

全媒体企业商业风险管理

目录

序言	3
一、流程风险的识别和评估	3
(一)、风险清单识别法	3
(二)、流程图法	5
(三)、风险矩阵评估法	5
(四)、内部威胁分析法	6
二、技术创新风险的探讨	8
(一)、技术创新风险的探讨	8
三、公司概况	9
(一)、公司基本信息	9
(二)、公司主要财务数据	10
四、人力资源风险管理过程	10
(一)、风险识别	10
(二)、风险评估	12
(三)、风险应对	13
五、战略风险的含义及分类	14
(一)、战略风险的定义	14
(二)、全媒体行业企业战略风险的分类	15
六、战略制订框架	17
(一)、战略制订框架	17
七、全媒体项目基本情况	18

(一)、全媒体项目投资人	18
(二)、全媒体项目选址	18
(三)、全媒体项目实施进度	19
(四)、投资估算	19
(五)、资金筹措	19
(六)、经济评价	20
(七)、主要经济技术指标	20
八、行业壁垒	21
(一)、供应链整合壁垒	21
(二)、网络效应壁垒	21
(三)、法规合规壁垒	22
(四)、专业人才壁垒	22
(五)、品牌忠诚度壁垒	22
九、全媒体项目风险对策	22
(一)、政策风险对策	22
(二)、经济风险对策	23
(三)、环境风险对策	23
(四)、人才风险对策	23
(五)、社会责任风险对策	24
(六)、全球经济不确定性风险对策	24
(七)、供应链风险对策	24
(八)、网络安全风险对策	25

十、人力资源配置.....	25
(一)、人力资源配置.....	25
(二)、员工技能培训.....	26
十一、战略实施的阶段.....	28
(一)、战略实施的阶段.....	28
十二、全媒体项目风险分析.....	31
(一)、政策风险分析.....	31
(二)、经济风险分析.....	31
(三)、环境风险分析.....	31
(四)、人才风险分析.....	32
(五)、社会责任风险分析.....	32
(六)、全球经济不确定性风险分析.....	32
(七)、供应链风险分析.....	32
(八)、网络安全风险分析.....	33
十三、危机管理与应急响应.....	33
(一)、危机预警与监测机制.....	33
(二)、灾难恢复与业务连续性计划.....	34
(三)、公关与媒体管理.....	35
(四)、社会责任危机管理.....	36
十四、市场趋势与消费者洞察.....	37
(一)、市场趋势分析与预测.....	37
(二)、消费者洞察与行为研究.....	39

(三)、产品创新与市场适应性.....	40
(四)、服务体验与客户满意度.....	42
十五、战略钟.....	43
(一)、战略钟.....	43
十六、必要性分析.....	45
(一)、必要性分析.....	46
十七、战略的定量评价决策方法.....	47
(一)、战略的定量评价决策方法.....	47
十八、战略的建立与选择过程.....	48
(一)、战略的建立与选择过程.....	48

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/088113116040006061>