
Business Intelligence

Graz, den 14. Oktober 2011

Christian Schlögl, Edgar Schiebel, Thomas Weitzendorf

Vorstellung der Veranstaltungsleiter

Christian Schlögl

- Professor am Institut für Informationswissenschaft und Wirtschaftsinformatik
- Arbeitsbereiche: Informetrie, Informations- und Wissensmanagement, Informationssektor

Edgar Schiebel

- Mitarbeiter der Austrian Research Centers GesmbH, Abteilung ARC Systems Research
- Entwickler der Software BibTechMonTM
- Arbeitsbereiche: Innovationsberatung, Technologiemonitoring, Produktfindung und Wissensmanagement

Thomas Weitzendorf

- Geschäftsführender Partner von Customer Experts Consulting
- Arbeitsbereich: Business Intelligence, Strategieberatung für Unternehmen und öffentlichen Bereich
- Kunden: Business to Business Unternehmen - insbesondere Logistik-Dienstleister, Industrieunternehmen, Körperschaften

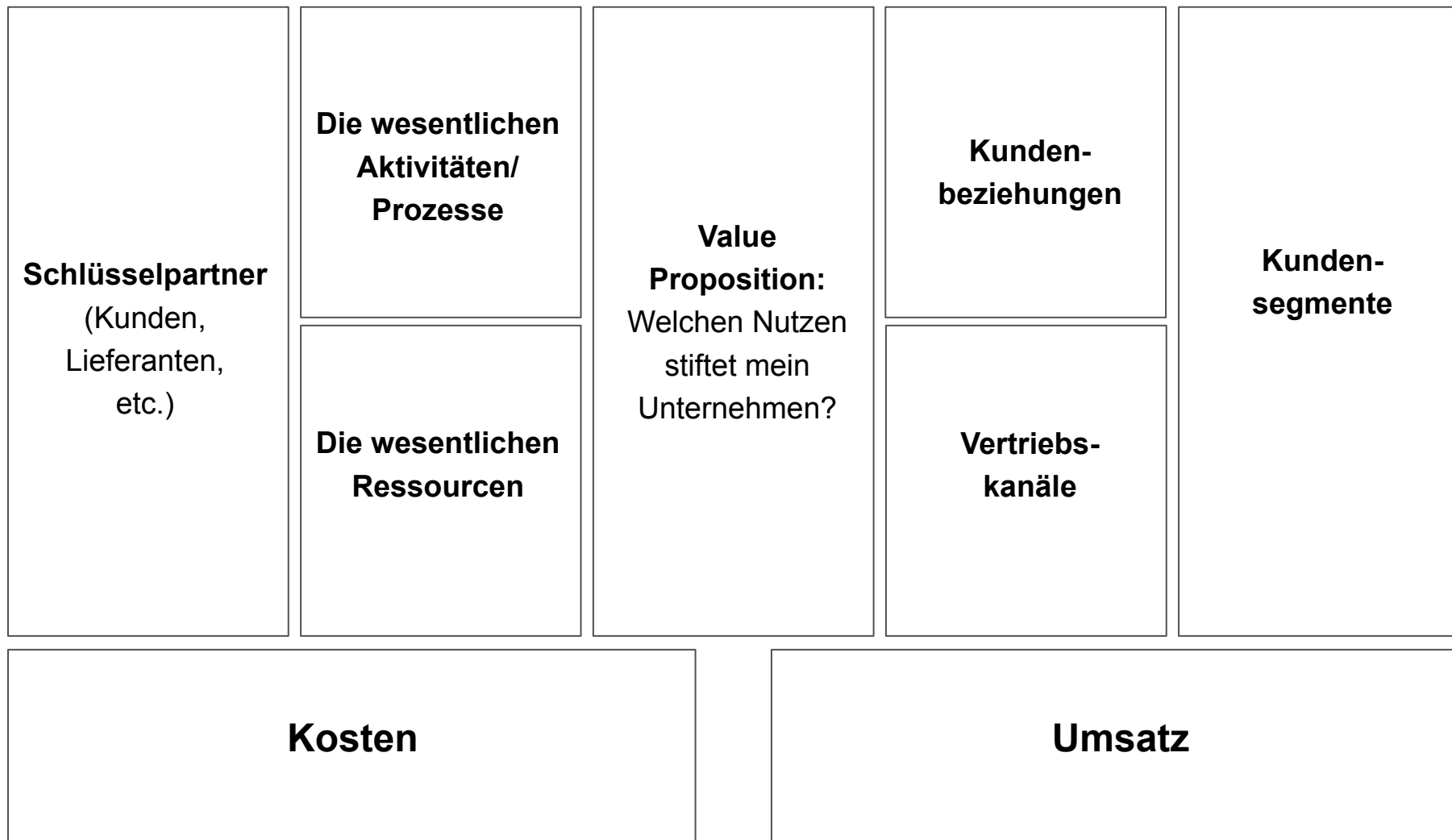
Welche Erwartungen haben Sie an die Lehrveranstaltung?

In der Lehrveranstaltung werden die Schritte der Entwicklung eines Geschäftsmodells, beginnend mit der Entwicklung der Geschäftsidee, über die Strategieentwicklung bis hin zur konkreten Umsetzung einzelner Aspekte des Geschäftsmodells durchlaufen. Für die Gewinnung der dafür erforderlichen Informationen werden Business Intelligence-, insbesondere Web-Intelligence-Techniken eingesetzt.

Dem entsprechend ergibt sich folgende Grobstruktur:

- (1) Grundlagen: Geschäftsmodell/Business Plan, Unternehmensarchitektur, Unternehmensmodellierung
- (2) Entwicklung einer Geschäftsidee
- (3) Festlegung der Geschäftsstrategien
- (4) Business-Intelligence-Techniken und -Tools

Business Plan: mehr als Umsatz und Kosten

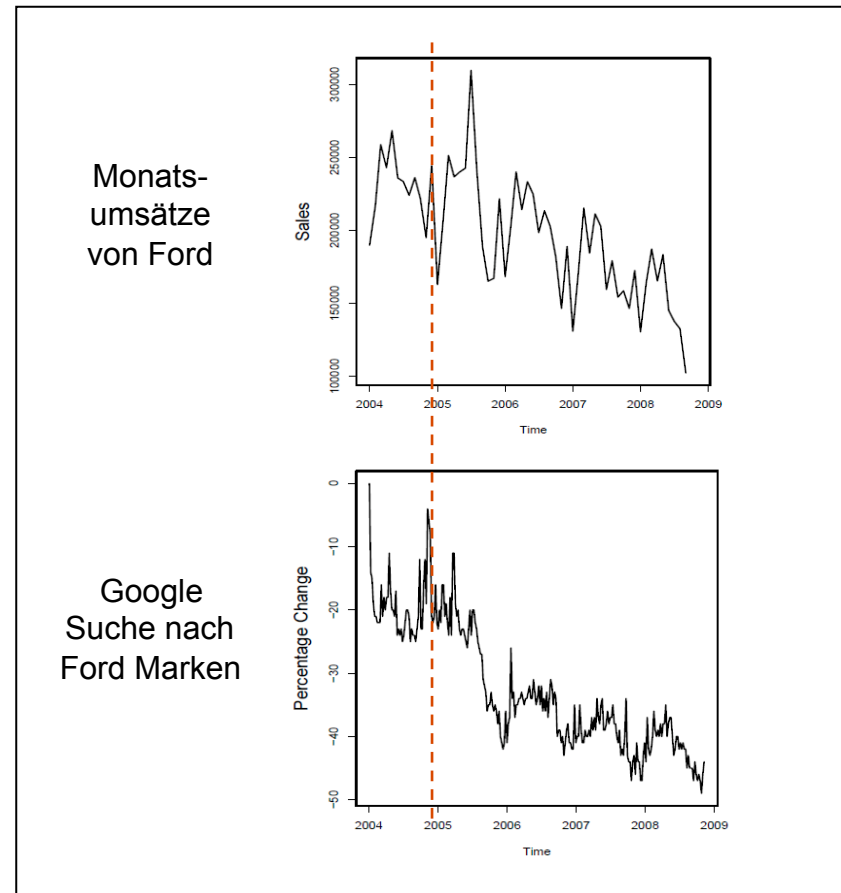


Business Intelligence als unverzichtbares Instrument für intelligente Unternehmensführung

Der Kunde: Zentrum für strategische Unternehmensführung



Business Intelligence: Das Web als Zentrum für gegenwärtiges und zukünftiges Kundenverhalten



In den ersten drei Terminen gehen Sie auf die Spuren des Kundenverhaltens im Internet (am Beginn verschaffen wir uns einen groben Überblick über die Konkurrenz)

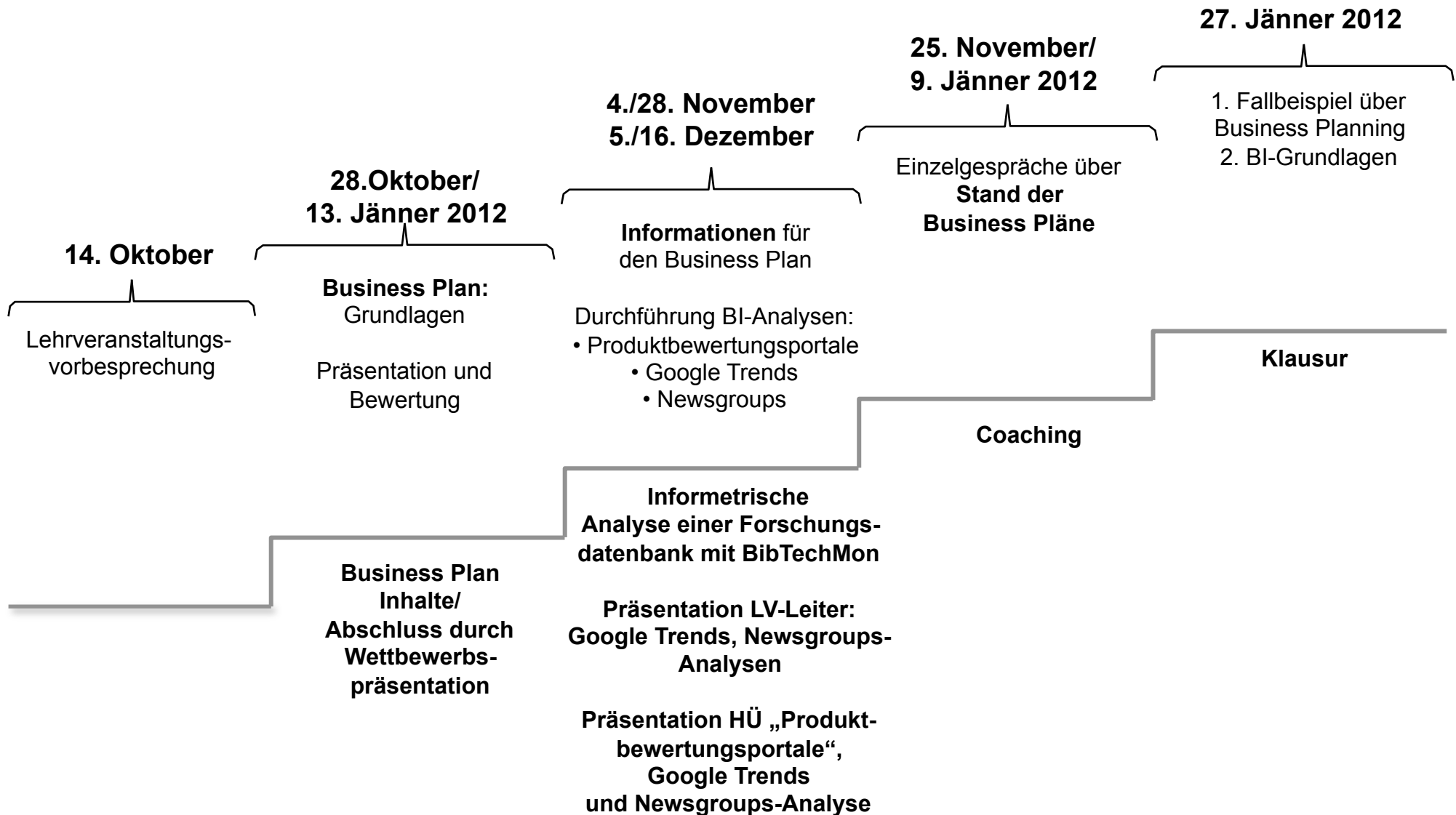
Verwendete Quellen:

- Wer liefert was?
- Zeitungsartikel
- Produktbewertungsportale
- Google Trends
- Newsgroups / Web Foren

Die Analysen werden durchgeführt:

- intellektuell („händisch“)
- mit Hilfe von BibTechMon

Überblick über den Terminplan



Überblick über den Terminplan

