

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шабалина Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
федерального университета

Дата подписания: 06.10.2023 14:55:48

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e392757b1c14764

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г.Пятигорске

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по выполнению практических работ
по дисциплине «Конкурентная разведка»

для студентов специальности:

38.05.01 Экономическая безопасность

Специализация:

«Финансово-экономическое обеспечение федеральных государственных
органов, обеспечивающих безопасность Российской Федерации»

**Пятигорск
2021**

Содержание

Введение

Описание практических работ

Рекомендуемая литература

Введение

Программа дисциплины «Конкурентная разведка» предназначена для студентов специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность».

Целью данной дисциплины является формирование у студентов необходимых для видения и понимания процессов в области разведывательной, аналитической и контрразведывательной деятельности в условиях формирующегося информационного общества и постиндустриальной экономики.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение системы показателей и индикаторов, используемых в конкурентной разведке;
- изучение роли конкурентной разведки в системе экономической безопасности;
- изучение современного состояния корпоративной среды;
- выявление главных проблем конкурентной разведки и подходов к их решению;
- формирование соответствующего понятийно-категориального аппарата.
- развитие способности использовать показатели финансовой и хозяйственной деятельности формирования и реализации конкурентных преимуществ организации и прогнозирования возможных угроз экономической безопасности.
- овладение навыками и приемами конкурентного анализа;

ОПИСАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

Практическое занятие №1,2,3

Тема: Основы деятельности конкурентной разведки

Цель работы: изучить основы деятельности конкурентной разведки

Знания: теоретические основы и современные методологические принципы конкурентной разведки; ресурсы и процессы в области разведывательной, аналитической и контрразведывательной деятельности; зарубежный и отечественный опыт конкурентной разведки; нормативную правовую базу конкурентной разведки.

Умения: определять инструменты конкурентной разведки, соответствующие ситуации;

Актуальность темы: Современный этап развития характеризуется, с одной стороны, перенасыщением спроса, с другой стороны, обилием информации. В сложившихся условиях предприятиям необходим инструмент, позволяющий не только эффективно удерживать и искать новых клиентов, но и быстро реагировать на изменение внешней среды.

Теоретическая часть: Основная цель использования методов конкурентной разведки - снижение рисков, причем как рисков информационных, так и системных. Немаловажным фактом является то, что 80-е гг. – это период окончания «холодной войны», когда огромное количество специалистов разведки стало не нужным странам, а значит и затраты на его содержание оказались неоправданными.

Таким образом, на рынке появились специалисты обладающие знаниям и, навыками, компетенциями разведывательной деятельности, что в совокупности с новыми тенденциями развития рынка, перенасыщения спроса и обусловило появление нового направления в корпоративной работе конкурентной разведки.

Компания «Ксерокс» (крупный производитель копировальной техники) смогла преодолеть кризис, связанный с выходом японских компаний на рынок Америки благодаря технологиям конкурентной разведки, а именно использованию технологии бенчмаркинга.

Первое подразделение, созданное специально для реализации принципов и методов конкурентной разведки появилось в компании «Моторола» в 1983г. Создателем этого подразделения был Ян Херринг. В России конкурентная разведка появилась гораздо позже, по мнению многих отечественных авторов, возникновение потребности в конкурентной разведке связано с нестабильностью «отпущенной на волю» экономической системы. Нестабильность 90-х гг. XX в., связанная с первоначальным этапом накопления капитала и становлением рыночной системы, привела к необходимости создания систем безопасности, в том числе и информационных.

Конкурентная разведка – (англ.competitive intelligence, сокр.CI) – сбор и обработка данных из разных источников для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности коммерческой организации, проводимые в рамках закона и с соблюдением этических норм (в отличие от промышленного шпионажа); а также структурное подразделение предприятия, выполняющее эти функции.

Являясь частью службы безопасности, конкурентная разведка имеет дело с сиюминутными, уже возникшими проблемами, в то же время, как часть стратегического менеджмента, является инструментом получения и удержания долгосрочного конкурентного преимущества предприятия.

Цели и задачи конкурентной разведки:

- информационное обеспечение процесса выработки управленческих решений как на стратегическом, так и на тактическом уровне;
- «система раннего предупреждения», то, насколько возможно раннее привлечение внимание лиц, принимающих решения, к угрозам, которые потенциально могут причинить ущерб бизнесу;
- выявление благоприятных для бизнеса возможностей;
- выявление (совместно со службой безопасности) попыток конкурентов получить доступ к закрытой информации компании;

– управление рисками с целью обеспечить эффективное реагирование компании на быстрые изменения окружающей среды.

Задание:

1. Проанализируйте историю развития конкурентной разведки
2. Оцените роль и место конкурентной разведки в системе безопасности субъекта хозяйствования.

Контрольные вопросы:

1. Понятие «конкурентная разведка» (КР).
2. Цель и задачи конкурентной разведки.
3. История развития конкурентной разведки.
4. Роль и место конкурентной разведки в системе безопасности субъекта хозяйствования.
5. Риски и возможности, исследуемые системой конкурентной разведки.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Практическое занятие №4, 5, 6

Тема: Информация в работе конкурентной разведки

Цель работы: изучить информацию в работе конкурентной разведки

Знания: источники информации и способы их верификации; методы и процедуры сбора информации о деятельности конкурентов;

Умения: анализировать достоверность полученных данных и валидность их источников;

Актуальность темы: Важность понимания источника данных дает для специалистов по конкурентной разведке основание говорить об их достоверности, объективности и пригодности к дальнейшему использованию.

Теоретическая часть: Работу по определению потребности в информации у генерального директора и по службам эффективнее всего реализовывать в виде анкетирования. На основе анализа подобных анкет создается рубрикатор по сбору и анализу данных. Учитывая динамичность изменения внешней среды и постоянное развитие предприятия, необходимо время от времени актуализировать рубрикаторы. Необходимо отметить, что на любом предприятии существует уже сложившийся баланс интересов и сформированный на его основе информационный монополизм. В таких условиях для эффективности работы службы конкурентной разведки и снижения противодействия со стороны сотрудников в компании необходимо создать организационную культуру с учетом важности, применимости результатов работы данного отдела.

Принципов классификации информации, с точки зрения конкурентной разведки, достаточно много.

1. По отношению к решаемым задачам: информация нужна не только для принятия глобальных решений и реализации глобальных целей (например, открытие филиала в другом регионе или выход на новый рынок), но и для реализации тактических задач (возможность работы с конкретным контрагентом, динамика цен на комплектующие на рынке).
2. По степени объективности и достоверности: данный параметр позволяет определить уровень доверия к информации. Не секрет, что переданная через несколько лиц устная информация обычно не имеет ничего общего с исходным посылом и уже не может быть ни объективной, ни достоверной. Ярким примером является следующая шутка.
3. По источнику получения: от источника зависят многие параметры информации, поэтому иногда просто указание на источник позволяет оценить качество информации. Есть несколько

типов источников информации: открытые источники информации; оперативная информация (полученная прямым оперативным путем наблюдением, прямыми контактами и др.); экспертная информация; агентурная.

4. По степени открытости: по уровню необходимых для ее получения ресурсов и по возможности ее дальнейшего распространения. Есть две степени: открытая; закрытая.

Задание:

1. Выявить требования, предъявляемые к информации, и ее характеристики.
2. Проанализируйте потребность в информации при проведении конкурентной разведки.

Контрольные вопросы:

1. Потребность в информации.
2. Классификация информации.
3. Источники информации.
4. Требования, предъявляемые к информации, и ее характеристики.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Практическое занятие № 7, 8, 9, 10

Тема: Работа со сторонними организациями по поиску информации

Цель работы: приобрести навыки работа со сторонними организациями по поиску информации

Знания: источники информации и способы их верификации; методы и процедуры сбора информации о деятельности конкурентов; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности

Умения: анализировать достоверность полученных данных и валидность их источников; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности; проводить комплексный экономический анализ фирмы, рынка; определять инструменты конкурентной разведки, соответствующие ситуации;

Актуальность темы: Поиск информации в организациях, ее анализ и систематизация является первым шагом в решении поставленных задач по снижению неопределенности.

Теоретическая часть: В работе специалиста по конкурентной разведке особое место занимает работа со сторонними предприятиями, в которой предоставление информации является одной из основных ее функций. Получение полной и доступной информации значительно снижает неопределенность ситуации и позволяет наметить дальнейшие пути поиска недостающей информации. Поиск информации в организациях, ее анализ и систематизация является первым шагом в решении поставленных задач по снижению неопределенности. В данной главе перечислено большинство организаций, предоставляющих официальную информацию.

Федеральная служба статистики

Официальный сайт ГМЦ Росстата (Главный межрегиональный центр обработки и распространения статистической информации Федеральной службы государственной статистики): www.gks.ru. Осуществляет сбор, автоматизированную обработку, накопление, распространение информации. Интересующую информацию также можно найти на сайте www.multistat.ru.

ГМЦ Росстата осуществляет следующие виды деятельности:

- 1) осуществляет сбор, контроль, обработку, накопление, хранение показателей государственной статистической отчетности и выпуск свободной статистической информации, а также формирование макроэкономических показателей, проведение балансовых расчетов, хранение и представление статистической и экономической информации, защиту ее от несанкционированного доступа;
- 2) выполняет издание и тиражирование докладов о социально-экономическом положении Российской Федерации, сводных и тематических статистических сборников и других официальных статистических публикаций и материалов Федеральной службы государственной статистики, разрешенных руководством Федеральной службы государственной статистики;
- 3) распространяет, в т.ч. на коммерческой основе, на территории России и за рубежом официально разрешенную Федеральной службой государственной статистики статистическую информацию и публикации Федеральной службы государственной статистики;
- 4) выполняет работы по созданию и ведению статистического регистра предприятий и организаций (Статрегистр), банка данных «Бухгалтерская отчетность организаций» (БД БОО), автоматизированного банка общероссийских классификаторов (АБК);
- 5) осуществляет создание, внедрение, ведение и актуализацию статистических баз и банков данных, регистров, субрегистров, в т.ч. коммерческих;
- 6) выполняет организационные, программно-методологические и проектно-технологические работы по подготовке, проведению переписи населения и обработке её материалов, а также других переписей и единовременных обследований;
- 7) проводит обработку материалов переписей и обследований, готовит к публикации и распространяет с санкции Федеральной службы государственной статистики их итоги;
- 8) обеспечивает хранение, защиту от несанкционированного доступа материалов переписи населения на технических носителях, ведение информационных фондов на основе материалов переписи населения;
- 9) осуществляет формирование и ведение отраслевого фонда алгоритмов и программ Федеральной службы государственной статистики;
- 10) осуществляет информационно-технологическое взаимодействие с территориальными органами Федеральной службы государственной статистики в соответствии с возложенными на предприятие задачами и функциями;
- 11) координирует по поручению Федеральной службы государственной статистики работы по созданию и ведению общесистемных регистров, банков и баз данных территориальными органами и организациями Федеральной службы государственной статистики;
- 12) осуществляет в установленном Федеральной службой государственной статистики порядке присвоение кодов по общероссийским классификаторам технико-экономической и социальной информации юридическим лицам, их представительствам и филиалам, гражданам, занимающимся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, при их учете в составе ЕГРПО (Единый государственный регистр предприятий и организаций);
- 13) по указаниям Федеральной службы государственной статистики осуществляет взаимодействие с информационными системами и ресурсами министерств и ведомств;
- 14) обеспечивает сбор, обработку, хранение бухгалтерской отчетности организаций в составе БД БОО, формирование сводной информации по бухгалтерской отчетности для предоставления федеральным органам исполнительной власти;
- 15) осуществляет разработку и ведение закрепленных за Федеральной службой государственной статистики общероссийских классификаторов технико-экономической и социальной информации;
- 16) обеспечивает автоматизированное ведение общероссийских классификаторов в рамках автоматизированного банка общероссийских классификаторов (АБК) с использованием информационно-вычислительной сети Федеральной службы государственной статистики;

17) распространяет, в т.ч. на коммерческой основе, на территории России и за рубежом в установленном порядке информацию из Статрегистра, БД БОО, АБК. Росстат также ведет статистический регистр хозяйствующих субъектов (единую систему учета и идентификации кодами ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности) всех предприятий и организаций РФ, прошедших государственную регистрацию). По каждому субъекту в Статрегистре содержится ряд сведений, таких как наименование, адрес, виды хозяйственной деятельности, руководителя, учредители. Актуализация данного реестра производится раз в месяц. Получение такой информации может быть отправной точкой в анализе предприятия-контрагента или конкурента.

Предоставление данных бухгалтерской отчетности организаций осуществляется на основе банка данных «Бухгалтерская отчетность организаций» (БД БОО), который создан Госкомстатом России во исполнение постановления правительства Российской Федерации от 21 апреля 1995 года № 399 «О совершенствовании информационной системы предоставления бухгалтерской отчетности».

Задание:

1. Выявите особенности работы с информацией представленной Федеральной службой статистики
2. Выявите особенности работы с информацией представленной Федеральной налоговой службой
3. Выявите особенности работы с информацией представленной Министерством иностранных дел
4. Выявите особенности работы с информацией представленной Министерством внутренних дел
5. Выявите особенности работы с информацией представленной Федеральной службой судебных приставов
6. Выявите особенности работы с информацией представленной Министерством экономического развития
7. Выявите особенности работы с информацией представленной Российскими частными информационными агентствами.
8. Выявите особенности работы с информацией представленной иностранными консалтинговыми фирмами.

Контрольные вопросы:

1. Федеральная служба статистики.
2. Федеральная налоговая служба (ФНС РФ).
3. Министерство иностранных дел РФ (МИД РФ).
4. Министерство внутренних дел РФ (МВД РФ).
5. Федеральная служба судебных приставов.
6. Министерство экономического развития (Минэкономразвития).
7. Российские частные информационные агентства.
8. Иностранные консалтинговые фирмы.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Практическое занятие № 11, 12, 13

Тема: Методы использования материалов средств массовой информации в целях конкурентной разведки

Цель работы: изучить методы использования материалов средств массовой информации в целях конкурентной разведки

Знания: методы и процедуры сбора информации о деятельности конкурентов; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности

Умения: анализировать достоверность полученных данных и валидность их источников; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности; проводить комплексный экономический анализ фирмы, рынка; определять инструменты конкурентной разведки, соответствующие ситуации; на конкретных примерах из отечественной и зарубежной практики разрабатывать собственный инструментальный и методички конкурентной разведки; распознавать признаки проведения конкурентной разведки.

Актуальность темы: Открытая печать часто является отправной точкой работы службы конкурентной разведки и наиболее используемым источником информации.

Теоретическая часть: Классификация сведений, получаемых из открытых источников, позволяет систематизировать данные и выглядит следующим образом:

первая группа – информация общего характера об интересующем регионе (политическая, экономическая, военная, социальная). Такая информация может быть актуальна при оценке военно-политического, экономического потенциала страны или региона;

вторая – специализированная информация, имеющая жесткую привязку к конкретной области деятельности – экономике, науке, технике и т.д.;

третья – информация о персоналиях.

Собирая и обрабатывая данную информацию, можно получить не только картину, существующую в той или иной области, на том или ином рынке, в том или ином регионе, но и составить прогноз тенденций развития. Необходимо отметить, что авторы статей, публикаций не выдают никаких секретов, не разглашают тайны, каждый по отдельности факт или информация из такой статьи не представляет интереса, интерес возникает тогда, когда полученные из разных источников сведения и данные систематизируются и сравниваются.

Служба конкурентной разведки в интересах предприятия может получать из открытых источников огромный объем полезной информации, нужно только правильно организовать постоянную работу в этой области. Если обратиться к работе журналистов, то их деятельность по духу, специфике, формам получения информации очень похожа на деятельность подразделения конкурентной разведки. Журналист, пишущий об однотипных проблемах, может рассматриваться как эксперт в данной области. Но не стоит забывать, что пресса иногда дает информацию на уровне слухов, ощущений. Поэтому материалы СМИ можно использовать для сопоставления, уточнения данных полученных иным путем. В то же время, пресса может дать возможности для выявления новых направлений для текущей информационной работы.

При планировании работы по аналитической обработке прессы необходимо:

- 1) четко определить цель;
- 2) выяснить информационные потребности потребителей информации;
- 3) приступить к подбору источников информации.

В результате следования по данному алгоритму будет четко определена работа службы конкурентной разведки.

Информация в СМИ является опосредованной и для ее эффективного использования она должна быть преобразована в проблемно ориентированный массив данных на основе как целевых характеристик, так и субъективного восприятия специалиста. При обилии современных средств массовой информации, на первый взгляд, кажется, что для реализации такой задачи за чтением газет и журналов нужно проводить все 24 часа. На самом деле это не так, по оценкам специалистов, достаточно около получаса рабочего времени. Для этого необходимо правильно организовать информационную работу:

- 1) правильно подобрать источники информации;
- 2) обработать их с использованием принципа «ключевых слов»;
- 3) грамотно организовать сортировку, классификацию и хранение уже отобранной информации.

Задание:

1. Выявите особенности работы с открытыми источниками информации
2. Выявите особенности аналитической обработки данных, собранных в СМИ

Контрольные вопросы:

1. Использование открытых источников информации.
2. Использование собственных средств обработки информации.
3. Аналитическая обработка данных, собранных в СМИ.
4. Контент-анализ.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Практическое занятие №14, 15

Тема: Выставки в работе конкурентной разведки. Выставка как разведывательная операция

Цель работы: изучить выставки в работе конкурентной разведки.

Знания: методы и процедуры сбора информации о деятельности конкурентов; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности

Умения: анализировать достоверность полученных данных и валидность их источников; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности; проводить комплексный экономический анализ фирмы, рынка; определять инструменты конкурентной разведки, соответствующие ситуации; на конкретных примерах из отечественной и зарубежной практики разрабатывать собственный инструментальный и методики конкурентной разведки; распознавать признаки проведения конкурентной разведки.

Актуальность темы: Конференции и выставки являются источниками полезной и крайне важной информации. Выставки могут представлять интерес, даже если они напрямую не связаны с основной деятельностью предприятия.

Теоретическая часть: Последние 60 лет ни одна выставка не обходится без профессионалов промышленного шпионажа и конкурентной разведки. Это связано с тем, что выставка – место, где собираются профессионалы, специалисты, которые зачастую фанатично относятся к своим изобретениям. С точки зрения психологии, фанатику необходимы слушатели, готовые воспринять его идеи и интересующиеся ими. К таким людям в обстановке выставки очень просто найти подход, чем и пользуются специалисты конкурентной разведки. Задача специалиста конкурентной разведки состоит в том, чтобы фанатик-специалист ему поверил, увидел его интерес и небольшую долю неосведомленности в последних достижениях, что достигается путем проявления интереса (прямая провокация любознательностью) или заведомо непрофессиональными вопросами (невежество в самых элементарных вещах) – все это провоцирует фанатика специалиста на откровенный и увлекательный разговор.

Известно, что обстановка на выставках способствует достаточно быстрому установлению деловых контактов, точно так же обстановка выставки влияет и на разведывательные контакты с интересующими компаниями или их отдельными представителями.

Обычно на выставках присутствуют не только гиганты отрасли, но средние и малые предприятия, с которыми контакт установить гораздо проще и проще договориться, например, о продаже, одного опытного экземпляра, так как малое предприятие заинтересовано в получении финансовых ресурсов здесь и сейчас.

Кроме того, на выставке с помощью активных контактов можно легко выявить тенденции и перспективы развития предприятий-экспонентов (их продукции, технологии, систем управления и т.д.), что позволит скорректировать цели и задачи конкурентной разведки и стратегические цели компании. Необходимо отметить особую роль конференций, проходящих в рамках выставки или как отдельные мероприятия. На конференциях, кроме выступлений и круглых столов, безусловно представляющих интерес, особого внимания заслуживают кулуарные разговоры, мнения, взгляды специалистов, к тому же на кофе-брейк легко завести разговор на интересующие темы с рядом специалистов, вовлекая их в спор между собой, правда, для этого разведчик должен хорошо ориентироваться в теме.

Уникальность выставок заключается в том, что есть возможность получить доступ к первым лицам конкурента (особенно важным для разведчика является возможность задавать вопросы на презентациях первым лицам их компаний или продукции), а также получить из первичных источников массу полезной информации о перспективах развития и намерениях компаний. Профильные выставки еще и интересны присутствием на них так называемых смежников, поставщиков, банков, инвесторов и т.д. При правильно выстроенной беседе можно получить от данной категории участников выставки ценные сведения об интересующем конкуренте (например, специалист конкурентной разведки сомневается в качестве продукции смежника, и, чтобы убедить потенциального клиента, представитель начинает приводить примеры своих клиентов, дальше можно выяснить и объемы поставок интересующего нас предприятия-конкурента и их частоту). Как сбор первичной информации на таких выставках можно, например, выяснить у инвесторов специфические требования к предприятиям именно данной отрасли.

Задание:

1. Выявите особенности работы на выставке (конференции)

Контрольные вопросы:

1. Этапы подготовки к выставке.
2. Работа на выставке (конференции).
3. Непрофильные выставки

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Практическое занятие №16,17,18

Тема: Аналитическая разведка средствами интернет

Цель работы: приобрести навыки аналитической разведки средствами интернет

Знания: методы и процедуры сбора информации о деятельности конкурентов; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности

Умения: анализировать достоверность полученных данных и валидность их источников; способы аналитической обработки данных; содержание и этапы проведения стратегического анализа; методы исчисления основных характеристик финансовой и хозяйственной деятельности государственных органов и учреждений различных форм собственности; проводить комплексный экономический анализ фирмы, рынка; определять инструменты конкурентной разведки, соответствующие ситуации; на конкретных примерах из отечественной и зарубежной практики разрабатывать собственный инструментарий и методики конкурентной разведки; распознавать признаки проведения конкурентной разведки.

Актуальность темы: Интернет за последние десять лет становится все более популярным, по некоторым данным, ресурсы «всемирной паутины» составляют 550 млрд. документов, 40 % из которых доступны бесплатно, что также говорит о том, что в Интернете содержится огромный объем данных, представляющих интерес для службы конкурентной разведки. Поэтому аналитическая разведка (поиск информации) средствами Интернет становится одним из самых перспективных направлений работы службы конкурентной разведки.

Теоретическая часть: Работу с интернет-источниками можно организовать как собственными силами, так и силами сторонних организаций. В Западной Европе и США широко распространены исследовательские центры, специализирующиеся на «выживании» нужной информации из всемирной паутины, причем данная деятельность является достаточно прибыльной. Например, только во Франции работает более 10 компаний, основной деятельностью которых является анализ документов, текстов, рисунков выложенных в сети. Подобные фирмы используют для поиска в Интернете процессоры сбора данных. Процессор в данном случае является частью программного обеспечения, определяющей, как программа работает с массивами данных. Программное обеспечение получило название «робот». Действуя постоянно и автономно, процессор сбора данных перехватывает любую информацию по запрашиваемой теме, как только она появляется в сети. Такие программные комплексы изначально разрабатывались для нужд государственных разведок, но постепенно стали рассекречиваться и переходить в бизнес-структуры. Описанное программное обеспечение позволяет на основе статистической обработки материалов открытого доступа составлять «карты работ». На основании этих карт аналитик устанавливает наиболее перспективные научные разработки в областях, где конкуренция минимальна. Другим направлением может быть анализ работы, творческой атмосферы организации и выявление так называемых «летунов». Летунами называют сотрудников, которые за сравнительно непродолжительный период времени успели поработать в ряде интересующих нас компаний (конкурентов). Такие сотрудники представляют особый интерес, т. к. благодаря своему разнообразному опыту могут поделиться знаниями о конкуренте, причем такой сотрудник интересен именно своим опытом, а не профессиональными качествами. Сейчас на рынке существует огромное количество программных продуктов, позволяющих проводить роботизированный поиск в Интернете, их разработчиками являются французские, американские, канадские специалисты.

Появление подобных технологий практически уравнило конкурентов в возможности получения информации, основными критериями успеха стали оперативность поиска и правильный анализ. Еще раз необходимо отметить, что всю нужную информацию можно получить из открытых источников, не пользуясь взломами и другими противоправными действиями.

Однако существуют и риски при использовании конкурентной разведки в интернете. Дело в том, что процессоры сбора данных оставляют след в Интернете и, если проследить за информационными запросами конкретной компании, то достаточно просто можно установить причинно-следственную связь и выявить намерения предприятия. Для этих целей разработаны «роботы роботов», которые позволяют перехватывать данные о работе поисковой системы. Рассматриваемая методика сбора данных является первым шагом, предварительным подбором информации. Большая часть собранной в сети информации носит неструктурированный, неявный характер и нуждается в аналитической обработке. Только порядка 10–15 % нужной

информации находится в сети в необходимой форме, остальные 85–90 % получаются путем аналитической обработки массивов данных.

Необходимость и важность использования Интернета как источника информации подтверждается, во-первых, оперативностью получения информации, что в некоторой мере компенсирует ее неполноту, во-вторых, тем, что для первого этапа информационного поиска данный объем вполне достаточен, в-третьих, тем, что данная информация позволяет уточнить запросы и задать ориентиры для дальнейших поисков.

Задание:

1. Выявите особенности мониторинга в Интернете

Контрольные вопросы:

1. Интернет как инструмент конкурентной разведки.
2. Мониторинг в Интернете.
3. Направленный поиск в Интернете.
4. Поисковые системы.
5. Каталоги.
6. Информационные и новостные агентства.
7. Средства массовой информации.
8. Блоги.
9. Социальные сети.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Мазилкина, Е. И. Конкурентная разведка / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 126 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/833.html>
2. Анищенко, Е. В. Финансовая разведка [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Анищенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2014. — 184 с. — 978-5-19-010980-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54670.html>

Дополнительная литература:

1. Майкл, Портер Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Портер Майкл ; перевод И. Минервин ; под редакцией О. Нижельской. — 6-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 456 с. — ISBN 978-5-9614-5752-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93025.html>
2. Девяткин, Е. А. Теория и практика конкуренции : учебное пособие / Е. А. Девяткин. — Москва : Евразийский открытый институт, 2008. — 232 с. — ISBN 978-5-374-00123-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/10860.html>
3. Розанова, Н. М. Экономический анализ фирмы и рынка : [учебник] / Н.М. Розанова, И.В. Зорострова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 279 с. - Библиогр.: с. 260. - ISBN 978-5-238-01497-5