**周记11**

**By 黄湘萍**

这周我们主要学习了电子资源门户和竞争情报的相关知识。

**电子资源门户**

电子资源门户整合了馆藏数字化电子资源，提供了更快捷的检索方式和信息服务（包括多库检索、获取原文、个性化设置等），多文种、多学科、多载体、多类型。实现了资源检索服务的最大化，有助于平时的学习和研究。这次我们主要从电子资源门花的功能模块进行学习研究，分别是数据库检索、获取原文、电子期刊导航和我的收藏四个模块。其实我们平时使用电子资源门户系统还是比较少的，在大多数情况下都是直接进入固定数据库进行论文期刊查找，或者直接使用搜索引擎。这一板块的内容重在实践，需要自己动手才行，而不仅仅是学习理论知识。电子资源门户系统是获取信息的一种工具，工具只有用到实处才能体现它的价值。

**竞争情报**

这一块是我比较感兴趣的，听着好高端的感觉~竞争情报一般简称CI，出现于上世纪50年代，崛起于上世纪80年代。虽然发展的时间很短，但是其影响已经遍及世界各地，是经济学、管理学和情报学领域中的重大发展，也是人类在社会信息化基础上向情报（智能）化发展的重要征兆，将对全球的经济发展与社会进步产生重要的影响。

维基百科上对它的定义是这样的：竞争情报是关于竞争环境、竞争对手、竞争态势和竞争策略的信息和研究。它既是一种过程（对竞争信息的收集和分析过程），也是一种产品（包括由此形成的情报或策略）。

对于企业而言，竞争情报是非常重要的，它包含了企业自身的信息、市场信息、有关竞争对手的信息和环境信息，对企业的发展起着至关重要的作用。这次我负责的是竞争情报系统和竞争情报分析方法和工具。



以上是竞争情报的分析方法，其中有很多我们看着蛮眼熟的，如波士顿矩阵、波特五力分析模型、PEST分析模型、SWOT分析模型等~对，这些在我们学习《信息资源管理》这门课时都有提及到，这些方法对于企业制定决策、市场策略都有着很重要的作用。

在收集信息中我们要注意几点：首先，信息不等于情报。信息是情报处理的原材料，是一种未予以评估和分析的数据资料 ；情报(Intelligence)是一种信息，或者说是一种特殊的信息，是由信息转化和加工提炼出来的。 两者在特性和获取过程方面是有区别的。 按竞争情报工作的要求，我们搜集的是信息，产出的是情报；第二，商业秘密不是竞争情报的工作目标。从理论上讲，商业秘密可能仅代表了企业所需竞争对手所有信息的5%。问题不在于这个比例，问题在于公司所需的战术信息和战略信息并不在明确界定的商业秘密文件中，而是隐含在大量其他的信息源中，需要情报人员去挖掘、分析。第三，将需求了解清楚，并对数据和信息进行分析。需求是后期工作开展的基础，数据分析是将有价值的信息提取出来，并在此基础上提炼出可分析的情报。第四，情报应结合企业目标。情报不需要面面俱到，在于精炼。第五，007辉煌的背后依然是各种枯燥的数据收集……