

# Sylabus pro předmět

## COMPETITIVE INTELLIGENCE

<b>Kód předmětu:</b>	4IT529
<b>Název v jazyce výuky:</b>	Competitive Intelligence
<b>Název česky:</b>	Competitive Intelligence
<b>Název anglicky:</b>	Competitive Intelligence
<b>Počet přidělených ECTS kreditů:</b>	5
<b>Forma výuky kurzu:</b>	prezenční; 2/2 (počet hodin přednášek týdně / počet hodin cvičení týdně) při semestrální výuce mimosemestr; 26/26 (počet hodin přednášek za období / počet hodin cvičení za období) při mimosemestrální výuce
<b>Forma ukončení kurzu:</b>	zkouška
<b>Jazyk výuky:</b>	čeština
<b>Doporučený typ a ročník studia:</b>	magisterský navazující (druhý cyklus): 1
<b>Semestr:</b>	— obsah této položky nebyl definován —
<b>Vyučující:</b>	PhDr. Jan Černý, Ph.D. (garant)
<b>Omezení pro zápis:</b>	žádné
<b>Doporučené doplňky kurzu:</b>	žádné
<b>Vyžadovaná praxe:</b>	žádná

### Zaměření předmětu:

Tento kurz poskytuje podrobný pohled na problematiku Competitive Intelligence (CI) v kontextu webových prostředí a jejich významu v soudobném podnikovém prostředí. Studenti se prostřednictvím kombinace teoretických konceptů, praktických cvičení a případových studií naučí shromažďovat a analyzovat informace o svých konkurentech a konkurenčním prostředí, využívající zdrojů v povrchovém i deep webu.

### Výsledky učení:

Po úspěšném absolvování předmětu budou studenti schopni:

- Schopnost navnímat webová prostředí jako zdroje dat, informací a znalostí.
- Umět používat pokročilé rešeršní metody pro zdroje povrchového webu i deep webu.
- Porozumět životnímu cyklu Competitive Intelligence a implementovat ho do struktury společnosti.
- Být schopný identifikovat Key Intelligence Topics (KIT) a Key Intelligence Questions (KIQ) a na jejich základě stanovit informační požadavky a určit relevantní zdroje.
- Studenti budou schopni diskutovat problém slabých signálů ve společnosti, jak je zachytit a přeměnit na neocenitelné poznatky, které by mohly formovat podnikovou strategii.
- Studenti získají komplexní porozumění pro řízení duševního vlastnictví, typů databází duševního vlastnictví a způsobů, jak odhalit strategii duševního vlastnictví své konkurence.
- Připravit nalezená data a informace pro další analýzu.

### Obsah předmětu:

- Definice a rozsah Competitive Intelligence
- Historie Competitive Intelligence a jeho role v moderním podnikání
- Právní a etické stránky v Competitive Intelligence
- Webové prostředí jako zdroje dat, informací a znalostí
- Pokročilé metody vyhledávání pro zdroje povrchového webu a hlubokého webu
- Nástroje a techniky pro sběr a analýzu dat
- Porozumění životnímu cyklu Competitive Intelligence
- Identifikace klíčových témat Competitive Intelligence a relevantních zdrojů
- Nastavení požadavků na informace a sběr dat
- Analýza a interpretace dat k identifikaci vzorců a trendů

- Vytváření poznatků a doporučení (využití myšlenkových map)
- Předvídání budoucího vývoje v konkurenčním prostředí
- Porozumění typům databází duševního vlastnictví a jejich použití v Competitive Intelligence
- Analýza strategie duševního vlastnictví konkurentů
- Správa a ochrana duševního vlastnictví
- Efektivní strategie komunikace pro poznatky v Competitive Intelligence
- Příprava a prezentace zpráv a prezentací pro klíčové zainteresované strany
- Vytváření vizualizací a nástrojů pro prezentaci poznatků
- Aplikace Competitive Intelligence v produktovém vývoji, marketingu a dalších oblastech podnikání
- Případové studie úspěšné implementace Competitive Intelligence
- Budoucí trendy v Competitive Intelligence a jeho role v se měnícím se podnikatelském prostředí
- Umělá intelligence a CI

#### Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin):

Druh	Počet hodin studijní zátěže
	Prezenční studium
Účast na přednáškách	24
Příprava na přednášky	12
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	24
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	10
Příprava semestrální práce	25
Příprava prezentace	25
Příprava na závěrečný test	10
<b>Celkem</b>	<b>130</b>

#### Způsoby a kritéria hodnocení:

Druh	Váha
	Prezenční studium
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích	20 %
Vypracování semestrální práce	30 %
Prezentace	30 %
Absolvování závěrečného testu	20 %
<b>Celkem</b>	<b>100 %</b>

#### Hodnocení:

Zkoušky

1 Výborně (90 – 100 %)

2 Velmi dobře (75 – 89 %)

3 Dobře (60 – 74 %)

4 Nedostatečně (0 – 59 %)

Zápočty

Z Započteno

NZ Nezapočteno

#### Zvláštní podmínky a podrobnosti:

Tento kurz byl spolufinancován Evropskou unií, Národním plánem obnovy z projektu NPO\_VŠE\_MSMT-16603/2022.

## Literatura:

Typ*	Autor	Název	Místo vydání	Nakladatel	Rok	ISBN
Z	MOLNÁR, Zdeněk	Competitive intelligence, aneb, Jak získat konkurenční výhodu	Praha	Oeconomica	2012	978-80-245-1908-1
D	De las Heras-Rosas C, Herrera J.	Innovation and competitive intelligence in business. A bibliometric analysis. International Journal of Financial Studies. 2021 Jun 10;9(2):31.				
D	Hristovski R, Balagué N.	Theory of cooperative-competitive intelligence: principles, research directions, and applications. Frontiers in Psychology. 2020 Sep 11;11:2220.				
D	Ranjan J, Foropon C.	Big data analytics in building the competitive intelligence of organizations. International Journal of Information Management. 2021 Feb 1;56:102231.				
D	Wu Q, Yan D, Umair M.	Assessing the role of competitive intelligence and practices of dynamic capabilities in business accommodation of SMEs. Economic Analysis and Policy. 2023 Mar 1;77:1103-14.				

\* Z – základní literatura    D – doporučená literatura