Studiengang Informationswissenschaft (Bachelor of Science)

Wahlpflichtkatalog

Themenbereich: Information Broking

Modul-bezeichnung	Analyse des Marktes und Wettbewerbes im Bereich Competitive Intelligence
Belegnummer	7205
Studiengang / Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Informationswissenschaft
Modulverantwort-liche(r)	Dr. Luzian Weisel - FIZ Karlsruhe - Leibniz Institut für Informationsinfrastruktur
Dozent(in)	Dr. Luzian Weisel
Dauer	1 Semester
Credits	5 CP
Prüfungsart	Projektseminar: 2/3 Gruppenarbeit (2 Referate zu inhaltlichen Aspekten (max. 20min), Projektvorstellung, Protokolle); 1/3 individuelles Einbringen in die Planung und Umsetzung der Projektidee, individueller Projektbericht
Sprache	Deutsch
Inhalt	Was ist das Problem? Als "Competitive Intelligence" (oder Konkurrenzbeobachtung) wird nach Michaeli (2005) einerseits der systematische Prozess der Informationserhebung und -analyse bezeichnet, durch den aus fragmentierten (Roh-) Informationen über Märkte, Wettbewerber und Technologien den Entscheidern ein plastisches Verständnis über ihr Unternehmensumfeld entsteht. Konkurrenzbeobachtungs-Themen sind dabei meist zukunftsorientierte Aussagen zu Wettbewerberpositionie-rungen, -intentionen und -strategien. Andererseits ist "Intelligence" das Endresultat des Prozesses: das benötigte Wissen über Markt und Wettbewerb. Insbesondere werden Aussagen über die erwarteten Auswirkungen für das eigene Unternehmen und darauf basierende Handlungsempfehlungen getroffen. Die Konkurrenzbeobachtung ist gerade für Aufgabenstellungen der Strategieentwicklung bzw. Unternehmensentwicklung von unmittelbarer Bedeutung. In zahlreichen weiteren Unternehmensbereichen können die Erkenntnisse der Konkurrenzbeobachtung ebenso zur Unterstützung von taktischen Entscheidungen eingesetzt werden. Unternehmen und Märkte sind stärker denn je einem schnellen Wechsel von Produkten und Mitbewerbern unterzogen. Dies trifft insbesondere in Branchen zu, die einem permanenten Wandel (kurze Produktlebenszyklen, Globalisierung) unterzogen sind. Die Fähigkeit eines Unternehmens, durch Konkurrenzbeobachtung Wettbewerbsvorteile zu erlangen, ist hierbei zur Überlebensvoraussetzung geworden, da eine Managemententscheidung letztlich nur so gut sein kann wie die Informationen, auf denen sie basiert.

	In diesem Projektseminar betrachten wir die Definition, die Bedeutung und die Elemente der Competitive Intelligence (CI) sowie ihre Hauptanwendungen in Firmen, speziell von FIZ Karlsruhe. Welche Rolle spielen Patent- und Forschungs- und Wirtschaftsinformation bei Fragen der Competitive Intelligence? Wie groß ist der CI-Markt und welches sind die Zielgruppen? Wie sehen deren Anforderungen an Inhalte und Form der Informationsangebote aus? Ziel des Kurses ist - mit Unterstützung der Kursleitung und in Gruppenarbeit - durch eine Branchenstrukturanalyse nach dem Fünf-Kräfte-Modell von Porter ein Bild der Marktakteure (Anbieter, Mittler, Abnehmer, Zielgruppen etc.) sowie des Marktumfeldes und Trends im Bereich der Competitive Intelligence von FIZ Karlsruhe zu erhalten. Damit betreten wir Neuland.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Was lernen Sie in diesem Kurs? Mit welcher Methode? Das Lernziel des Projektseminars besteht darin, Ihnen die theoretischen Kenntnisse und die praktischen Erfahrungen zu vermitteln, um selbstständig eine Marktanalyse durchführen zu können. Unter Anleitung des Dozenten werden Sie anhand der Aufga-benstellung in Gruppenarbeit lernen, Informationsbedarfe zu erkennen und fundierte Quellenkritik zu üben: die Entwicklung des kritischen Urteilsvermögens beim Suchen und Finden, das nachfolgende Bewerten und Verwenden von Informationen. Der kompetente Umgang mit Information, ist ein wesent-liches Element Ihrer zukünftig guten wissenschaftlichen Praxis und damit ein unverzichtbares Ziel Ihrer Ausbildung in der Informationswissenschaft und der Bibliothekspraxis. Informationskompetenz steigert Ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt! Ein weiteres Lernziel ist deshalb die Entwicklung des Verständnisses für Informationskompetenz als Unterstützungsprozess zur Marktanalyse und der damit verbundene Erwerb von Orientierungswissen z.B. zur Informationsbranche, zur Rolle von Patent- und For-schungsinformation im Innovationsprozess, zur Praxis der Markt- und Wettbewerbsbeobachtung.
Niveaustufe / Level	Fortgeschrittenes Niveau (advanced level course)
Lehrform / SWS	Seminar (4SWS)
Arbeitsaufwand / Workload	128 Stunden
Units (Einheiten)	
Notwendige Voraussetzungen	
Empfohlene Voraussetzungen	Grundkenntnisse des Marketing-Mix; Eigeninitiative bei der Informationsermittlung; Kreativität bei der Modellbildung für eine praxisrelevante Fragestellung Neugier auf das Betreten von Neuland bei der Beobachtung des Marktes und des Wettbewerbsumfeldes eines realen Unternehmens
Häufigkeit des Angebots	
Anerkannte Module	Siehe § 19 ABPO
Medienformen	

Literatur	Literaturhinweise und Internetquellen, z. B. : • DCIF. Deutsches Competitive Intelligence Forum. Zugriff am 05.04.20116. Verfügbar unter www.dcif.de. • Michaeli, R. (2005) Competitive Intelligence, Springer Verlag Heidelberg. Zugriff am 03.09.2015. Verfügbar unter http://www.competitive-intelligence.com/buch-competitive-intelligence/competitive-intelligence. • Romppel, A. (2006). Competitive Intelligence. Konkurrenzanalyse als Navigationssystem im Wettbewerb. Cornelsen-Verlag Berlin • Wikipedia, Branchenstrukturanalyse. Zugriff am 05.04.20116. Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Branchenstrukturanalyse

Stand: 06.03.2018, 15:23:46