار
- ۴۲..... ۴-۲- عاملهای هوشمند
- ۴۲..... ۲-۴-۱- عامل چیست؟
- ۴۳..... ۲-۴-۲- تعریف عاملهای نرم افزاری هوشمند
- ۴۵..... ۲-۴-۳- دانش کسب شده به وسیله عوامل هوشمند
- ۴۸..... ۵-۲- انواع هوشمندی
- ۴۹..... ۲-۶- تعاریف هوشمندی رقابتی
- ۵۲..... ۲-۷- طبقه بندی هوشمندی رقابتی
- ۵۵..... ۲-۸- اساس هوشمندی رقابتی
- ۶۰..... ۲-۹- سیگنال‌های هوشمند و پاسخ به تغییرات
- ۶۲..... ۲-۱۰- بررسی هوشمندی رقابتی از جنبه های مختلف
- ۶۲..... ۲-۱۰-۱- سهم و هم بخشی هوشمندی رقابتی
- ۶۳..... ۲-۱۰-۲- هوشمندی رقابتی بعنوان یک محصول
- ۶۶..... ۲-۱۰-۳- هوشمندی رقابتی بعنوان یک فرآیند
- ۷۱..... ۲-۱۰-۴- طبیعت هوشمندی رقابتی
- ۷۳..... فصل سوم: چرخه هوشمندی
- ۷۶..... ۳-۱- مرحله اول: طرح ریزی و جهت‌دهی
- ۷۷..... ۳-۲- مرحله دوم: جمع آوری داده‌ها
- ۷۹..... ۳-۲-۱- منابع اولیه و ثانویه

- ۸۰ ..... ۲-۲-۲- منابع رسمی و غیر رسمی
- ۸۲ ..... ۳-۲-۳- منابع فیزیکی و الکترونیکی
- ۸۶ ..... ۳-۳- مرحله سوم ، تحلیل داده‌ها
- ۸۷ ..... ۴-۳- مرحله چهارم : انتشار هوشمندی
- ۸۹ ..... ۵-۳- مرحله پنجم : بازخورد و ارزیابی سیستم
- ۸۹ ..... ۶-۳- مدل پردازش اطلاعات در چرخه هوشمندی رقابتی
- ۹۲ ..... ۷-۳- سازمان‌های کسب و کار الکترونیک
- ۹۳ ..... ۸-۳- مدل ارتباطات راهبردی و هوشمندی رقابتی
- ۹۶ ..... ۹-۳- مدل موتور چرخشی هوشمندی رقابتی
- ۹۸ ..... ۱-۹-۳- پیکر بندی موتور هوشمندی رقابتی
- ۹۹ ..... ۲-۹-۳- پیکر بندی هوشمندی رقابتی در یک ساختار شرکتی بین‌المللی
- ۱۰۰ ..... ۳-۹-۳- پیکر بندی هوشمندی رقابتی در یک شعبه منطقه‌ای یا ساختار چندمحللی
- ۱۰۲ ..... ۴-۹-۳- پیکر بندی هوشمندی رقابتی شعبه جهانی
- ۱۰۵ ..... ۱-۱۰-۳- نیازمندی های سازمانی به منظور عملیات موفق CI
- ۱۰۷ ..... ۲-۱۰-۳- تثبیت عملیات هوشمندی رقابتی
- ۱۰۸ ..... ۳-۱۰-۳- مدل های ساختار سازمانی
- ۱۱۳ ..... ۱-۱۱-۳- دانش، مهارت و تواناییهای CI
- ۱۱۴ ..... ۲-۱۱-۳- دستیابی و دسترسی به درخواستهای CI
- ۱۱۵ ..... ۳-۱۱-۳- جمع‌آوری اطلاعات لازم

۱۱۷	.....	۳-۱۱-۴- هوشمندی ارتباطات
۱۲۴	.....	۳-۱۲- مدیریت دانش
۱۲۴	.....	۳-۱۲-۱- سیستمهای مدیریت دانش
۱۲۶	.....	۳-۱۲-۲- موانع موجود بر سر راه مدیریت دانش
۱۲۸	.....	۳-۱۲-۳- یکپارچگی مدیریت دانش و هوش رقابتی
۱۳۵	.....	فصل چهارم: ابزارها و تکنیک‌ها
۱۳۶	.....	۴-۱- رویکردهای تحلیلی نرم
۱۳۷	.....	۴-۲- رویکردهای تحلیلی سخت
۱۳۸	.....	۴-۳- مانیتورینگ استراتژی‌های رقبا
۱۳۸	.....	۴-۳-۱- تحلیل SWOT
۱۳۹	.....	۴-۳-۲- الگو سازی
۱۴۰	.....	۴-۴- ارزیابی توانمندی‌های رقبا
۱۴۱	.....	۴-۴-۱- پروفایلینگ رقبا
۱۴۲	.....	۴-۴-۲- تحلیل نسبت مالی
۱۴۳	.....	۴-۴-۳- مدل حسابرسی
۱۴۳	.....	۴-۴-۴- تحلیل تبلیغات
۱۴۴	.....	۴-۴-۵- پیش بینی حرکت بعدی رقبا
۱۵۱	.....	فصل پنجم: مزایا و کاربردهای هوشمندی رقابتی
۱۵۲	.....	۵-۱- مزایای هوشمندی رقابتی
۱۵۶	.....	۵-۲- کاربردهای هوشمندی رقابتی در سطوح بالا و تحلیل فرهنگی

- ۱۵۶..... ۱-۲-۵- تفکر کنونی بر هوشمندی رقابتی در سطح جهانی
- ۱۶۴..... ۳-۵- غافلگیرسازی ، برای اجتناب از غافلگیر شدن
- ۱۶۵..... ۳-۵- مزایای هوشمندی رقابتی در ارتباط با مشتریان
- ۱۶۵..... ۱-۳-۵- شناسایی مشتریان گمنام
- ۱۶۵..... ۲-۳-۵- نگاهی فراتر از گمان‌های معمول
- ۱۶۶..... ۳-۳-۵- قدم زدن با کفش‌های مشتری
- ۱۶۶..... ۴-۳-۵- توجه به رفتار مشتری
- ۱۶۶..... ۵-۳-۵- شناسایی نیازها و ارزش مشتریان
- ۱۶۷..... ۶-۳-۵- تعریف مجدد حوزه رقابت
- ۱۶۸..... ۷-۳-۵- هدایت مشتریان افزون خواه به بازارهای جدید
- ۱۶۸..... ۸-۳-۵- سرمایه گذاری بر تست بازار
- ۱۶۸..... ۹-۳-۵- ارزیابی زنجیره ارزش
- ۱۶۹..... ۱۰-۳-۵- ارزش شناسایی و شکایات
- ۱۶۹..... ۱۱-۳-۵- آموختن از شکست محصولات
- ۱۷۰..... ۱۲-۳-۵- روابط مشتری با مشتری (C2C)
- ۱۷۰..... ۱۳-۳-۵- بهره برداری و توسعه
- ۱۷۱..... ۱۴-۳-۵- کانال‌های ارتباطی
- ۱۷۱..... ۱۵-۳-۵- آموزش فرایند کشف مشتری
- ۱۷۳..... ۱۶-۳-۵- خلاصه‌ای از ارزش گذاری هوشمندی رقابتی بر مشتریان
- ۱۸۱..... فصل ششم: مهارت‌های مورد نیاز هوشمندی رقابتی در سازمان

- ۱-۶-۱- تکنولوژی و متخصصین CI ..... ۱۸۴
- ۱-۶-۲- مجریان هوشمندی رقابتی ..... ۱۸۷
- ۱-۶-۳- شایستگی‌های محوری ..... ۱۸۸
- فصل هفتم: چالش‌ها و مشکلات و محدودیت‌های CI ..... ۱۹۰
- ۱-۷-۱- چالش‌های مدیریت ارزشهای دیجیتال از KM تا CI ..... ۱۹۱
- ۱-۷-۲- مشکلات موجود در رابطه با تکنولوژی CI ..... ۱۹۶
- ۱-۷-۳- محدودیت‌های موجود بر سر راه هوش رقابتی ..... ۱۹۹
- ۱-۷-۴- سیگنال‌های ضعف ..... ۲۰۰
- ۱-۷-۵- فرهنگ سازمانی و سیاست‌ها ..... ۲۰۰
- فصل هشتم: مدل‌ها و استراتژی‌های مدیریت رقابت در عصر دیجیتال ..... ۲۰۴
- ۱-۸-۱- چارچوب رقابتی سان تزو ..... ۲۰۶
- ۱-۸-۲- چارچوب رقابتی مایکل پورتر ..... ۲۱۰
- ۱-۸-۳- چارچوب رقابتی هنری میترزبرگ ..... ۲۱۴
- فصل نهم: روند تحقیق در هوشمندی رقابتی و مطالعه CI در آمریکای شمالی و اروپا ..... ۲۱۷
- ۱-۹-۱- مطالعات تحقیقاتی CI در اقصی نقاط جهان ..... ۲۱۹
- ۱-۹-۲- مطالعات تحقیقاتی CI در آمریکای شمالی ..... ۲۲۰
- ۱-۹-۳- آمریکا ..... ۲۲۱
- ۱-۹-۴- مقایسه شیوه‌های هوش رقابتی در ایالات متحده و مکزیک ..... ۲۲۲
- ۱-۹-۴-۱- محیط CI خارجی در مکزیک ..... ۲۲۵



- ۲۳۰ ..... ۹-۴-۲- محیط داخلی CI در مکزیک
- ۲۳۴ ..... ۹-۵-۰- هدایت CI در مکزیک
- ۲۳۴ ..... ۹-۵-۱- ورودی ها
- ۲۳۶ ..... ۹-۵-۲- فرآیند انتقال
- ۲۳۷ ..... ۹-۵-۳- خروجی ها
- ۲۳۸ ..... ۹-۵-۴- اجرای CI در ایالات متحده و مقایسه آن با مکزیک
- ۲۴۲ ..... ۹-۴-۲- کانادا
- ۲۴۳ ..... ۹-۴-۶- مطالعات تحقیقاتی CI در اروپا
- ۲۴۳ ..... ۹-۷-۷- فرانسه
- ۲۴۴ ..... ۹-۸-۸- آلمان
- ۲۴۵ ..... ۹-۹-۹- انگلستان
- ۲۴۶ ..... ۹-۱۰-۱۰- هلند
- ۲۴۷ ..... ۹-۱۱-۱۱- سوئیس
- ۲۴۷ ..... ۹-۱۲-۱۲- سوئد
- ۲۴۸ ..... ۹-۱۲-۱- کاربرد مدل هوش رقابتی جهانی در سوئد
- ۲۵۰ ..... ۹-۱۲-۲- اجرای مدل CI جهانی در سوئد
- ۲۶۳ ..... فصل دهم: مطالعات تحقیقاتی CI در آسیا
- ۲۶۸ ..... ۱۰-۱-۱- چین
- ۲۷۵ ..... ۱۰-۲-۱- ژاپن
- ۲۷۸ ..... ۱۰-۳-۱- سنگاپور

۲۷۹	۴-۱۰- هوش رقابتی در کره.....
۲۸۴	۵-۱۰- هوش رقابتی در مؤسسات اندونزی.....
۲۸۶	۱-۵-۱۰- نارسایی و کمبودها در ترویج هوش رقابتی.....
۲۹۵	فصل یازدهم: مطالعات CI در سایر نقاط جهان.....
۲۹۶	۱-۱۱- استرالیا.....
۲۹۶	۲-۱۱- روسیه.....
۲۹۷	۳-۱۱- آفریقای جنوبی.....
۲۹۸	۴-۱۱- کشورهای آمریکای لاتین.....
۲۹۹	۱-۴-۱۱- هوش رقابتی در برزیل.....
۳۰۰	۲-۴-۱۱- استانداردهای جامعه شناختی.....
۳۰۴	۳-۴-۱۱- کیفیت و دسترسی به تحصیلات (آموزش و پرورش).....
۳۰۵	۴-۴-۱۱- شرایط اقتصادی.....
۳۰۷	۵-۴-۱۱- محیط سیاسی.....
۳۰۸	۶-۴-۱۱- جغرافیا و منابع.....
۳۰۹	۷-۴-۱۱- خلاصه ارزیابی جهانی از برزیل.....
۳۰۹	۸-۴-۱۱- توسعه هوش رقابتی در برزیل.....
۳۱۰	۹-۴-۱۱- محل هوش رقابتی.....
۳۱۳	۱۰-۴-۱۱- کیفیت منابع ثانویه.....
۳۱۵	۱۱-۴-۱۱- کیفیت منابع اولیه.....
۳۱۶	۱۲-۴-۱۱- ظرفیت برای تحلیل.....

۳۱۷.....۱۱-۴-۱۳- آموزش و توسعه تخصصی

۳۱۷.....۱۱-۴-۱۴- جنبه‌های رفتاری

**Error! Bookmark not defined.**.....۱۱-۴-۱۵- جمع بندی

۳۱۹.....۱۲- مراجع و منابع

[www.ketab.ir](http://www.ketab.ir)