

消费大数据企业战略风险管理

目录

概论.....	3
一、公司概况.....	3
(一)、公司基本信息.....	3
(二)、公司主要财务数据.....	4
二、战略制订框架.....	4
(一)、战略制订框架.....	4
三、人力资源风险管理过程.....	5
(一)、风险识别.....	5
(二)、风险评估.....	6
(三)、风险应对.....	8
四、流程风险的识别和评估.....	9
(一)、风险清单识别法.....	9
(二)、流程图法.....	11
(三)、风险矩阵评估法.....	12
(四)、内部威胁分析法.....	13
五、发展规划分析.....	14
(一)、公司发展规划.....	14
(二)、保障措施.....	17
六、战略风险的识别.....	18
(一)、消费大数据行业企业在确定愿景及使命时的风险识别.....	18
(二)、制定消费大数据行业企业战略目标的风险识别.....	19

(三)、消费大数据行业企业战略分析的风险识别	21
(四)、消费大数据行业企业战略选择的风险识别	22
(五)、消费大数据行业企业战略实施的风险识别	26
七、人力资源配置.....	27
(一)、人力资源配置.....	27
(二)、员工技能培训.....	29
八、战略实施的阶段.....	31
(一)、战略实施的阶段.....	31
九、运营风险管理的一般程序.....	33
(一)、运营风险的识别	33
(二)、运营风险的评估	35
(三)、运营风险的应对	36
十、消费大数据项目基本情况.....	37
(一)、消费大数据项目投资人.....	37
(二)、消费大数据项目选址	37
(三)、消费大数据项目实施进度.....	37
(四)、投资估算	38
(五)、资金筹措	38
(六)、经济评价	38
(七)、主要经济技术指标	39
十一、产业环境分析	40
(一)、产业环境分析	41

十二、消费大数据项目风险分析	42
(一)、政策风险分析.....	42
(二)、经济风险分析.....	43
(三)、环境风险分析.....	43
(四)、人才风险分析.....	43
(五)、社会责任风险分析	43
(六)、全球经济不确定性风险分析	44
(七)、供应链风险分析	44
(八)、网络安全风险分析	44
十三、市场趋势与消费者洞察.....	45
(一)、市场趋势分析与预测	45
(二)、消费者洞察与行为研究.....	46
(三)、产品创新与市场适应性.....	48
(四)、服务体验与客户满意度.....	49
十四、战略的定性评价决策方法.....	51
(一)、战略的定性评价决策方法	51
十五、危机管理与应急响应.....	52
(一)、危机预警与监测机制	52
(二)、灾难恢复与业务连续性计划.....	52
(三)、公关与媒体管理	54
(四)、社会责任危机管理	55
十六、社会责任管理与可持续发展	56

(一)、社会责任战略与执行	56
(二)、环保与可持续经济发展	58
(三)、员工权益与劳工标准	59
(四)、社会参与与公益事业	61
十七、差异化战略	62
(一)、差异化战略	62

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/278044131057006052>