

<<市场信息战>>

图书基本信息

书名：<<市场信息战>>

13位ISBN编号：9787121068584

10位ISBN编号：7121068583

出版时间：2008-7

出版时间：电子工业出版社

作者：张天平

页数：273

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>

## &lt;&lt;市场信息战&gt;&gt;

## 前言

古今中外，几千年来战场战争历史和几百年来的市场竞争历史表明，世界上没有常胜的军队，也不可能有基业常青的企业，但却有长久不衰的指导战场战争(兵战)的兵书、战策一直流传至今，并仍然在发挥着其对战场战争(兵战)与市场战争(商战)的指导作用。

“商战新思维系列丛书”就是这样一套吸取了人类历史上各种兵书战策之精华的、用于指导市场战争实践的兵书和战策。

它在对前人兵书、战策批判与继承的基础上，经过对现代市场竞争机理的科学研究和创新，为广大企业家提供了一整套完整的市场战争(商战)的理论、原则和方法体系，并通过大量精选的战例和商例为市场战争(商战)的指导者们勾画出一幅如何打赢市场战争(商战)的清晰画面。

“商战新思维系列丛书”共四册：《市场战争学》、《市场信息战》、《市场谋略战》和《市场攻防战》。

各册的内容简述如下：《市场战争学》是市场战争学学科理论的奠基之作。

它以“兵战原理与商战法”为主线，阐述了“营销力、服务力和保障力”是企业市场战争客观实践中必须具备的核心竞争力，而“判断力、决策力和执行力”是企业家指导市场战争必须具备的三大能力；揭示了市场战争的三种战争形式(营销战、服务战和保障战)所具有的“情、品、钱”的客观规律和建立在市场战争的三种作战形式(信息战、谋略战和攻防战)基础之上的“眼、脑、体”的指导规律；并在此基础上根据市场战争的三个指导阶段的活动(判断、决策和执行)提出了市场战争的一个战争总则、三大指导法则、九大指导原则和二十七种战法，全面构建起市场战争学的学科理论体系。

《市场信息战》是市场战争学的市场信息战战法应用部分。

它以“知彼知己，百战不殆”为主题，通过战场信息对抗战例与市场信息对抗商例的比较研究方法，对市场战争判断阶段的市场信息战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了市场信息侦察、市场情况分析和市场形势预测的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争实践中提高判断能力和指导企业打赢市场信息战，具有重要的借鉴意义和参考价值。

《市场谋略战》是市场战争学的市场谋略战战法应用部分。

它以“运筹帷幄，决胜千里”为主题，通过战场谋略对抗战例与市场谋略对抗商例的比较研究的方法，对市场战争决策阶段的市场谋略战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了市场战争目标、市场战争方针和市场战争手段识别、选择、确定的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争中提高决策能力和指导企业打赢市场谋略战，具有一定的参考价值和指导意义。

《市场攻防战》是市场战争学的市场攻防战战法应用部分。

它以“攻无不克，‘防’无不胜”为主题，通过战场攻防对抗战例与市场攻防对抗商例的比较研究的方法，对市场战争执行阶段的市场攻防战活动的理论、原则和方法进行了分析和研究；重点论述了捕捉市场战争战机、组织市场战争攻防和指挥市场战争破敌的内容、原则和方法。

该书对于企业家在市场战争中提高执行能力和指导企业打赢市场攻防战，具有一定的理论价值和重要的实践作用。

我们创作的“商战新思维系列丛书”，是以中国革命战争的艺术大师毛泽东的“人民战争思想”为理论依据，运用战场战争学的理论和方法，研究和阐述了市场战争的理论、原则、方法和大量实战案例，并在此基础上初步创立和构建了一个市场战争学的学科理论体系与实战战法体系；目的是为正在与或即将与国外企业进行市场战争(商战)的中国企业和企业家们提供一整套以市场战争(商战)手段和方法战胜对手的理论、策略和方法。

愿中国的企业和企业家们在全球化的市场战争(商战)中，以市场信息战去“知彼知己，百战不殆”、以市场谋略战去“运筹帷幄，决胜千里”、以市场攻防战去“攻无不克，‘防’无不胜”，并一路走好！

张天平 2008年4月28日 于北京西郊百旺山下无名居



## <<市场信息战>>

### 内容概要

《市场信息战》以市场战争学中的信息战原理和“知情度势”的指导思想为依据，采取理论与实践相结合的方法，通过大量的兵战与商战案例分析。

研究和提出了如何打赢市场信息战的理论、原则和方法。

全书分为五篇，其中，绪论篇从历史、现实和发展的角度，对市场信息战的概念、原理、指导原则给予概略的介绍；侦察篇、分析篇和预测篇是全书的核心，每篇均以战例与商例（战略、战役和战术案例）相结合的研究方法，分析和介绍了市场信息战的三类九大战法；结论篇则对《市场信息战》所提出的市场信息战战法进行了总结归纳和概括。

《市场信息战》适合于商人、军人、广大军事和商业爱好者阅读、参考。

## <<市场信息战>>

### 作者简介

张天平，国防大学军事战略学博士、军事战略学副教授，学过工、打过仗、受过三级（初、中、高）军校的培训。

从军前，他曾在国内大型国营企业实习、工作；入伍后，曾就职于国防大学战略教研室任正团职上校教官；退役后，曾在国内大型民营企业任职工作；曾任《香港商报》和央视特约军事评论员。

他长期从事战略研究、教学和咨询工作，提出了“信息和知识制胜”的战略观和中国战略信息战的理论体系；并一直致力于创立和构建市场战争学的理论体系。

著有《战略信息战研究》、《战略回顾与展望》，《恐怖与反恐怖》（与他人合著）等著作；在海内外发表战略论文和评论数百篇。

他现为北京生态文明工程研究院副院长、研究员，北京天子智业文化传播有限公司董事长。

## &lt;&lt;市场信息战&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论篇 知彼知己，百战不殆一、魅力无穷的信息活动二、从信息战到信息制胜三、商战中的市场信息战

侦察篇 明确任务，周密侦察第一章 摸察法：敌情不明，摸其动向第一节 军事家的战场敌情摸察艺术第二节 企业家的市场彼情摸察艺术第二章 探察法：敌情较明，探其部署第一节 军事家的战场敌情探察艺术第二节 企业家的市场彼情探察艺术第三章 料察法：敌情透明，料其企图第一节 军事家的战场敌情料察艺术第二节 企业家的市场彼情料察艺术启示：不入虎穴，焉得虎子分析篇 关注全局，客观分析第四章 强析法：我强敌弱，迫其就范第一节 军事家的敌我情况强析艺术第二节 企业家的双方情况强析艺术第五章 均析法：势均力敌，知谋善战第一节 军事家的敌我情况均析艺术第二节 企业家的双方情况均析艺术第六章 弱析法：我弱敌强，扬长避短第一节 军事家的敌我情况弱析艺术第二节 企业家的双方情况弱析艺术启示：强势求胜，弱势图存预测篇 审时度势，合理预测第七章 利测法：形势有利。顺势而动第一节 军事家的战场形势利测艺术第二节 企业家的市场形势利测艺术第八章 困测法：形势不明，以静制动第一节 军事家的战场形势困测艺术第二节 企业家的市场形势困测艺术第九章 危测法：形势不利，谋定后动第一节 军事家的战场形势危测艺术第二节 企业家的市场形势危测艺术启示：利动九天。

危藏九地结论篇 因情料敌，先胜后战一、侦察法：动向 + 部署 + 企图二、分析法：强弱 + 特点 + 规律三、预测法：现状 + 趋势 + 影响结语后记参考文献

## &lt;&lt;市场信息战&gt;&gt;

## 章节摘录

绪论篇 知彼知己，百战不殆      一、魅力无穷的信息活动      信息的基本概念      什么是信息呢？

信息又是怎样影响着人类活动的呢？

要想正确地认识信息的概念，首先必须对信息的本质进行研究和认识。

从本体论的意义上来说，信息就是事物运动的状态和方式（在这里，事物是指自然界、人类社会和精  
神领域一切可能的对象）；从认识论的意义上来说，信息是事物运动状态和方式的某种表述（或反映  
）。

从上述两个方面的认识出发，可以进一步认识到信息的本质，即只要事物在运动，它的运动状态、运  
动方式及其表述就是信息。

也就是说，信息是事物的一个基本属性。

根据国际信息学界的界定和分类，按照信息的信息量和加工程度，信息可被抽象地分为三个层次：  
数据、信息和知识。

数据，是指由独立观察、测量和原始信息构成的最低层次的信息。

人类通信、文本信息、电子询问或科学探测仪器都是主要的数据来源。

信息，是指经过处理的数据，是为了使各个数据元（最小数据单位）互相关联，供进一步研究和  
分析使用，对数据进行处理的结果。

处理过程可以包括筛选、分类或索引和链接等。

知识，是指经过分析和理解后的信息。

信息一旦经过分析和理解即成为知识。

它包括静态内容和动态处理两个方面。

在战场战争中，通常称其为情报。

## <<市场信息战>>

### 编辑推荐

命令、征服、孙子兵法与战争论：从楚汉之争到世界大战，掀开2000年人类战争的巨幅画卷，攻防、情报、谋略、商界巨子与沙场将帅，从市场份额到战略领先，解密商业争霸的顶级较量。

战例与商例对照分析的MBA式管理专著。

用兵战解读商战，用兵法征服市场。

商战博弈的9个战略。

侦察篇 明确任务，周密侦察：摸察法：敌情不明，摸其动向；探察法：敌情较明，探其部署；料察法：敌情透明，料其企图。

分析篇 关注全局，客观分析：强析法：我强敌弱，迫其就范；均析法：势均力敌，知谋善战；弱析法：我弱敌强，扬长避短。

预测篇 审时度势，合理预测：利测法：形势有利，顺势而动；困测法：形势不明，以静制动；危测法：形势不利，谋定后动。

结论篇 因情料敌，先胜后战：侦察法：动向 + 部署 + 企图；分析法：强弱 + 特点 + 规律；预测法：现状 + 趋势 + 影响。



<<市场信息战>>

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>