

Obsah

1. Úvod	9
1.1 Ekonomická krize a nutnost inovací v podniku	9
1.2 Historická geneze potřeby informací pro řízení podniku	13
1.3 Strategický význam informace	19
1.3.1 Ofenzivní pojetí konkurenčního střetu firmy	19
1.3.2 Podmínky pro úspěšnou realizaci střetu	20
1.3.3 Základní zákonitosti úspěšného vedení střetu v podnikatelské praxi	21
1.3.4 Strategický význam informace v konkurenčním střetu	21
2. Competitive Intelligence	23
2.1 Vymezení pojmu Competitive Intelligence	26
2.1.1 Vymezení oboru Competitive Intelligence	26
2.1.2 Vymezení pojmu Competitive Intelligence	27
2.1.3 Úkoly Competitive Intelligence	28
2.1.4 Druhy Competitive Intelligence	30
2.2 Základní pojmy v Competitive Intelligence	30
2.2.1 Symptomy	31
2.2.2 Data	31
2.2.3 Funkce	32
2.2.4 Informace	32
2.2.5 Důkazy	32
2.2.6 Argumenty	33
2.2.7 Hypotézy	33
2.2.8 Zpravodajství	36
2.3 Competitive Intelligence jako systémová aplikační disciplína	36
2.3.1 Uživatelské funkce systému Competitive Intelligence	39
2.3.2 Vnitřní funkce systému Competitive Intelligence	40
2.3.3 Competitive Engineering	41
2.3.4 Pracovní plány (postupy) metod se systémovým přístupem	44
3. Zpravodajský cyklus Competitive Intelligence	47
3.1 První stupeň činnosti Competitive Intelligence	47
3.2 Druhý stupeň činnosti Competitive Intelligence	48
3.3 Základní zpravodajský cyklus Competitive Intelligence	52
3.4 Pětifázový model zpravodajského cyklu	55
3.5 Řízení zpravodajského cyklu Competitive Intelligence	57
3.5.1 Stanovení cílů	57
3.5.2 Předvídání	61
3.5.3 Analýza problému	67
3.5.4 Geneze nové informace	69
3.5.5 Stanovení potřebných informací pro vrcholové vedení podniku	70
3.5.6 Key Intelligence Topics	73
3.5.6.1 Strategická rozhodnutí a akce	73
3.5.6.2 Náměty na včasná varování	75
3.5.6.3 Profily a popisy klíčových hráčů	76

3.6	Sběr dat.....	77
3.6.1	Zpravodajská mapa	78
3.6.2	Základní rozdělení zdrojů dat a informací	79
3.6.3	Fáze sběru dat.....	80
3.6.4	Klasické zdroje dat	81
3.6.5	Fáma.....	82
3.6.6	Elektronické zdroje dat.....	84
3.6.7	Softwarové nástroje na sběr dat	89
3.6.7.1	Copernic.....	89
3.6.7.2	EverNote, FreeMind.....	90
3.6.7.3	Google Alerts a Google News	90
3.6.7.4	Google Insights for Search	90
3.6.7.5	Social Mention	91
3.6.7.6	SpyFu	91
3.6.7.7	Visual Understanding Enviroment, TouchGraph	91
3.6.7.8	Wayback Machine	92
3.6.7.9	Zanran.....	92
3.7	Zpracování údajů	92
3.7.1	Analýza získaných dat a údajů	93
3.7.2	Ukládání dat	101
3.8	Zpravodajská analýza.....	105
3.8.1	Mentální model	107
3.8.2	Vliv množství údajů na přesnost závěrů analýzy	109
3.8.3	Požadavky na práci analytika a úskalí jeho práce	110
3.9	Distribuce zpravodajství	112
4.	Pracovní plán Competitive Intelligence.....	114
4.1	Návrh pracovního plánu Competitive Intelligence.....	115
5.	Softwarové nástroje Competitive Intelligence	133
5.1	Corpus Solutions Intelligence platform.....	133
5.1.1	Situace u zákazníka.....	134
5.1.2	Klíčové problémy	134
5.1.3	Řešení.....	135
5.1.3.1	Corpus data connect.....	137
5.1.3.2	Masterdata management	137
5.1.3.3	Vstupní analytika	137
5.1.3.4	Datová báze.....	137
5.1.3.5	Corpus power analysis	137
5.1.4	Dosažené přínosy	138
5.2	Analytický, Rešeršní a Monitorovací Systém - ARMS	138
5.2.1	Produkty tvořící ARMS	139
6.	Metodický přístup k užití vybraných metod v Competitive Intelligence	142
6.1	Myšlenková mapa.....	143
6.2	Analýza možného vývoje odvětví.....	143
6.3	Analýza možného vývoje trhu	148
6.4	Analýza konkurenta	150
6.4.1	Typ konkurenta.....	150
6.4.2	Analýza konkurenta podle Portera.....	151

6.4.3	Analýza konkurenta dle Sun Tzu	158
6.4.4	Analýza zranitelnosti	164
6.4.5	Signály zranitelnosti	165
6.4.6	Psychologické profilování	166
6.4.7	Zpětné inženýrství (Reverse Engineering).....	168
6.5	Analýza možného konkurenčního střetu.....	168
6.5.1	Identifikace „ducha a dynamiky“ konkurenčního střetu	168
6.5.2	Identifikace fáze útoku na konkurenční firmu	169
6.5.3	Strategie volby konkurenčního boje	172
6.6	Analýza událostí	172
6.6.1	Analýza toku událostí	173
6.6.2	Matice událostí	173
6.6.3	Analýza událostí a příčin	173
6.6.4	Historicko-grafická analýza.....	173
6.7	T - Analýza	174
6.8	Patentová analýza	174
6.9	Textová a obsahová analýza	176
6.9.1	Obsahová analýza	176
6.9.2	Textová analýza	176
6.10	Matice křížového dopadu	178
6.11	Metoda scénářů	179
6.12	Metoda analýzy konkurenčních hypotéz	181
6.12.1	Přehled jednotlivých kroků analýzy konkurenčních hypotéz:	182
6.13	Metoda strategických válečných her	183
6.14	Analýza rizika	185
6.15	Analýza citlivosti	189
6.16	Analýza potenciálních problémů a příležitostí.....	189
7.	Přehled možného užití metod v Competitive Intelligence.....	191
7.1	Heuristické operace (činnosti) tvůrčího myšlení.....	192
8.	Etika a Competitive Intelligence.....	199
8.1	Etický kodex Competitive Intelligence dle Fulda.....	199
8.2	Etický kodex Competitive intelligence dle SCIP	200
8.3	Pravidlo újmy	200
9.	Mezinárodní organizace Competitive Intelligence.....	201
9.1	Strategic and Competitive Intelligence Professionals - SCIP	201
9.2	Association of Independent Information Professionals - AIIP	201
9.3	Global Intelligence Alliance - GIA	202
9.4	Mezinárodní aspekty Competitive Intelligence.....	202
9.4.1	Překonávání kulturních a jazykových bariér	203
10.	Organizační formy Competitive Intelligence	205
10.1	Externí firma	205
10.2	Firemní útvar.....	206
10.2.1	Výzkum konkurence.....	207
10.2.2	Zrcadlová organizace	207
10.2.3	Stínová organizace	207

10.3	Útvary sledování konkurence v praxi zahraničních firem	207
10.3.1	Competitive Intelligence Center (CIC)	207
10.3.2	Innovation Intelligence Center (IIC)	208
10.4	Specifický informační systém firmy	208
10.4.1	Podstata Spefisu	208
10.4.2	Požadavky na personální zajištění Spefisu.....	211
10.4.2.1	Obecné požadavky na personální zajištění Spefisu	211
10.4.2.2	Specifické požadavky na personální zajištění Spefisu	211
10.5	Proces zavádění Competitive Intelligence u firmy	214
10.5.1	Formy zavádění Competitive intelligence	216
10.5.2	Spolupráce vedení útvaru Competitive Intelligence s manažery	218
10.5.3	Nejčastější chyby při zavádění Competitive intelligence do podniku	219
11.	Counter Competitive Intelligence	221
11.1	Bezpečnostní politika podniku	223
11.2	Ochrana informace.....	226
11.2.1	Vzorec úniku zpravodajství	228
11.3	Ostraha podniku.....	229
11.4	Kontrarozvědná ochrana podniku	230
11.4.1	Zpravodajský cyklus Counter Competitive Intelligence	230
11.4.1.1	Základní zpravodajský cyklus Counter Competitive Intelligence.....	231
11.5	Utajení činnosti.....	234
11.6	Obchodní tajemství firmy	238
11.7	Dezinformace	240
11.7.1	Dezinformace v historii.....	240
11.7.2	Druhy dezinformace	242
12.	Příklad provedení Competitive Intelligence na produktu podniku.....	247
13.	Přílohy k příkladu	265
14.	Závěr	301
15.	Summary	303
16.	Literatura.....	304
17.	Seznam obrázků	311
18.	Seznam tabulek	312
19.	Seznam formulářů	313
20.	Rejstřík.....	314