INFORMAČNÍ VYHLEDÁVÁNÍ

Projekt v rámci Informační vědy 2

Zpracovali: Katarína Hečková, Tomáš Janypka, Lucie Kořistková, Katarína Mydliarová, Radek Trojan

Seznam nalezených profesí z oblasti informačního vyhledávání:

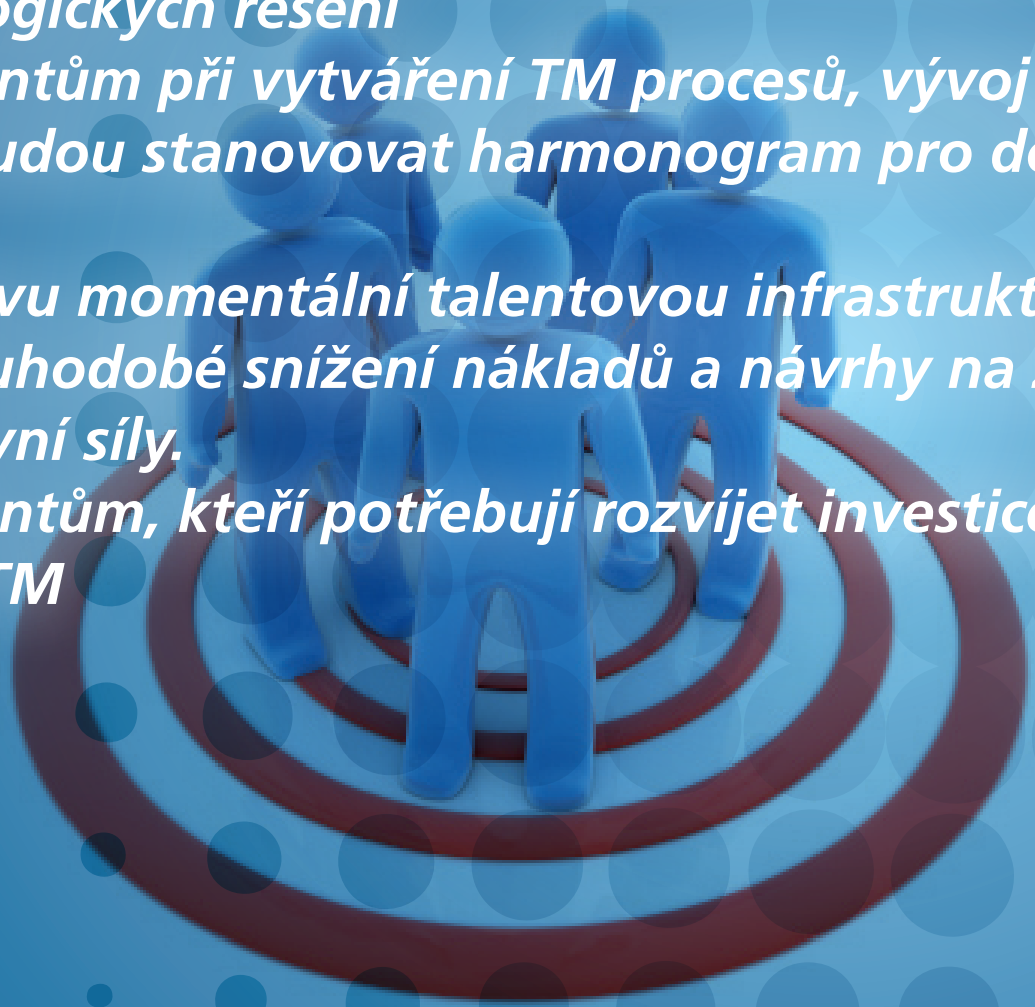
rešeršér
Informační broker
Monitoring medií
Business and marketing search(průzkum trhu)
Průzkum veřejného mínění
Knihovník
Pracovník CI (Competetive Intelligence)
Pracovník Business Intelligence
Pracovník country intelligence
Pracovník customer intelligence
Pracovník talent intelligence
Pracovník v oblasti veřejné správy-veřejné informace
Pracovník v informačním centru
Informační manager
Bibliograf
Informační konzultantv

Talent intelligence

je definována jako aplikace či technologie, která je používána ke shromažďování informací, analyzování a poskytování přístupu k daným informacím o talentu, jakožto souvisejícím lidském kapitálu a pomáhá tak organizacím s rozvojem. Používá tedy technologie Competetive intelligence.

Typické popis zaměstnání v oboru TI:

- *hledání nových talentů*
- *školení firem, analýza talentů*
- *práce s klienty, pohovory na určení talent management procesů, použití technologických řešení*
- *pomáhat klientům při vytváření TM procesů, vývoj strategických map, které budou stanovovat harmonogram pro dosavadních vytyčených cílů*
- *zjistit klientovu momentální talentovou infrastrukturu,navrhnout klientovi dlouhodobé snížení nákladů a návrhy na zlepšení managementu pracovní síly.*
- *asistence klientům, kteří potřebují rozvíjet investice do obchodní technologie TM*



Hledání nových talentů

- *Manuálně*
- *Na apel*
- *Pomocí nástroje*

Nástroje pro hledání

- *broadlook- což je internetový pomocný nástroj, který automaticky získá jména zaměstnance, pracovní zařazení, e-mailové adresy a telefonní čísla*
- *Avature- což je to globální poskytovatel informacích o produktech, konzultování a školení či zaměstnaneckých službe*
- *infoGIST- je softwarový nástroj v počítači, který poskytuje jednotné rozhraní pro vyhledávání přes tisíc on-line životopisů banky, webové stránky a placené zaměstnání desky*
- *DataFrenzy- je distributor zaměstání v management společnosti*
- *eGrabber-firma, která vynalézá technologie a podnikové procesy, které zjednodušují odborné vyhledávání*
- *talent Hook- je nástroj na vyhledávání životopisů, který prohledává stovky stránek během pár sekund*
- *Navicus – systém na vyhledávání lidí, který umí třídit zaměstnance. Vznikl na základě 30-leté psychometrické praxe, vyzkoušen při přijímání více jak 300 zaměstnanců. Jeho úkolem je vyhodnotit podle určitých testů zručnosti, zkušenosti, chování člověka, který by byl vhodný pro danou práci*

Pracovní podmínky a zodpovědnost pracovníka TI

- *rozumět a umět formulovat strategickou hodnotu integrovaných TM procesů, obchodních nadání, rozumět softwaru podniku, TM technologiím*
- *dobrý písemný projev*
- *schopnost systematizovat informace do jasných a výstižných zpráv, detailních analytických zpráv a dobrých shrnutí*
- *efektivní slovní komunikace*
- *schopnost adaptovat se na potřebný verbální styl*
- *schopnost nezávislé práce*
- *práce s týmem na dálku*
- *tvořivé myšlení*
- *efektivní řízení času*
- *schopnost převzít iniciativu nad projektem*

Zkušenosti, které jsou požadovány při každém pokroku

- *ukázat znalost TM projektů*
- *umět řídit strategie a realizace spojené s výběrem systému*
- *dokázat zkušenost s vedením týmu*
- *schopnost pracovat s lidmi*
- *překonávat očekávání klientů*
- *10-ti letá praxe v oboru*

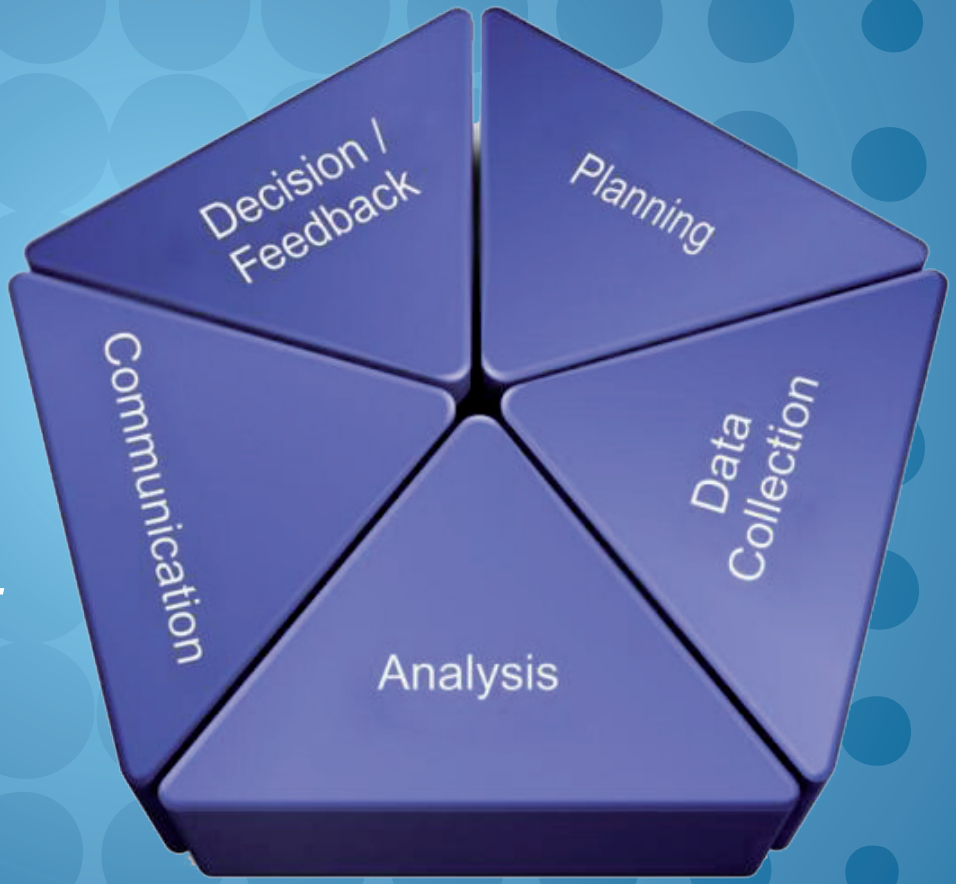
Competitive Intelligence

- *vyhledávání a shromažďování informací o konkurenci, kdy tyto informace jsou různých typologií a dohromady skládají mozaiku obrazu o konkurenci*
- *procesy analýzy a syntézy dat a informací, které se mohou transformovat do strategické znalosti mající za následek konkurenční výhodu*
- *znalosti mající za následek konkurenční výhodu*
- *rovněž informace z okolí sledovaných subjektů: trh, stát, právo a legislativa, politické a demografické souvislosti (např. pro investiční průniky na neznámé nebo vzdálené trhy)*

Druh práce profesionála a jeho predpoklady v CI

Profesionál v CI je především znalostním pracovníkem, jehož práce se nejvíce podobá práci investigativního novináře se značným instinktem a intuicí.
Měl by to být:

- ***Zkušený informační pracovník, protože každý CI projekt začíná rozsáhlým výzkumem informačních zdrojů.***
- ***Musí mít široké teoretické znalosti z různých oborů od finančních analýz přes znalosti technicko/technologické, legislativní až po politické.***
- ***Měl by být velmi zkušený v provádění rozhovorů***
- ***Musí být přesvědčivý v argumentaci***
- ***Nesmí se bát být nositelem špatných zpráv***



Odpovědnost pracovníka CI

Schopnost předcházet etickým pochybením v:

- *problematice závazků ke klientovi a informačním zdrojům*
- *konfliktu zájmů*
- *problematice vztahu klienta a konzultanta*
- *problematice povinných závazků CI profesionálů*

Tyto pochybení mohou nastat díky neetickému chování profesionálů z těchto důvodů:

externí: *síla drsného konkurenčního prostředí, která ovlivňuje činnost CI profesionála, jenž jedná pod tíhou dané situace*

interní: *nedostatečná etická průprava, vnitřní tlak organizace, vlastní morální uvažování*

Organizace v CI

Association of Independent Information Professional (AIIP)

Organizace byla založena 6.června 1987 v USA. V současnosti má přes 700 členů, z různých oborů i zemí kteří nabízející informační služby. Pravidelně vychází periodikum s názvem Database a Online.

Society of CI Professionals (SCIP)

Jedná se především o experti CI, kteří se sdružují v asociaci profesionálů - Society of CI Professional. Asociace má pobočky po celém světě i v České republice, kde funguje od roku 2005 jako Sdružení SCIP. Jejím úkolem je „sdružovat na základě aktivního zájmu odborníky, kteří se zabývají rozvojem konkurenceschopnosti při podnikání využitím specifických znalostí a informací a jejich poskytování ve prospěch zejména českých institucí, podnikatelských subjektů a organizací s cílem přispívat k celkové kultivaci konkurenčního prostředí a zvyšování podnikatelské etiky v ČR obecně“.

Monitoring médií

Historie

Zpočátku společnosti a instituce využívaly „klasickou“ výstřižkovou službu nebo si samy vystříhávaly články z novin, které pak dále kopírovaly a v této tištěné podobě i archivovaly. Management společností zajímala především vlastní mediální publicita, popř. mediální publicita konkurence. Rozvoj technologií posunul tento obor do jiných - elektronických – dimenzí.

Co je monitoring médií?

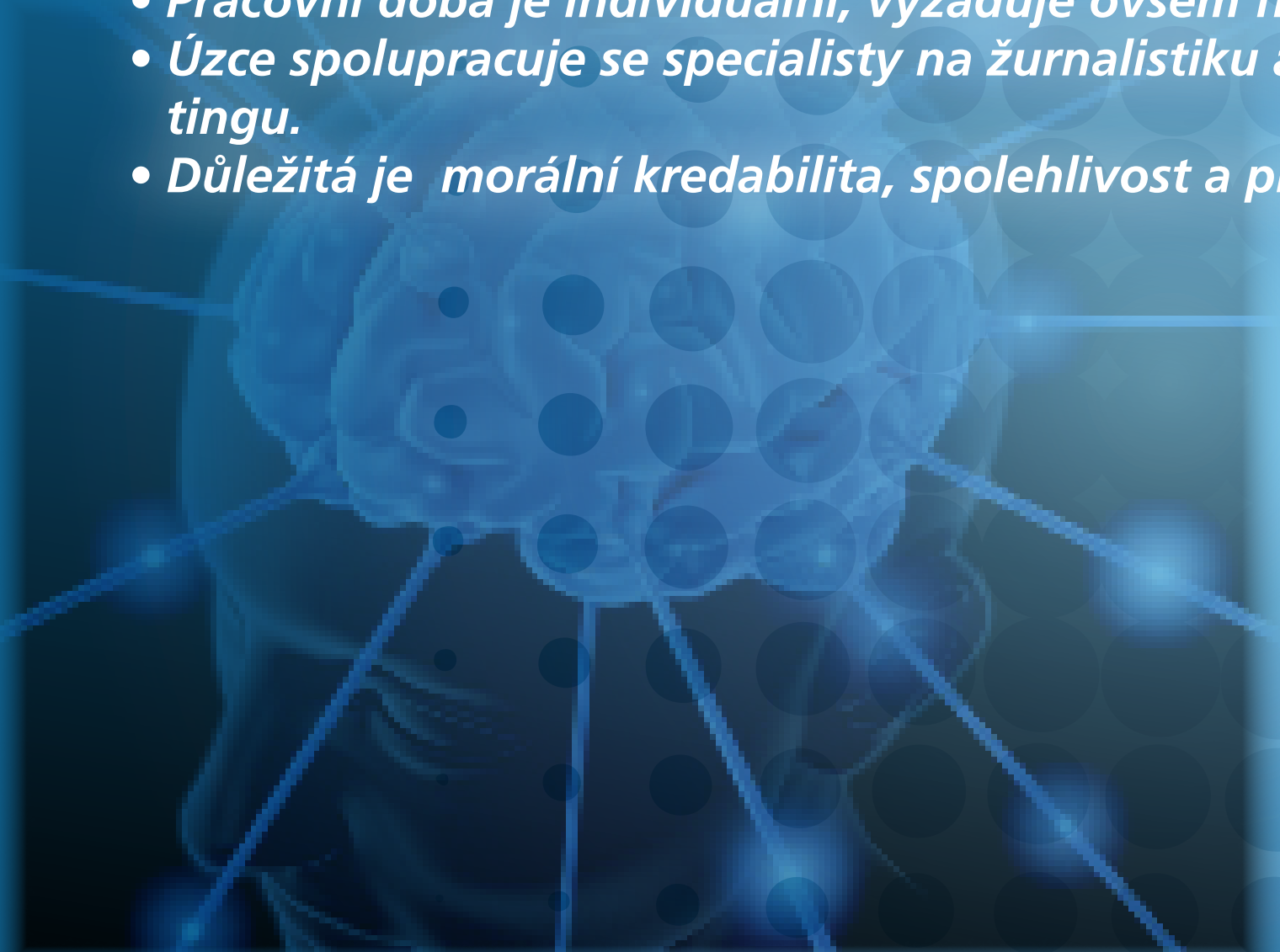
Monitoring médií je průběžné sledování tisku, rozhlasu, televize, internetu (...) a následné zpracovávání výběrových přehledů, analýz a statistik podle potřeb organizací i jednotlivých klientů

Náplň práce v oboru MM

Náplní práce je získávání informací (rešerše, monitoring, terénní sběr dat), analytické zpracování dat, tvorba, publikování a související komunikace odborných strategických studií, popularizačních dokumentů i spotřebitelských článků, rovněž texty reklamní a marketingové, určené pro publikování na webu nebo tiskem. Realizují jak dílčí pracovní úkoly, tak také ucelené zakázky, v rámci nichž vytváří celý textový dokument od počátku jeho vzniku až k jeho zveřejnění. V rámci specializací poskytují rovněž individuální konzultace

Pracovní podmínky a odpovědnost

- *Informační pracovník je nevázaný na lokaci ale na dostupnosti dat které zpracovává.*
- *Pracovní doba je individuální, vyžaduje ovšem flexibilitu.*
- *Úzce spolupracuje se specialisty na žurnalistiku a jiné obory marketingu.*
- *Důležitá je morální kredabilita, spolehlivost a přesnost.*



Jak se stát pracovníkem monitoringu médií?

AbcRedakce:
„Většina našich spolupracovníků prošla českým vzdělávacím systémem, čili dohromady neuměla nic nebo alespoň nic praktického (titulem PhD. z kulturologie nás nikdo neoslní). Většina začíná od nuly, jako volontér projde většinou oddělení a po konzultaci s vedoucím je vybráno jeho vhodné zařazení. Cení se pokora, ale i vlastní invence každého pracovníka. Obecně vzato kdokoli může být vedoucím týmu a nakonec i společníkem ve firmě.“

Základ a zkušenoti při práci:

- *Ochota se učit*
- *vlastní invence*
- *zkušenosti jsou individuální*

Organizace v MM

I.A.B.M.(International Association of Broadcast Monitors) - Mezinárodní organizace pro výměnu dat získávaných monitoringem televize, rádia a tiskovin.

ZDROJE:

Http://www.newtonmedia.cz/ [online]. 2008 [cit. 2010-04-09]. newtonmedia.cz. Dostupné z WWW: <http://www.newtonmedia.cz/>.

Http://www.vugtk.cz/vystrizky/indvys.html [online]. 2010 [cit. 2010-04-09]. vugtk.cz. Dostupné z WWW: <http://www.vugtk.cz/vystrizky/indvys.html>.

Http://redakce.abchistory.cz/monitoring-tisku/ [online]. 2004 - 2010 [cit. 2010-04-09]. redakce.abchistory.cz. Dostupné z WWW: <http://redakce.abchistory.cz/monitoring-tisku/>.

Http://www.m-journal.cz/cs/public-relations/aplikovane-pr/monitoring-medii__s388x442.html [online]. 2004 - 2009 [cit. 2010-04-09]. m-journal.cz. Dostupné z WWW: <http://www.m-journal.cz/cs/public-relations/aplikovane-pr/monitoring-medii__s388x442.html>.

Http://klikni.idnes.cz/Pocitace-internet-komunikace/Internet/Vyhledavani-portaly/Monitoring-tisku/index.htm [online]. 2008 - 2010 [cit. 2010-04-09]. klikni.idnes.cz. Dostupné z WWW: <http://klikni.idnes.cz/Pocitace-internet-komunikace/Internet/Vyhledavani-portaly/Monitoring-tisku/index.htm>.

Http://www.monitorce.com/cs/monitoring [online]. 2009 [cit. 2010-04-09]. monitorce.com. Dostupné z WWW: <http://www.monitorce.com/cs/monitoring>.
Http://www.headlines.cz/index.php?HLID=5580dfe0daec7f888b075d7e753ecdbe [online]. 2010 [cit. 2010-04-09]. Headlines.cz. Dostupné z WWW: <http://www.headlines.cz/index.php?HLID=5580dfe0daec7f888b075d7e753ecdbe>.

MARKET VISION s.r.o. - Market Research and Consulting. Průvodce metodou Competitive Intelligence.COMPETITIVE INTELLIGENCE : newsletter [online]. 2005, č.1, [cit. 2010-04-11]. Dostupný z WWW: <http://www.marketvision.cz/files/ci_web.pdf>.

Česká společnost pro systémovou integraci. Cssi [online]. 2009-02-26 [cit. 2010-04-11]. Competitive Intelligence. Dostupné z WWW: <http://www.cssi.cz/cssi/competitive-intelligence-0>. ISSN 1214-6242

ŠMEJKAL, Petr . Úvod do problematiky Competitive Intelligence : s přihlédnutím k situaci v ČR [online]. Brno : Ústav české literatury a knihovnictví Kabinet knihovnictví, 2006. 99 s. Diplomová práce. MASARYKOVA UNIVERZITA. Dostupné z WWW: <http://is.muni.cz/th/43262/ff_m/diplomka.pdf>.

Byloková Kateřina; Čech Martin; Masaříková Gabriela; Sedláčková Alena; Stroupková Martina. Competitive Intelligence a Portál CI. Inflow: information journal [online]. 2009, roč. 2, č. 1 [cit. 2010-04-11]. Dostupný z WWW: <http://www.inflow.cz/competitive-intelligence-portal-ci>. ISSN 1802-9736.

ŠPINGL, Ivan. Konjunktura.cz : Webzin o Competitive Intelligence [online]. 2007-24-10 [cit. 2010-04-11]. Competitive Intelligence. Dostupné z WWW: <http://konjunktura.cz/competitive-intelligence-23>. ISSN 1213-3884

PÁPIK, Richard. Inforum.cz [online]. [cit. 2010-04-11]. METODY COMPETITIVE INTELLIGENCE NA INTERNETU. Dostupné z WWW: <http://www.inforum.cz/archiv/infomedia98/pdf/papik.pdf>.

PAPÍK, Richard. Metody Competitive Intelligence v prostředí externích informačních systémů [online]. Praha : Ústav informačních studií a knihovnictví, 2003. 481-487 s. Oborová práce. Univerzita Karlova,Filozofická fakulta. Dostupné z WWW: <http://si.vse.cz/archive/proceedings/2003/metody-competitive-inteligence-v-prostredi-externich-informacnich-systemu.pdf.>

DELTL, Johannes. Slideshare.net [online]. 2008 [cit. 2010-04-11]. Competitive Intelligence - An Introduction. Dostupné z WWW: <http://www.slideshare.net/Deltl/competitive-intelligence-english-presentation>.

MICHAELI, Rainer .Competitive Intelligence : Strategische Wettbewerbsvorteile erzielen durch ... [online]. Germany (Berlin) : Springer Berlin Heidelberg, 2006 [cit. 2010-04-11]. Dostupné z WWW: <http://books.google.cz/books?id=ecgNM-NMUf8C&printsec=frontcover&dq=competitive+intelligence&source=bl&ots=feQM4uzFfR&sig=ktY7Y4IqgotcY-rH7SJTp36CtSZk&hl=cs&ei=7VO4S7HoG6OfOK6VxaEL&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=7&ved=0CB8Q6AEwBg#v=onepage&q&f=false>. ISBN 103-540-03081-6.

COMBS, Richard . Combsinc.com [online]. 2003 [cit. 2010-04-11]. The Competitive Intelligence Handbook. Dostupné z WWW: http://www.combsinc.com/handbook.htm Talent-intelligence.com [online]. 2008 [cit. 2010-04-12]. Dostupné z WWW: <talent-intelligence.com>.

KOHOUTEK, Rudolf . BZ.cz: slovník cizích slov [online]. 2010 [cit. 2010-05-15]. Monitoring médií - ABZ.cz: slovník cizích slov. Dostupné z WWW: <http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/monitoring-medii>.