



MASARYKOVA UNIVERZITA

Informační politika na organizační úrovni

Informační politika na organizační úrovni

- Co je IP?
- Růst významu informací v celém průmyslu => uvnitř i vně instituce vliv na fungování => změny v řízení (informační, znalostní management)
- J. B. Harreld: 3 role managementu v nové ekonomice:
 - Řídit informační toky
 - Řídit inovace a tvorbu intelektuálního vlastnictví
 - Řídit neustálé procesy učení
- Vazba na IT, (organizaci) sdílení informací a znalostí, ale i obsahy informací a lidský faktor (vztahy)

Definice TDKIV

- ☒ **Informační sektor:** „Jedno z nejvýznamnějších odvětví informační společnosti reprezentované informačním průmyslem, rozsáhlou strukturou služeb propojenou komunikační sítí a opírající se o systém vzdělávání a vědy.“ [VLASÁK-2001:150-160]
- ☒ **Informační průmysl:** „Národohospodářská oblast zahrnující činnosti a instituce, které se zabývají shromažďováním, zpracováním a komunikací informací, provozem informačních systémů a poskytováním informačních služeb.“ [VLASÁK-2001:159-168]
- ☒ **Informační ekonomie:** „(...) se zabývá řešením problémů spojených s růstem kvantity informačních produktů, informačních služeb, nově se formujícího informačního trhu a hledáním zákonitostí, které tyto nové trendy utvářejí.“ [VARIAN-1995:1-2]
- ☒ **Informační ekonomika:** „(...) Informační ekonomika je založena na novém druhu sociálních vztahů a kulturních hodnot, opírajících se o rostoucí vliv informačních a komunikačních technologií, informačního průmyslu a informačního trhu. Informace nejsou v nové ekonomice pouze podkladem pro rozhodování; důležitosti nabývá sama komunikační infrastruktura, informační procesy a realizované transakce v digitálním světě. (...)“ [ZLATUŠKA-2000:1-4]
- ☒ **Informační trh:** „V informační společnosti je většina činností založena na manipulaci s informacemi a nikoli s fyzickými komoditami. (...) Výhodou informačního trhu je, že směna není omezena časem ani místem, probíhá v multimediálním prostředí (zvuk, obraz a text) a obchodní transakce nevyžadují tudíž vysoké náklady. (...)“ [VLASÁK-1993:121-132]

Informační asymetrie

- Teorie informační ekonomie, 2001 George Arthur Akerlof, Michael Andrew Spence a Joseph Eugene Stiglitz „Nobelova cena“ za ekonomii (Cena Švédské národní banky za rozvoj ekonomické vedy na památku Alfreda Nobela)
- Jedna strana dané transakce má o předmětu transakce více informací než druhá strana
- Je to běžná situace, problém je její zneužití => možnost selhání trhu
- 2 typové situace
 - Morální hazard
 - Nepříznivý výběr

Hodnota informace

- Kolik byste byli ochotni dát za informaci, ve které obálce je 1000 Kč a ve které nic, když zvolenou obálku si budete moci nechat?
- Hodnota informací = 50 % šance na peníze v obálce, 50 % na nic v obálce => $50 \cdot 0 + 50 \cdot 1000 = 500$
- U složitějších situací výpočet podobný, ale složitější, např. vlivem sklonů k riziku

Morální hazard (Principal-agent)

- Dva subjekty, jeden dělá něco pro druhého a zneužije přitom svou informační převahu ve vlastní prospěch
- Zmocňující nemá tolik informací o situaci jako zmocněnec + nemůže bez větších nákladů ověřit doporučení zmocněného
- Agenti často placeni institucemi, jejichž produkty doporučují => motivace prodat, na čem sami více vydělají
- Typicky finanční poradenství, akciové společnosti, politikové, ale i centrálně plánovaná ekonomika
- Kolik za nezávislé informace? Ne víc, než kolik mohu získat
- Protiopatření: instituce ověřující kvalitu (srovnání s deklarovanou), dodatečné informace, správně nastavená motivace „agenta“
- Nastavení motivace: finanční sankce či odměny, známosti (historická zkušenost s jeho činností), správně nastavené ocenění služeb (odměna podle výnosu „principal“)

Nepříznivý výběr (Market with lemons)

- Z trhu vytlačováno kvalitnější zboží méně kvalitním
 - Lidé ochotni platit méně za zboží, protože reflektují pravděpodobnost výskytu nekvalitního
 - => prodejci kvalitních nechtějí prodat za tak nízkou cenu
 - => rozmyslí si prodej
 - => zůstane více nekvalitních v poměru ke kvalitním
 - => vyšší pravděpodobnost koupě nekvalitního
 - => zákazník ochotný méně zaplatit
 - => ...
- Např. nákup ojetého auta
- Možnosti redukce: dodatečné informace o prodávajícím i o produktu, vč. možnosti vzít s sebou experta, který schopný odhalit podstatu problému, informace na internetu z testů důvěryhodných institucí

Redukce informační asymetrie

- Klíčové informace
 - Důvěryhodné
 - Nezávislé
- Např. spotřebitelské testy
- Napovědět může i tzv. signální chování (nápověda demonstrace kvality produktu), např. záruka i u použitého zboží

Ekonomické činnosti

- USA (ISIC), Severní Amerika (NAICS)
- NACE: klasifikace pro účely EU (závazné), v ČR CZ-NACE, dříve OKEČ
- Hierarchická struktura
 - Sekce, např. **SEKCE J - INFORMAČNÍ A KOMUNIKAČNÍ ČINNOSTI**
 - Oddíl: 62 - Činnosti v oblasti informačních technologií
 - Skupina: 62.0 - Činnosti v oblasti informačních technologií
 - Třída: 62.02 - Poradenství v oblasti informačních technologií
 - NACE Rev. 1.1 (OKEČ první 4 místa) 72.22 - Jiné dodávky softwaru a poradenství v oblasti softwaru
 - Převedený obsah: analýzy, návrhy a programování systémů „na klíč“ (tj. připravených k okamžitému použití): analýza uživatelských potřeb a problémů, konzultace za účelem nalezení jejich optimálního řešení

Subjekty informačního průmyslu

- Producenti a tvůrci informací a IS (autoři, vydavatelé, nakladatelé technologické firmy...)
- Poskytovatelé a zprostředkovatelé informací a IS (databázová centra, distributoři, PR agentury, informační konzultační firmy = informační brokering, knihovny...),
- Uživatelé informací a IS (univerzity, koncoví uživatelé)

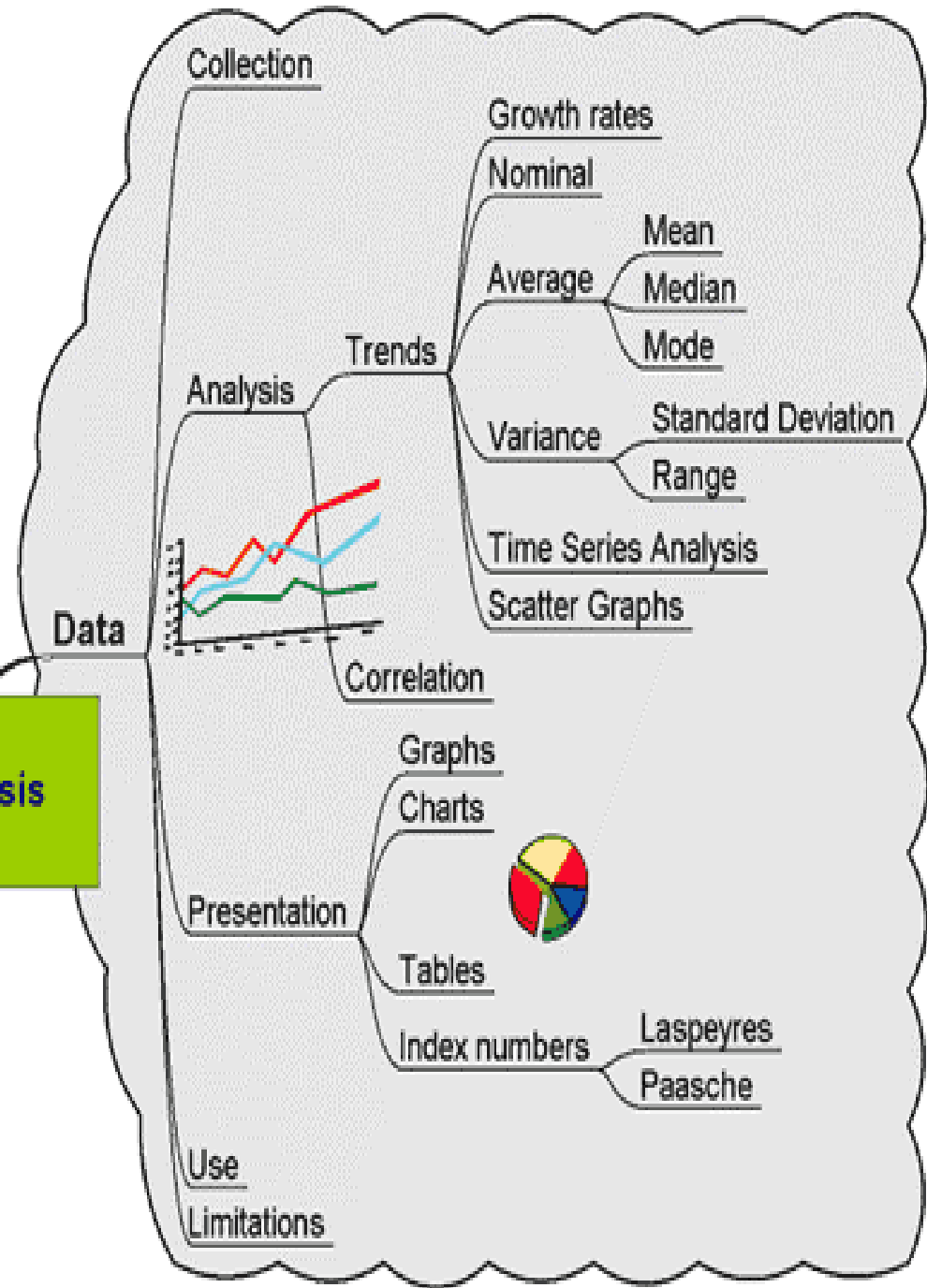
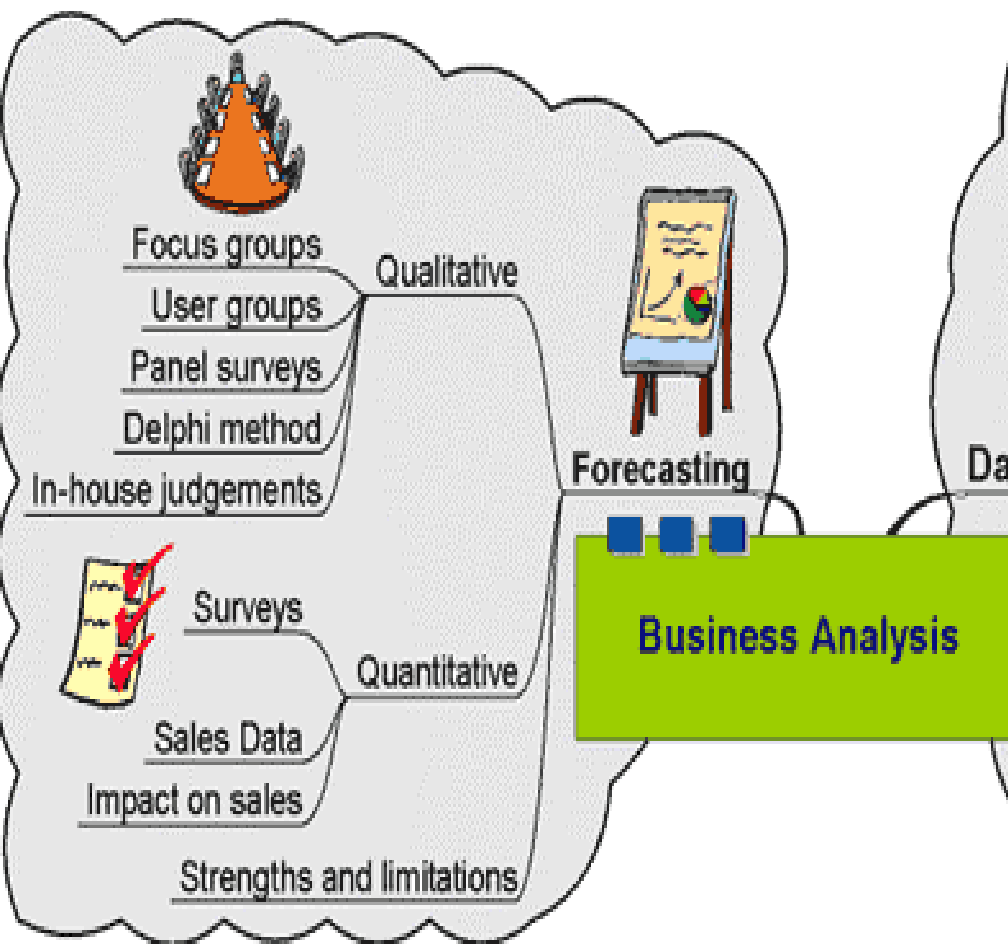
- Dílčí nebo celý informační proces: tvorba => zpracování => ukládání => vyhledávání => distribuce/zpřístupňování informací
- Přiřad'te subjekty k procesu a uveďte příklady (instituce/služby)

Business Intelligence

- ❏ Zastřešující pojem pro popis sady konceptů a metod využití informací pro podporu rozhodování managementu na důkazech
- ❏ Nutnost rychlé akce, pravidelně v čase => automatizovaná podpora
- ❏ Hl. dovnitř - finanční ukazatele, historická data, interní fakta, ale na základě vnějšího (trh, požadavky zákazníků, technologie, regulace...)
- ❏ Přijímané informace spolehlivé, bezpečné, konzistentní, srozumitelné, snadno manipulovatelné, včasné...
- ❏ Architektura BI: datový sklad, business analytika (nástroje manipulace, vytěžování...), BPM (business performance management - zpracování analyzovaného), uživatelské rozhraní
- ❏ Nejčastější oblasti aplikace BI (Thomson, 2004): obecný report, analýza prodeje a marketingu, plánování a prognostika, finanční konsolidace, zákonný reporting, rozpočtování, analýza ziskovosti

Analýza informací

- Horizontální analýza: absolutní a rozdílové ukazatele - vývojové tendence (trendy)
- Vertikální analýza: změny struktury aktiv a pasiv, nákladů a výnosů
- ROI (návratnost investic)
- Prediktivní modely
- SWOT, PEST, Porterův model pěti konkurenčních sil...
- Benchmarking
- Statistické metody: jaké hodnoty?
- Ukázka
- Další definice analýz (orientační)



Zdroj: <http://travelmapq.com/map-use-and-analysis.html>

Informační audit

- „Je komunikace mezi pracovníky a pracovními týmy optimální?
- Jsou dostupné informační zdroje optimálně využity?
- Je firemní image (prezentace směrem navenek i dovnitř) v souladu s firemní identitou (zejména požadavky na prezentaci)?
- Je internetová prezentace optimální vzhledem k jejímu očekávanému přínosu?
apod.“ (Dombrovská, Očko, Zeman)
- => hodnocení efektivity využití informací, IZ a IT

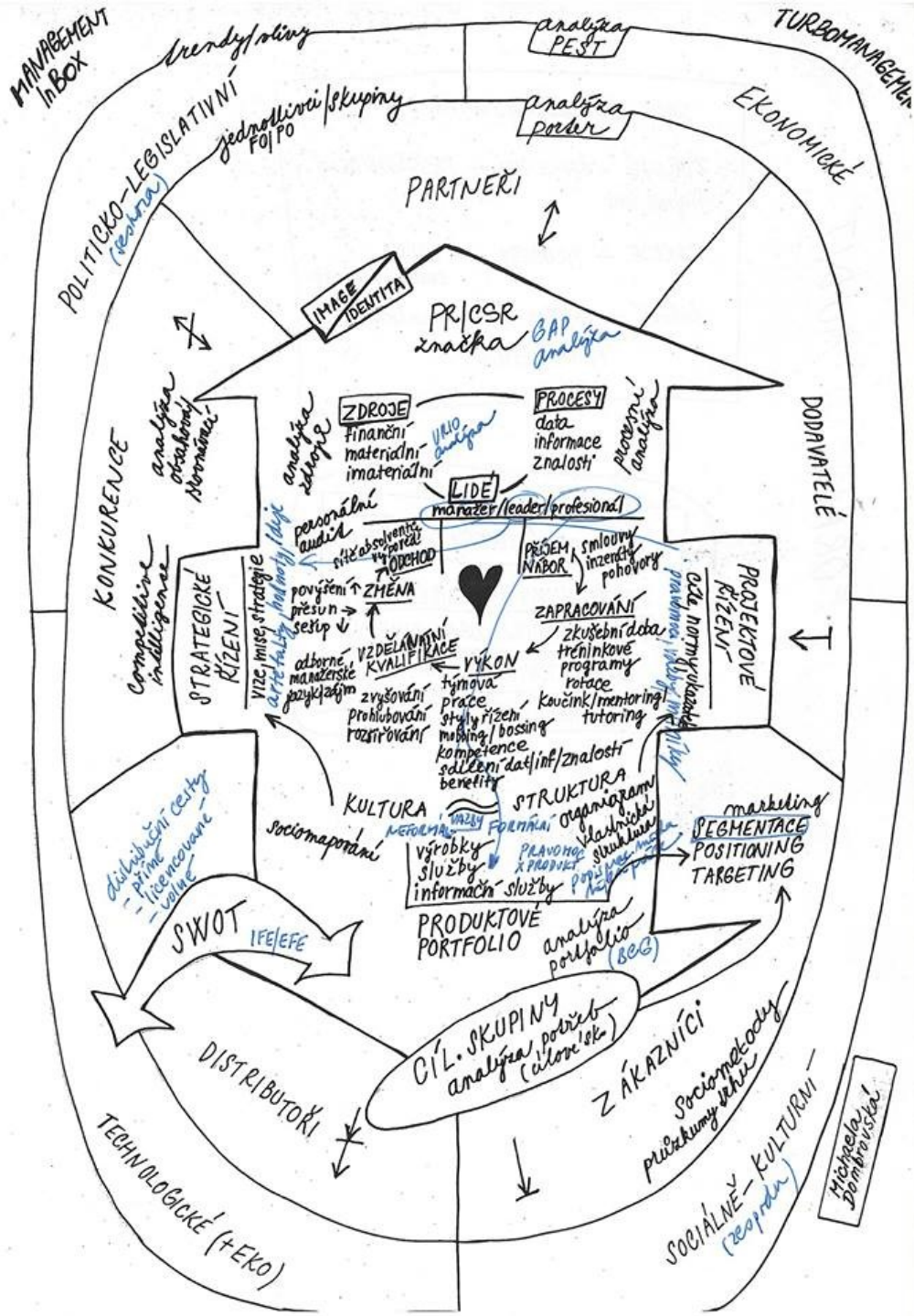
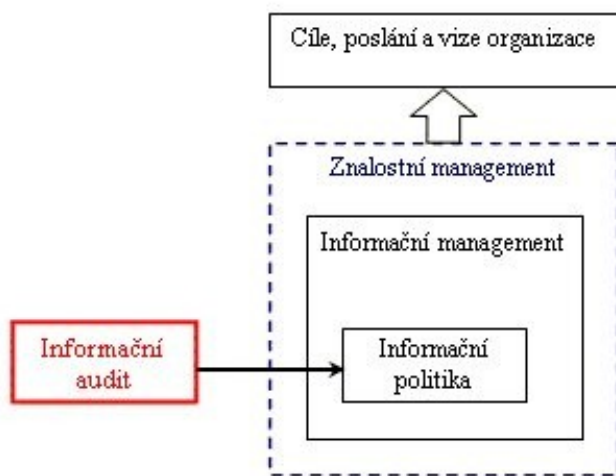
Informační audit

- Často omezován na zhodnocení IS/IT => základ, ale nestačí
- Nutné řešit vnitřní i vnější informační procesy v celé organizaci
- Mnoho různých metodik, obvyklý postup: sběr dat => analýza => vyhodnocení
- Některé metodiky důraz na využití IZ, jiné organizaci a zpracování informací
- Na závěr nutné uvedení řešení nedostatků

Dombrovská: Informační audit

- Okolí i systém instituce z hlediska managementu
- Analýzy různých úrovní

Informační audit podle Henczelové [2001]



Michala Dombrovská

Risk management

- Ocenění rizik (Risk Assessment)
- Efektivita -> ALE
 - p = pravděpodobnost, že během roku nastane ohrožení
 - C = ztráta, jestliže k ohrožení dojde
 - i = pořadí ohrožení
 - n = celkový počet ohrožení za rok

$$ALE = \sum_{i=1}^n P_i * C_i,$$

Competitive Intelligence

- ❏ Mapování a analýza konkurenčního prostředí s cílem odhalit slabé a silné stránky konkurence a její záměry a skryt své (ofenzivní X defenzivní)
- ❏ Zpravodajský cyklus:
 1. Požadavek z managementu na získání nedostupných informací
 2. Plán odkud, kdo, jak, za jakou cenu...
 3. Sběr dat různými způsoby
 4. Zpracování informací
 5. Analýza => zpravodajská informace
 6. Odpověď na zadání
 7. Předání tazateli
- ❏ Podpora strategických rozhodnutí, systém včasného varování, popis trhu
- ❏ CI organizace: [Academy of Competitive Intelligence](#), [AIIP](#) (Association of Independent Information Professionals), [ICI](#) (Institute for Competitive Intelligence), [International Association for Intelligence Education](#), [SCIP](#) (Strategic and Competitive Intelligence Professionals)

Zdroje pro CI (Šmejkal, 2013)

- ❑ Publikace, výroční zprávy, zprávy o výrobních procesech
- ❑ Informace, které otevřeně předají bývalí zaměstnanci
- ❑ Studie trhů a zpráv od poradců
- ❑ Finanční zprávy
- ❑ Veletrhy, výstavy a brožury o službách a produktech
- ❑ Analýza výrobků konkurence
- ❑ Zprávy obchodních cestujících a nákupčích
- ❑ Vyptávání se konkurentů na technických kongresech
- ❑ Pokusy o získání specialistů zaměstnaných u konkurence
- ❑ Přímé tajné pozorování
- ❑ Fingované nabízení zaměstnání
- ❑ Fingované jednání pod záminkou licence patentu apod.
- ❑ Přímé tajné pozorování
- ❑ Používání profesionálních špiónů
- ❑ Přetahování zaměstnanců s úmyslem získat informace
- ❑ Přímé narušení vlastnických práv
- ❑ Podplácení zaměstnanců konkurence
- ❑ Vpašování agentů mezi zaměstnance
- ❑ Ilegální odposlech
- ❑ Krádeže plánů, vzorků, dokumentů, atd.
- ❑ Vydírání a různé formy nátlaku

Volně dostupné nástroje k základní analýze konkurenta v ČR (Uhrín)

- ☒ Základní informace: kancelářské (dostupné) o oboru a o firmách - identifikace (název, adresa, kontakt, založení, lidé...), a jejich charakteristika (počet zaměstnanců, obrat, majetek, popis činnosti...)
- ☒ Nástroje získávání dat:
 - ☒ ARES: metazdoj; IČO, vznik, sídlo, právní forma, velikost, NACE, doba a způsob zániku
 - ☒ Živnostenský rejstřík: o firmě a obor, údaje o oprávněních, provozovny...
 - ☒ Obchodní rejstřík, Sbírka listin: aktuální i zneplatněné informace, kapitál, lidé (i adresy a OÚ), výroční zprávy a další písemnosti
 - ☒ CERD (Centrální registr dlužníků): majetkové poměry, monitoring insolvenčního řízení, pátrání Policie ČR..., správcem firma CRD ČR
 - ☒ Nahlížení do katastru nemovitostí: nemovitý majetek, provozovny
 - ☒ Evidence úpadců: Ministerstvo spravedlnosti
 - ☒ Věstník veřejných zakázek: zadavatelé i příjemci, finanční hodnota, předmět, průběh řízení...
 - ☒ Úřad průmyslového vlastnictví: patenty, užité vzory, průmyslové vzory, ochranné známky...
 - ☒ Katalogy firem: Kompas, Inform.cz, firmy.abc.cz, HBI Online databáze firem, Adresář exportérů; různé bohaté profily, tiskové zprávy v oborech
 - ☒ Oborové informace na webu CzechInvest
 - ☒ Monitoring veřejnoprávních médií: spíše obory a větší firmy, kvalita zdarma; kromě přímých médií tiskové zprávy, Anopress, CIA News
 - ☒ Asociace a sdružení: katalog na BusinessInfo
- ☒ Placené zdroje: nadstavbové služby, sumarizace, integrace...
- ☒ Po získání nutná analýza a akce, získání lépe monitoringem než jednorázově

Informační zdroje

- ❏ ARES, ISVS, hl. obchodní a živnostenský rejstřík
- ❏ Sbírka listin
 - ❏ Výroční zpráva (§ 21 z. o účetnictví), účetní uzávěrka + předpokládaný vývoj účetní jednotky + aktivity R&D + ochrana životního prostředí a v pracovněprávních vztazích + organizační složka v zahraničí + údaje dané v zvláštních předpisech (+ řízení rizik)
 - ❏ Auditorské zprávy
 - ❏ Zprávy o vztazích mezi propojenými osobami zákona o obchodních korporacích
- ❏ European Business Register
- ❏ Státní agentury, profesní organizace, online databáze (specializované zdroje a pokročilé dotazy), výzkum tisku, pozorování
- ❏ Ale i primární výzkum: rozhovory, vylákání...
- ❏ ...

Činnosti informačního profesionála (broking)

- Profil firmy: podle určení (akvizice, konkurence, partnerství...), např. seznam aktivit, finanční informace, klíčoví zákazníci, dodavatelé, vztahy, ceny, trh, chování managementu, rating (agentury Creditinfo, Creditreform)...
- Zhodnocení, prověření: tisk (Annopress), názor, analýza
- Odvětvová, průmyslová analýza: přehledy, srovnání, trendy
- Kontinuální sledování: CI, EWS (Early Warning System), M&A (Mergers and acquisitions), prediktivní analýzy
- Ad-hoc dotazy: cokoliv
- Konexe a vazby: lidí (People search, Peer group, klienti, targets) i firem
- Negativní informace - Digging the Dirt

Referenční interview

- Postup jako u řešeršního interview
- Cílem porozumění požadavku + ujasnění potřeb klienta
- Výpočet ceny před prací - nutné schválit
- Jasně stanovení rozsahu, termínu, tématu i typu požadavku, typ informací...
- Otevřené otázky + polopatistická interpretace (pochopení)
- Informační zdroje na zprostředkovateli
- Rychlost X kvalita X cena

Ukázky dvou efektivních zjištění potřeb (Šmejkal, 2015)

Původní dotaz:

V pondělí mám důležitou schůzku a potřebuju vědět všechno o firmě Boeing.

Co?
Kdy?
Na co?

Po rozhovoru s profesionálem:

Potřebuji rozumět tomu jak škrty v americké obraně ovlivňují leteckou divizi firmy Boeing.

Původní dotaz:

Chci profil firmy Siemens v Číně.

Co?
Kdy?
Na co?

Po rozhovoru s profesionálem:

Chci porozumět expanzivní strategii firmy Siemens v Číně, abychom jim mohli nabídnout služby Transakčního poradenství.

Hodnocení spolehlivosti informace!

- ❖ Zdroj
- ❖ Spolehlivost
- ❖ Obsah
- ❖ Čas získání
- ❖ Místo získání
- ❖ Způsob získání
- ❖ Cesta informace k firmě
- ❖ Cíle informace
- ❖ Možnost ověření
- ❖ Pravdivost
- ❖ Využitelnost
- ❖ Důležitost pro firmu

E-komerce

- Elektronicky realizované:
 - Komerční transakce
 - Produkty a služby
 - Jednotlivci a organizace (B2B, B2C, C2C, G2B, B2G)
- S masovým rozšířením internetu růst finančních prostředků do e-prostředí a rozšiřování e-produktů
- V současnosti e-komerce jedna z priorit firem i konkurenceschopných států

E-komerce v ČR dle ČSÚ 2015 (16+)

- ❑ 55,8 % někdy nakupovalo přes internet (55,3 % posledních 12 měsíců, 35,4 % přes slevový portál)
- ❑ Platby: 19,8 % kartou, 43,1 % převodem internetbanking, 27,6 % při osobním odběru, 57 % na dobírku
- ❑ Zboží: 62,1 % oblečení, obuv, doplňky, sportovní potřeby; 31,1 % potraviny, kosmetika, zdravotnické prostředky a léky; 27 % elektronika, vč. počítačů; 23,1 % vybavení domácnosti, vč. elektrospotřebičů; 18,7 % knihy, noviny, časopisy, film, hudba; 11,7 % hračky, stolní hry
- ❑ Služby: 37,3 % vstupenky na kulturní nebo sportovní akce; 18,4 % letenky nebo jízdenky; 17,8 % ubytování; 12,8 % jiné služby v cestování (dovolené, půjčení auta); 8,9 % jiné služby (fitness, gastronomie); 7,3 % fotoslužby; 7,6 % telekomunikace
- ❑ Důvody nenakupování přes internet: 25,7 % preference kamenné prodejny, 19,7 % nedostatek znalostí, 13,5 % složitost reklamace, 7,2 % obavy o bezpečnost

Vývoj e-komerce

- 70. léta - e-komerce jen v dopravě komerčních dokumentů, např. objednávky, nabídky
- 80. léta - rostoucí využívání kreditních karet a ATM, bankovníctví přes telefon, letecké rezervační systémy
- 90. léta - internet silně komercializován a uživatelé využívají dot-com a internetové startupy, různorodé možnosti od přímého prodeje po e-learningové zkušenosti
- Po 2000 - mnoho obchodníků nabízí služby přes WWW, vnímání pojmu „e-komerce“

Výhody proti běžné komerci

- Dostupné odkudkoli (s přístupem na internet - globální dosah), kdykoli (24/7/365)
- Zlepšení distribučních řetězců
 - Snížení nákladů
 - Rychlé doručení
 - Lepší dostupnost a vyhledatelnost informací o produktu (vč. ceny u konkurentů) => levnější produkty a služby
 - Perzonalizace (customizace) zpráv, nabídky zboží, příslušenství, přístupu
- Interaktivita - možnost komunikace s experty na zboží (centrální)
- Sociální hodnocení služby i zboží (rating), možnost participace v hodnocení i prodeji
- Zlepšení vztahů se zákazníky

Pravidla pro bezpečné nakupování

- Propagace i bezpečnostní upozornění od státu i firem
- Dle občanského zákoníku možné zboží koupené na dálku do 14 dní vrátit bez udání důvodu
- Nekupovat podezřele levné, ani zbytečně drahé (některé aukce skončí výš než cena nového zboží)
- U neověřených prodejců neplatit převodem, ale dobírkou
- Uchovávat doklady o transakci
- Reklamace do 30 dní
- Ověřit si prodejce (dostupné informace, certifikáty SAOP, APEK...)

Související předměty

- IKM => informační průmysl v kontextu informační společnosti
- Informační management => řízení informací v instituci
- Informační audit => analýzy informací a jejich nositelů

Úkol č. 9

- Vyberte si libovolnou instituci
- Popište situaci, kdy tato instituce potřebuje nějakou informaci pro svůj chod
- Zvažte, o jaký typ informační asymetrie se jedná
- Uveďte konkrétní kroky, jak by instituce měla postupovat pro redukci informační asymetrie
 - Informační zdroje
 - Potřebné informace
 - Limity a hrozby řešení
- Rozsah cca 2 strany, odevzdávárna



MASARYKOVA UNIVERZITA

Děkuji za pozornost.

Zdroje

- ▣ ČSÚ. Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci - 2015. Český statistický úřad, 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/nakupovani-pres-internet>
- ▣ DOMBROVSKÁ, Michaela, Petr OČKO a Petr ZEMAN. Informační audit - cesta k rozvoji znalostní organizace. Ikaros [online]. 2005, roč. 9, č. 9 [cit. 2014-09-25]. ISSN 1212-5075. Dostupné z: <http://www.ikaros.cz/informacni-audit-%E2%80%93-cesta-k-rozvoji-znalostni-organizace>
- ▣ DOMBROVSKÁ, Michaela. Management v krabičce. Studijní materiál předmětu Informační audit (podzim 2015) elektronických informačních zdrojů. Informační věda [online]. Praha, 2009 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: www.informacniveda.cz/dwn/1003/1163_reserse.pdf
- ▣ CHIZZOLA, Philipp. Zprávy o vztazích v novém kabátě. ePrávo [online]. 2015 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/clanky/zpravy-o-vztazich-v-novem-kabate-98433.html>
- ▣ Jonák, Zdeněk. informační ekonomie. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000504&local_base=KTD.
- ▣ Jonák, Zdeněk. informační ekonomika. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000505&local_base=KTD.
- ▣ Jonák, Zdeněk. informační odvětví. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000003836&local_base=KTD.
- ▣ Jonák, Zdeněk. informační průmysl. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000509&local_base=KTD.
- ▣ Jonák, Zdeněk. informační trh. In: KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000003174&local_base=KTD.
- ▣ McCARTHY, Jonathan. Business Intelligence. [online]. 2011 [cit. 2015-12-01]. Dostupné z: <http://afis.ucc.ie/fcarton/IS%206214/10-11/UCC%20BI%20Slides.ppt>
- ▣ MITRA, Jenifer. E-commerce: Introduction. Slideshare [online]. 2010 [cit. 2013-12-30]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/jsm268/e-commerce-3717853>
- ▣ OČKO, Petr. Ekonomika podniku v éře informační společnosti. Praha, 2010. 83 s., 6 s. příl. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.
- ▣ PAPIK, Richard. Rešeršní činnost v kontextu znalostní společnosti a vývoje. Studijní materiál předmětu Rešeršní činnost. Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK. Dostupný z: www.informacniveda.cz/dwn/1003/1163_reserse.pdf
- ▣ POŽÁR, Josef. Informační bezpečnost. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005, 309 s. Vysokoškolská učebnice (Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk). ISBN 80-868-9838-5.
- ▣ ŠMEJKAL, Petr. Competitive Intelligence. Studijní materiál předmětu Informační politika (2015/2016)
- ▣ ŠMEJKAL, Petr. Informační průmysl 9 v2. Studijní materiál předmětu Informační průmysl (2013/2014)
- ▣ TURBAN, Efraim. Business intelligence: a managerial approach. 2nd ed. Boston: Prentice Hall, c2011, xx, 292 p. ISBN 013610066x.
- ▣ UHRÍN, Tibor. Jak používat volně dostupné nástroje k základnímu sledování konkurenta: nástin problematiky (v ČR) a příklady. Portál CI [online]. 2011 [cit. 2014-09-25]. Dostupné z: <http://www.portalci.cz/ci-v-praxi/jak-pouzivat-volne-dostupne-nastroje-k-zakladnimu-sledovani-konkurenta-nastin-problematiky-v-cr-a-priklady>
- ▣ Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění zákona č. 344/2013 Sb.