

沈丽容 倪波

论我国竞争情报教育体系的建立

摘要 我国应建立以信息管理类院系、工商管理类院系为主体,以信息管理类专业、工商管理类专业、理工科学生为主要教育对象的竞争情报教育体系。参考文献5。

关键词 竞争情报 教育 信息管理

分类号 G350

ABSTRACT In this paper, the authors recommend to establish a system of competitive information education, with information management and business administration departments and schools as subjects and with information management, business administration and some specialities in engineering and sciences as education objects. 5 refs.

KEY WORDS Competitive information. Education. Information management.

CLASS NUMBER G350

企业竞争情报工作取得成功的关键因素是人。为培养竞争情报后备人才,提高企业未来的管理者和员工的竞争情报意识,我国应对在校学生加强竞争情报教育。但我国目前比较规范的竞争情报教育体系尚未建立起来。

笔者认为,我国竞争情报教育对象的主体应包括3部分:信息管理类专业的学生、工商管理类专业的学生和理工科学生。承担竞争情报教育的主体应是信息管理类和工商管理类院系,即我国应建立起以信息管理类院系、工商管理类院系为主体,以信息管理类专业、工商管理类专业、理工科学生为主要教育对象的竞争情报教育体系。

1 在信息管理类专业开展竞争情报教育

竞争情报这一概念是由我国情报研究人员率先从国外引入并迅速在情报界掀起研究热潮的,因此,竞争情报教育首先在信息管理类专业广泛展开是理所当然的,也是非常必要的,竞争情报教育的展开为改革我国情报学教育提供了一个非常好的方向,它将使我国情报学教育更好地面向经济建设主战场。目前,我国信息管理类专业的竞争情报教育已形成本、硕、博3个层次,不仅在本科生中开设有竞争情报课程,而且还在硕士、博士研究生中设有竞争情报研究方向。

不过,由于竞争情报工作是以工商管理知识为基础的,国外大多数竞争情报人员都具有工商管理类知识背景,而且美国大公司也都倾向于选择会计师、市场研究人员和有MBA学位的人从事竞争情报工作,因此在我国信息管理类专业开展竞争情报教育还应增设经济管理方面的课程。在研究生培养方

面,应尽可能地吸收一些经济管理类专业的毕业生。对于本科生的竞争情报教育,南京理工大学信息管理系的课程设置较值得借鉴。南京理工大学信息管理系的学生除了学习信息管理理论及技能课程外,还必须学习所在经济管理学院的公共必修课,包括经济学、企业管理、财务管理、国际贸易与金融、经济法等。这些经济类、管理类课程弥补了传统的情报学教育在经济管理方面的不足,为学生从事竞争情报研究打下了良好的经济管理知识基础,使学生能更容易理解和掌握竞争情报分析技能。

2 在工商管理类专业开展竞争情报教育

鉴于竞争情报的知识基础为工商管理知识,且竞争情报主要应用于企业管理领域,我国还应在工商管理类专业推广竞争情报教育,并且应逐步将其纳入MBA培养计划。在工商管理类专业开展竞争情报教育的优势较为明显。工商管理类专业培养的学生,工商管理知识基础都比较扎实,只要补充一些情报学理论与方法即可。而且就我国目前情况看,在工商管理类院系开展竞争情报教育还具有以下意义。

(1)有助于推动企业竞争情报工作的发展,加快竞争情报向经济界渗透的过程。从商学院毕业的學生多数都是到企业中从事管理工作,有的还成为企业的中高层管理者,特别是MBA教学的目的就是为企业培养高素质的管理者。对他们进行竞争情报教育,不但能提高其竞争情报意识,而且有助于将竞争情报思想更好地融入企业经营管理活动中,使竞争情报工作更容易得到中高层管理者的支持。

(2)有助于弥补传统经济学教育的不足。传统的经济学教育所教授的研究方法偏重于对二手资料进行定量研究,时效性较差,难以适应当今企业竞争决策对及时的、动态的竞争环境信息的需求。而竞争情报特别重视时效性,其提供情报产品的频率可以用小时和天来计,而且竞争情报更重视对战略计划、战略前景的分析,而不是像传统的经济研究那样重视数字的精确性。如果商学院的学生仅仅掌握传统的经济研究方法,他们将因为不具备灵活的研究和分析能力而无法掌握准确及时的情报,而且许多学生将发现仅依靠历史数据或统计预测来制定决策是非常不可靠的。学生走上工作岗位后不久就会发现在学校学的方法在经济领域的实践中可能用不上。

(3)有助于弥补商学院在情报教学方面的不足。商学院学生在处理情报需求和建立情报搜集网络两方面存在不足。电话采访、面谈和建立情报搜集网络是掌握情报需求、搜集情报信息所不可缺少的技巧,而这些技巧在商学院的主要课程中并不受重视。

(4)有助于提高商学院学生处理信息的能力。一门完善的竞争情报课程将大大提高学生的竞争情报意识和竞争情报搜集处理能力。夏威夷太平洋大学克里斯特·梅里特教授根据他两年来为商学院学生教授竞争情报课程的实践,发现学生上完竞争情报课程之后,他们将因为掌握了合法、合理地搜集情报和高效的分析处理情报的技巧而信心大增,他们解决问题的能力也大大增强。据他所做的一次调查,90%以上的学生认为竞争情报课程与他们的学位有关,并且在将来仍会很有用,有一半以上的学生认为竞争情报应作为必修课在商学院开设。

不过在我国,情报学与商学之间存在较大差异,要想在商学院开展竞争情报教育,还必须解决几个比较迫切的问题。

首先,必须改变商学院教师对情报工作的偏见。在我国,情报这一概念经常会被误认为是在搞间谍活动,商学院教师也不例外。在商学院开展竞争情报教育,首先要使他们对竞争情报概念有个正确理解,使其意识到开展竞争情报教育非常必要。可以通过向商学院领导提供国外商学院开展竞争情报教育的情况,使他们认识到在国外竞争情报教育正逐渐被纳入MBA教学计划,且有在商学院流行的趋势,并使他们认识到竞争情报教育对于促进经济发展、推动经济学教育改革、提高学生信息处理能力等方面均有积极作用。一旦商学院教师有了这个意识,竞争情报教育在商学院的开展就比较方便了。

其次,要解决情报学方面的师资问题。商学院教师一般很少具有情报学方面的知识背景,特别是对竞争情报源不够了解,对情报搜集方法不熟悉,由他们来教授竞争情报课程,存在一定困难。完全可以从信息管理系聘请有竞争情报研究方面有所建树的教师来承担。我国有些高校将信息管理系并在商学院里的做法有助于竞争情报课程的开展。因为这种做法为商学院和信息管理系之间的合作提供了非常方便的条件。一方面,商学院可以从信息管理系

聘请有经验的教师开设竞争情报课程,而信息管理系也可以让商学院的教师为本系学生开设市场营销、企业管理方面的基础知识课程。南京理工大学信息管理系之所以能够较好地在经济管理学院推广竞争情报教育,正是因为其与经济管理学院的合并使其得以将竞争情报课程和部分经济管理类课程作为公共必修课在整个经济管理学院里开设,从而促进竞争情报与经济管理的融合。

最后还应解决竞争情报教材的问题。一部合适的竞争情报教材将不但能大大方便学生学习和教师教学,而且可以促使商学院教师接受竞争情报成为一门经济学课程。目前我国还没有很合适的竞争情报教材,编写竞争情报教材已成为当务之急。

3 对理工科学生的竞争情报教育

对理工科学生开展竞争情报教育的目的是要提高他们的竞争情报意识,使他们掌握一些基本的竞争情报技能。因此,笔者认为没有必要对他们开设专门的竞争情报课程,而只要在面向全校理工科学生开设的《文献检索课程》中开辟出两三个竞争情报专题讲座即可,主要向理工科学生介绍竞争情报的概念、对企业发展的意义、基本的操作方法等,使们具有一定的竞争情报意识。

4 竞争情报教学内容和方式

一名合格的竞争情报专业人员应具备的能力以及具体要求主要有:

(1)获取竞争情报需求的能力:知道如何确定和准确表达决策者的情报需求;具有较高的交流、访谈和表达技巧;了解不同决策者的心理类型;熟悉主要的信息来源,了解组织结构、组织文化和组织环境;能将情报需求贯穿于整个情报过程;能够保持客观;了解企业内外能力,并对信息资源存在的缺陷进行分析。

(2)搜集信息的能力:熟知公开和非公开发表的信息源;掌握多种使用内部和外部、公开和非公开发表的信息源的方法;能够恰当地管理公开和非公开发表的信息源;通过确定信息源的可靠性和有效性来增强可信度;能识别某些信息中反常的东西;了解公司搜集信息的模式,以更好地搜集信息;熟悉搜集信息时应遵循的法律道德准则。

(3)信息分析与综合能力:理解信息搜集和分析两个阶段是相互作用的;知道如何将信息转变成竞争情报;能使用归纳和演绎方法进行推理论证;能及时洞悉外部威胁与机会,并结合内部优劣势对环境变化提出建议;能够对信息进行有意义的关联,具有预测事物发展趋势的能力;了解基本的分析模型;知道采用某种分析技巧的时机和原因;知道何时停止分析。

(4)传播情报的能力:掌握说服别人的技巧;适当的时候采用情感交流和劝告技巧;将分析结果有

机地组织起来,并自信地传递给使用者;采用对每个最终用户都合适的形式或媒体来传播情报;知道能够有效传播的情报的量和水平;认识到倾听也可以成为一种表达方式。

(5)管理能力:能规划和管理竞争情报部门;认识到竞争情报在战略决策、战略规划和经营发展中的重要作用;能将竞争情报整合到产品、财务、销售和市场营销战略决策中去;对各种竞争情报部门的结构和组织模型进行介绍并分析各种模型的不足之处;根据公司规模提出竞争情报组织结构方案;知道如何进行决策、信息和知识审计及其重要性;当前创造竞争情报文化的方法;在组织内部“推销”竞争情报的技巧。

这些能力主要从课堂教学和实践中获得。通过课堂教学可以获得以下技能:战略性思维,对主要信息资源的了解,分析处理信息的方法,提高访谈技巧和传播能力,商业术语,市场研究技巧,更加熟练地应用科学方法等。通过实践可获取的经验主要有:企业组织结构、经营管理以及战略决策过程的知识,行业知识,研究技能、访谈技巧、观察能力的提升等。

竞争情报课程的教学内容应主要包括 11 项内容:竞争情报概论;竞争情报工作流程;竞争情报项目的规划;竞争情报信息源及搜集方法;信息处理方法;竞争情报分析方法;竞争情报的传播;企业竞争情报系统的构建;竞争情报管理(竞争情报部门的组织结构模式、在组织内部“推销”竞争情报的方法、竞争情报文化等);商业秘密保护和反情报;竞争情报与法律(商业秘密法、反不正当竞争法、知识产权法等)。

竞争情报课堂教学可采用以下方式。

(1)专题演讲。演讲的题目可以包括:情报和企业战略、法律和道德问题、情报工作流程、反情报以及情报安全等。

(2)课堂演讲和讨论。竞争情报和大多数课程一样,也采取课堂演讲和讨论为主的教学方法,不同的是它更强调情报的实际应用。如在课堂上,把学生分成若干组,每组分配一个与某企业有关的研究问题,要求每组学生必须确定解决这个问题所需的关键信息、搜集这些信息的途径、采取的分析方法和传播途径,并且制定出具体的时间表。

(3)专家演讲。邀请某一特定领域的专家来课堂演讲,往往会对解决实际操作中遇到的问题有所帮助。如邀请大学图书馆员对信息资源分布和获取

捷径进行演讲,将节省学生在搜集信息方面所花费的时间和金钱。还可以邀请安全部门的官员演讲,他们在保护国家机密安全方面的经验对保护商业秘密、维护信息安全等能起着很有价值的借鉴作用。

(4)案例分析。这种方式由于具有较强的借鉴性和操作性,因而教学效果显著。国外竞争情报教学都提供有相当数量的案例分析,且每个案例研究都有其特定的教学目的,如以摩托罗拉为例,分析该公司的信息研究和情报系统如何组织运行;以美国 Marriot 旅馆为例说明该公司如何搜集工商情报等。不过,由于我国真正建立起竞争情报工作体系的企业极少,因而在我国搜集竞争情报案例研究的素材相当困难。

(5)撰写情报报告。即要求学生撰写各种类型的情报报告,从最简单的每月信息简报到专题情报报告的撰写等,以锻炼学生的分析技能和写作表达技能。

除了课堂教学,还应重视实践活动。竞争情报是一门实践性和技巧性都比较强的学科,学生只有亲自从事过一些实际的情报工作,才会对情报过程以及企业情报工作中所存在的问题有更深刻了解。实践活动的方式可以有多种:(1)实习。组织学生到企业中从事一段时间的情报工作,了解企业情报工作的流程,并对企业情报工作中存在的问题及解决方法进行积极思考。(2)参观。组织学生深入某些企业参观其工作流程,了解企业情报工作现状。(3)组织调研。通过对某个或某类企业的经营活动进行调查,搜集竞争情报信息,了解竞争情报活动。

参考文献

- 1 柯平.关于竞争情报教育的思考.情报资料工作,1996(1)
- 2 李德升.我国竞争情报的定位和教育问题.中国信息报导,2000(5)
- 3 雷桂萍.关于理工类高校开展竞争情报学教育的构想.情报杂志,2000(2)
- 4 Christopher Merrit. Competitive intelligence and the higher education dilemma. Competitive Intelligence Magazine. 1999, Vol. 2, No. 4
- 5 <http://www.scip.org/education/competencies.html>

沈丽容 南京林业大学信息科学与技术学院讲师,博士。通讯地址:南京。邮编 210037。

倪波 南京大学信息管理系教授,博士生导师。通讯地址:南京大学。邮编 210093。

(来稿时间:2002-10-25)