

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

Институт права, экономики и финансов

Кафедра экономики и учетно-аналитических информационных систем

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП

Ассистент Г.А. Эфендиева

«30» сентября 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«ДЕЛОВАЯ И КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА»

Специальность

38.05.01 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Специализация

«Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Квалификация выпускника

Экономист

Форма обучения

Очная

Нальчик 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования 3
2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы 6
3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности 7

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей, критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Карта компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции выпускника

Код и наименование компетенции выпускника

ОПК-4: Способен разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения, планировать и организовывать профессиональную деятельность, осуществлять контроль и учет ее результатов

Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника

ОПК-4.1: Способен разрабатывать экономические и финансовые обоснования организационно-управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков, возможностей использования имеющихся ресурсов в моделируемых ситуациях профессиональной деятельности

Тип компетенции: общепрофессиональная компетенция выпускника образовательной программы по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», уровень ВО – специалитет.

1.1. Этапы формирования компетенций и средства оценивания

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Виды оценочных материалов, обеспечивающих формирование компетенций
<p>Код и наименование компетенции выпускника ОПК-4: Способен разрабатывать и принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения, планировать и организовывать профессиональную деятельность, осуществлять контроль и учет ее результатов</p> <p>Код и наименование индикатора достижения компетенций выпускника</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы сбора и анализа информации, современные информационные технологии, включая информационно-аналитические системы, профессиональные базы данных используемые при деловой и конкурентной разведке; – терминологию в области деловой разведки, нормативные документы, регламентирующие деятельность в области деловой разведки, критерии оценки качества информации – особенности исследования потенциальных рисков и угроз экономической безопасности при деловой и конкурентной разведке; – методы подготовки отчетов, справок, докладов и иных обобщающих материалов по итогам осуществления деловой и конкурентной разведки 	<p>Оценочные материалы для устного опроса</p> <p>Оценочные материалы для рефератов</p> <p>Оценочные материалы к рубежному контролю</p> <p>Оценочные материалы к итоговой аттестации (к зачету)</p>

<p>ОПК-4.1: Способен разрабатывать экономические и финансовые обоснования организационно-управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков, возможностей использования имеющихся ресурсов в моделируемых ситуациях профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять различных методов анализа конкурентной среды, анализа предприятия для решения задач деловой разведки, разрабатывать задания для решения задач деловой разведки; – проводить мониторинг информационной среды, организовывать деятельность службы деловой разведки на предприятии; – применять на практике основные общеметодологические принципы деловой разведки; – формировать отчеты, справки, доклады и иные обобщающие материалы по итогам осуществления деловой и конкурентной разведки. 	<p>Оценочные материалы для подготовки к практическим (семинарским) занятиям</p> <p>Оценочные материалы для рефератов</p> <p>Оценочные материалы к рубежному контролю</p> <p>Оценочные материалы к итоговой аттестации (к зачету)</p>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сбора и анализа информации, современные информационные технологии, включая информационно-аналитические системы, профессиональные базы данных используемые при деловой и конкурентной разведке; – навыкам проведения специальных исследований потенциальных рисков и угроз экономической безопасности при деловой и конкурентной разведке; – навыками подготовки отчетов, справок, докладов и иных обобщающих материалов по итогам осуществления деловой и конкурентной разведки. 	<p>Оценочные материалы для подготовки к практическим (семинарским) занятиям</p> <p>Оценочные материалы для рефератов</p> <p>Оценочные материалы к рубежному контролю</p> <p>Оценочные материалы к итоговой аттестации (к зачету)</p>

1.2. Критерии формирования оценок на различных этапах их формирования

Текущий и рубежный контроль

Оценка регулярности, своевременности и качества выполнения обучающимся учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изучения дисциплины (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость обучающегося по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ. Общий балл складывается в результате проведения текущего и рубежного контроля по дисциплине:

Этап (уровень)	Первый этап (уровень)	Второй этап (уровень)	Третий этап (уровень)
Баллы	36-50 баллов	51-60 баллов	61-70 баллов
Характеристика	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно»	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо»	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично»

Промежуточная аттестация (зачет)

Оценка	Не зачтено	Зачтено
Баллы	36-60 баллов	61-70 баллов
Характеристика	Обучающийся имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля. На зачете не выполнил предложенное преподавателем задание. По итогам промежуточного контроля получил 0 баллов	Обучающийся имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете полностью выполнил 1/3 и более предложенного преподавателем задания. По итогам промежуточного контроля получил от 11 до 25 баллов. Обучающийся имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете выполнил одно задание полностью либо частично выполнил 2 из трех заданий. По итогам промежуточного контроля получил от 1 до 10 баллов. Обучающемуся, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачета

На первом (начальном) этапе формирования компетенции формируются знания, умения и навыки, составляющие базовую основу компетенции, без которой невозможно ее дальнейшее развитие. Обучающийся воспроизводит термины, факты, методы, понятия, принципы и правила; решает учебные задачи по образцу.

На втором (основном) этапе формирования компетенции приобретает опыт деятельности, когда отдельные компоненты компетенции начинают «работать» в комплексе и происходит выработка индивидуального алгоритма продуктивных действий, направленных на достижение поставленной цели. На этом этапе обучающийся осваивает аналитические действия с предметными знаниями по конкретной дисциплине, способен самостоятельно решать учебные задачи, внося коррективы в алгоритм действий, осуществляя координирование хода работы, переносит знания и умения на новые условия.

Третий (завершающий) этап – это овладение компетенцией. Обучающийся способен использовать знания, умения, навыки при решении задач повышенной сложности и в нестандартных условиях. По результатам этого этапа обучающийся демонстрирует итоговый уровень сформированности компетенции.

2. Методические материалы и типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения профессиональной образовательной программы

Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	Тема рефератов
4	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
5	Задача (практическое задание)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задача (задание) должна быть направлена на оценивание тех компетенций, которые подлежат освоению в данной дисциплине, должна содержать четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	Комплект задач и заданий
6	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с	Тематика эссе

		использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме	
--	--	---	--

3. Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности

3.1. Типовые задания для текущего контроля успеваемости

Контролируемая компетенция ОПК-4, индикатор достижения компетенции ОПК-4.1

3.1.1. Вопросы, выносимые на устный опрос по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1)):

Тема 1. Предмет и метод конкурентной разведки. Место деловой и конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности бизнеса (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1)).

1. Нормативно-правовое регулирование деловой и конкурентной разведки. Комментарии к законам в области бизнес – разведке в Российской Федерации.
2. Основные цели и задачи конкурентной разведки.
3. Функции конкурентной разведки.
4. Источники и методы получения информации при ведении конкурентной разведки.
5. Определения конкурентной разведки, используемые в России и за рубежом.
6. История развития конкурентной разведки.
7. Анализ внутренней и внешней среды предприятия,
8. Особенности конкурентной борьбы в современном рынке.

Тема 2. Конкуренция и конкурентная (деловая) разведка как элемент системы обеспечения безопасности бизнеса (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Понятие «конкуренция», «конкурентная разведка», «конкурентоспособность»
2. Понятие конкурентной среды. Виды конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
3. Методы оценки конкурентов. Продуктовые, матричные, комбинированные методы оценки конкурентов.
4. Роль и место конкурентной разведки в системе безопасности субъекта хозяйствования.
5. Конкурентная (деловая) разведка, как инструмент достижения конкурентного преимущества.
6. Методы оценки стоимости бизнеса, Динамические методы оценки.

7. Риски и возможности, исследуемые системой конкурентной разведки.
8. Группы специалистов, работающие в области конкурентной разведки.
9. Сфера деятельности и объекты разведывательной разработки конкурентной разведки.
10. Бенчмаркинг и конкурентная разведка.
11. Естественные ограничения сферы деятельности конкурентной разведки.

Тема 3. «Экономический шпионаж» и характеристика корпоративной системы противодействия «шпионажу» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Понятие «промышленный шпионаж». Предмет шпионажа. Объект и субъект шпионажа.
2. Правовая характеристика шпионажа по российскому уголовному законодательству.
3. Отличие конкурентной разведки от «экономического шпионажа».
4. Понятие и содержание «экономического шпионажа».
5. Действия по сбору, похищению и использованию сведений, которые возможно квалифицировать как противоправные и подпадающие под действие статей Уголовного и Административного кодексов РФ.
6. Тенденции в области «экономического шпионажа» в современных условиях.
7. Борьба с экономическим шпионажем.
8. Элементы контрразведывательной деятельности в работе службы безопасности предприятия.
9. Принципы отнесения предприятия к потенциальным объектам «экономического шпионажа».
10. Оценка защищенности предприятия от «экономического шпионажа».
11. Пресечение преступлений против отдельных групп сотрудников (или всех сотрудников на их рабочих местах)

Тема 4. Организация службы бизнес разведки предприятия (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Цели создания системы конкурентной разведки компании.
2. Потребности в разведывательной информации в компании.
3. Организационные принципы системы конкурентной разведки компании.
4. Конкурентная разведка, как направление деятельности компании и как функциональное структурное подразделение.
5. Перечень функциональных подразделений компании, которые могут быть задействованы в решении задач конкурентной разведки.
6. Набор организационных процедур, обеспечивающих создание механизма конкурентной разведки компании.
7. Характеристика функций подразделений бизнес разведки предприятия.
8. Информационное сопровождение коммерческих сделок.
9. Проверка лиц, заключивших с предприятием коммерческий контракт.
10. Организация мониторинга конкурентной среды. Работа с информацией методами конкурентной разведки, как дополнительная функция, действующих специалистов предприятия.

Тема 5. Разведывательный цикл конкурентной разведки (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Планирование разведывательной деятельности.
2. Направления сбора информации в конкурентной разведке.
3. Систематизация разведывательной информации. Особенности информационно-аналитической работы в процессе конкурентной разведки.

4. Формы взаимодействия структурных подразделений субъекта хозяйствования при решении задач конкурентной разведки.
5. Распространение информационных материалов конкурентной разведки для принятия руководителем решений реагирования.
6. Инструменты оценки надежности компаний. Источники данных и их правовой статус.
7. Проблема «асимметричности» информации.
8. Анализ контрагентов в рыночной среде. Финансовая диагностика контрагентов.
9. Анализ корпоративной структуры.
10. Стратегическое планирование и разработка долгосрочных программ бизнес разведки.
11. Взаимосвязь экономической безопасности и бизнес разведки.

Тема 6. Процедура поиска деловой информации (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Основные легитимные источники получения достоверной и актуальной информации в отношении физических и юридических лиц, представляющих служебный интерес.
 2. Единые государственные реестры юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
 3. Реестры компаний, сведения о регистрационных данных и учредителях.
 4. Банковская, страховая и лизинговая отчетность, отчетность эмитентов и статистические данные, данные об исполнении государственных контрактов.
 5. Реестры сообщений о финансовом оздоровлении (банкротстве) предприятий, недобросовестных поставщиках и партнерах.
 6. Данные об арбитражной практике юридических лиц (истцов и ответчиков). Сведения о привлечении лиц к административной и уголовной ответственности.
 7. Контроль и сопровождение сделок.
 8. Поиск аффилированных лиц, выявление взаимосвязанных действий контрагентов при осуществлении государственных закупок в сферах приобретения товаров, работ и услуг.
 9. Практика накопления, обработки и систематизации информации об юридических и физических лицах.
- Понятие информационно-аналитической работы. Коммерческая тайна. Концепция построения интегрального банка данных. Тематика накапливаемой информации.

Тема 7. Информационные технологии, как современный инструмент конкурентной разведки (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Бизнес-разведка в сети Интернет.
2. Профессиональные базы данных.
3. Информационно-аналитические системы.
4. Ситуационные центры.
5. Глобальная сеть Интернет (информационный компонент).
6. Сайты государственных структур: gks.ru - сайт Госкомстата; customs.ru - сайт Таможенной Службы; cbr.ru - сайт Центрального банка России; fedcom.ru - сайт Федеральной комиссии по ценным бумагам.
7. Применение новейших информационных технологий для извлечения критической информации из сети Интернет.
8. Российские информационно-аналитические системы: функциональные возможности, принципы работы, информационные источники

Тема 8. Методика поиска информации в Интернете при решении задач конкурентной разведки (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

1. Основные направления Интернет – разведки.
2. Работа с открытыми источниками информации. Поисковые системы. Информационные и новостные агентства
3. Разведка на основе анализа открытых источников информации (Open Source Intelligence – OSINT).
4. Информационно-поисковая работа: привлечение к доверительному сотрудничеству информаторов службы безопасности
5. Информационно-поисковая работа: использование возможностей сторонних организаций
6. Ранжирование по степени соответствия документа запросу. Релевантность информационного запроса.
7. Процедура поиска деловой информации.

Тема 9. Особенности применения бухгалтерской криминалистики в целях деловой разведки (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1)).

1. Источники бухгалтерской информации.
2. Виды бухгалтерской информации и оценка достоверности бухгалтерской информации.
3. Методы анализа бухгалтерской информации.
4. Бухгалтерская информация и коммерческая тайна.
5. Судебно-бухгалтерская экспертиза.
6. Использование специальных экономических и бухгалтерских данных при расследовании преступлений в сфере деловой и конкурентной деятельности.

Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине. Развёрнутый ответ обучающегося должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

Методические рекомендации по подготовке к устному опросу

При подготовке к устному опросу следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Критерии оценивания при устном опросе

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
3 балла («отлично»)	Обучающийся: – полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий; – обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; – излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
2 балла («хорошо»)	Обучающийся: – дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, установленным для оценки «отлично», но допускает не более

	2 негрубых ошибок, которые сам же исправляет, и не более 3 недочетов.
1 балл («удовлетворительно»)	Обучающийся: – обнаруживает знание и понимание основных положений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий (допускает более 2 негрубых ошибок); – излагает материал непоследовательно, допускает более 3 недочетов.
0 баллов («неудовлетворительно»)	Обучающийся: – обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала (допускает грубые ошибки).

Грубые ошибки: неправильный ответ или пояснения к ответу на поставленный вопрос; неправильное определение базовых терминов по дисциплине.

Негрубые ошибки: неточный или неполный ответ на поставленный вопрос; при правильном ответе неумение самостоятельно или полно обосновать и проиллюстрировать его.

Недочеты: непоследовательность, неточность в языковом оформлении излагаемого материала.

Баллы (1-3) могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов обучающегося на протяжении занятия.

3.1.2. Оценочные материалы для практических занятий по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Примеры типовых заданий

Задания к теме 1:

Изучить и подготовить сообщение в виде письменного отчета на тему: «Нормативно-правовое регулирование деловой и конкурентной разведки. Комментарии к законам в области бизнес – разведке в Российской Федерации».

Контрольная работа в малых группах к теме 2: Деловая игра «Конкуренция, конкурентная разведка и конкурентоспособность»

Основное назначение игры - отработка «на практике» приемов завоевания рынка, стратегий развития компаний, изучения ключевых принципов конкурентной борьбы.

Концепция игры: В игре участвуют 4 команды.

Длительность игры – 1 или 2 занятия в зависимости от уровня подготовки игроков.

Цели игры:

1. Установление контроля над рынком, пять сил: М. Портера
 - угроза со стороны существующих конкурентов;
 - угроза появления товаров-заменителей или услуг-заменителей, конкурентно-способных с точки зрения цены;
 - угроза появления новых или потенциальных конкурентов;
 - угроза со стороны поставщиков сырья и комплектующих;
 - угроза со стороны потребителей товаров и услуг.
2. Выдавливание или поглощение конкурентов.
3. Достижение личной победы (по очкам).

Ожидаемый результат: а) выявление сильных и слабых мест у конкурентов. б) потенциально возможный комплекс конкурентных преимуществ в результате шпионажа

Участники: роли: 1) заказчики исследования - представители органов управления в регионе; 2) исполнители - группа разведчиков региона;

Игра может проводиться в командном варианте (команда - отрасль, регион образуют 2 и более игроков). Две и более команды (в зависимости от игровой карты) могут образовывать союзы.

Особенность союзной игры в том, что у каждой из команд есть как общие цели (победа над противоположным союзом), так и конкурентные - победить в общем зачете. В свою очередь индивидуальная победа определяется числом и качеством сохраненных «основных средств», а также числом поглощенных/выдавленных с рынка средств оппонентов.

Игра идет на карте рынка. Можно называть ее схемой города, региона или страны. Каждая клетка на карте рынка – это сегмент (группа потребителей). Несколько сегментов объединяются в районы с ключевым сегментом в центре (центр дистрибуции района). Число потребителей или сегментов, которые обслуживаются в данной точке дистрибуции обозначено числом в клетке ключевого сегмента.

Каждые 10 клиентов (потребителей) приносят отрасли, другому субъекту 1 денежную единицу, которую можно направить на пополнение бюджетов продуктов, находящихся в данном районе на конец хода. Каждая отрасль имеет стартовый набор продуктов.

Для внедрения продуктов на рынок и получения контроля над ним отрасль пользуется услугами агентов. Скорость проникновения продуктов на рынок через агента определяется типом продукта и типом сегмента. Для установления контроля над группой сегментов необходимо ввести свой продукт в ключевой сегмент и удержать его в течение 1 хода.

Все действия и бездействия фирмы приводят к расходу финансов. У каждого продукта есть бюджет. В каждый тур из этого бюджета списываются финансы.

Бюджет продукта можно пополнить, если продукт находится на контролируемой фирмой территории (агент должен посетить офис/представительство отрасли, холдинга) в конце своего хода.

Если продукты вступают в конкурентную борьбу, то ее результаты зависят от сегмента рынка, на котором происходит конкуренция, типов конкурирующих продуктов и текущего рейтинга продуктов (насколько потребители доверяют этому продукту).

В результате конкуренции рейтинг продуктов снижается. Если рейтинг становится очень маленьким, продукт вытесняется с рынка. При значительном превосходстве одной конкурирующей стороны над другой (в данном сегменте) возможен захват продукта слабой стороны – продукт переходит под контроль более сильного конкурента (корпоративный захват).

Захват продукта может возникнуть и при полной растрате бюджета данного продукта (агент переходит на сторону конкурента из-за задержек в финансировании).

Подготовка кейсов к конкретным ситуациям. Данная деловая игра способствует формированию конкурентных преимуществ (отрасли, региональной экономике). Суть заданий для кейса:

- а) проведение диагностики конкурентных преимуществ;
- б) разработка конкурентных стратегий для стратегических единиц бизнеса региональной экономики;
- в) формирование комплекса реальных и потенциальных конкурентных преимуществ;
- г) предложение мероприятий по практической реализации потенциальных конкурентных преимуществ;

Деловая игра предусматривает подробный анализ отчетов, обучающихся о проделанной во внеурочное время самостоятельной работе:

- по проведению анализа конкурентных стратегий региональной экономики;
- выявлению конкурентных преимуществ;

- предложения по сохранению или изменению действующих конкурентных стратегий;
- формированию мероприятий по реализации потенциальных конкурентных преимуществ.

Задание к теме 3. «Экономический шпионаж» и характеристика корпоративной системы противодействия «шпионажу» (**контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))**)

Дайте оценку следующим ситуациям:

Ситуационное задание 1

Ваша фирма занимается продажей безалкогольных напитков. Вы получили сведения о том, что более сильная фирма «создатель будущего» намеревается «встряхнуть» рынок с целью получения над ним частичного или полного контроля. На рынке в настоящее время действуют три компании: ваша-15% объема, «Кока» - 30% объема и фирма «Кола» - 10% объема. Вы получили от «создателей будущего» предложение о покупке ими вашей фирмы.

Ваши действия?

Ситуационное задание 2

Вы начальник маркетинговой разведки. Руководство холдинга приняло решение о покупке крупного торгового центра. Для снижения цены на приобретение комплекса руководство попросило вас добыть конфиденциальную информацию о состоянии дел в отношениях между акционерами и руководством центра.

Ваши действия?

Ситуационное задание 3

Вы, сотрудник внешнего отдела системы безопасности, добыли материалы и сведения:

1. Путем распития спиртных напитков с сотрудниками фирмы-конкурента.
2. На основе анализа открытых материалов.
3. Принесли с выставки проспекты и видеоматериалы.
4. Достали их из мусорного ящика.
5. Подслушали разговор через «жучка».
6. Через свой источник в конкурирующей фирме.
7. Путем наружного наблюдения.
8. Просмотрели печатные выступления и статьи представителей фирмы.
9. Проанализировали маркетинговую деятельность фирмы.
10. Завели справки в таможне.

Какие из этих действий относятся к промышленному шпионажу?

Ситуационное задание 4

Вы сотрудник разведотдела системы безопасности. Вам нужно установить контакт с сотрудником конкурирующей фирмы.

Ваши действия?

Контрольная работа к теме 4. Деловая игра «Деятельность деловой разведки и разведки по прогнозированию готовящихся преступлений на предприятии».

Цели:

1. Закрепить и углубить изучаемый материал обучающимся.
2. Определить место и роль службы безопасности предприятия в системе защиты информации; выявить проблемные вопросы в решении задач по защите безопасности

предприятия и изложить свою позицию по совершенствованию службы безопасности предприятия.

Участники: Обучающиеся распределены на 3 учебные подгруппы.

1-я подгруппа – начальники службы безопасности предприятия.

2-я подгруппа – руководители предприятия.

3-я подгруппа – эксперты.

Время: 160 минут.

1. Подготовительный этап (домашняя работа):

Ситуация: Службе безопасности крупного коммерческого предприятия (условно ОАО «Заря»), занимающегося выпуском теле и видео-аппаратуры, из конфиденциальных источников стало известно, что в результате недобросовестной конкуренции в соседнем регионе успешно продается контрафактная продукция с маркой «Заря», ряд криминальных структур пытается внедрить своих агентов на предприятие с целью получения коммерческих секретов, как легальными, так и нелегальными способами. Возможен захват в заложники отдельных специалистов, срыв предстоящих переговоров по поставкам сырья для предприятия, а также «рейдерство», вывод из строя ценного оборудования.

Задание:

- Разработать систему безопасности предприятия, определить ее основные задачи.
- Определить объекты и субъекты безопасности предприятия.
- Разработать основной круг вопросов, решаемых руководством предприятия по обеспечению комплексной безопасности предприятия.

- Разработать структуру службы безопасности предприятия и определить ее основные цели и задачи.

- Определить основные вопросы взаимодействия службы безопасности с правоохранительными органами.

- В роли руководителя предприятия разработать приказ по обеспечению комплексной безопасности предприятия.

- Быть в готовности в роли руководителя, начальника службы безопасности решать управленческие задачи, связанные с обеспечением комплексной безопасности предприятия (принимать решения, отдавать распоряжения, осуществлять контроль за выполнением отданных распоряжений).

- Обучающим письменно выполнить задание (объем 5-7 листов) и быть в готовности к его защите на практическом занятии.

2. Порядок проведения практического занятия

- Организация занятия (проверка присутствующих и готовности к занятиям, объявление темы и цели занятия).

- Распределение на подгруппы и доведение порядка проведения занятия.

3. Присвоение подгруппам первоначальных ролей (начальники службы безопасности предприятия, руководители предприятия, эксперты).

4. Обсуждение обучающими первой подгруппы вопросов, вынесенных на практическое занятие с целью выработки общих позиций:

4.1. Вопросы со стороны подгруппы выступающих в роли руководителей предприятия.

4.2. Вопросы со стороны подгруппы экспертов.

4.3. Ответы и дискуссии.

4.4. Выработка общей позиции и общего подхода к вопросам обеспечения комплексной безопасности предприятия.

Обсуждение следующими подгруппами домашнего задания.

Выполнение подпунктов 4.1 - 4.4 по обсуждению домашнего задания.

Обсуждение преподавателем и старшими групп оценок участников занятия.

Подведение итогов занятия с объявлением окончательных оценок участников практического занятия.

Задания к теме 5. Разведывательный цикл конкурентной разведки (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Дайте оценку следующим ситуационным заданиям:

Ситуационное задание 1

Холдинговая компания «Полимет» имеет головное предприятие и несколько дочерних фирм в ряде городов России и за рубежом. В структуру холдинга входит коммерческий банк. Основной деятельностью «Полимета» является переработка металлургического сырья, производство изделий из металла. Головным предприятием владеют несколько человек. Они же владеют контрольными пакетами акций всех дочерних предприятий. Обороты холдинга исчисляются миллиардами рублей.

На рынке металла, как в стране, так и за рубежом, идет жесткая конкуренция. Условия торговли металлами предельно строгие и требуют постоянного взаимодействия с контролирующими и проверяющими органами. Необходимо постоянное оформление квот, лицензий и других разрешительных документов. Торговля металлами требует больших объемов железнодорожных и морских перевозок.

Какие задачи могут стоять перед аналитическим отделом системы безопасности, исходя из условий работы холдинга, его структуры, оборотов, особенностей рынка?

Ситуационное задание 2

Фирма «Лина» занимается оказанием информационных и консалтинговых услуг в области новых технологий. Основное внимание уделяет конверсионным разработкам, не имеющим аналогов в мире. Она собирает информацию о наиболее перспективных научных разработках, позволяющих наладить производство высоколиквидной на западном рынке продукции. Фирма занимается привлечением инвестиций, решает вопросы оформления патентов на изобретения и организации производства.

В фирме работает небольшой штат (20 человек) постоянных сотрудников и по трудовым соглашениям привлекается более 100 специалистов.

Какие задачи могут стоять перед аналитиками системы безопасности, исходя из условий работы фирмы «Лина», ее структуры, особенностей рынка?

Ситуационное задание 3

Производственно-коммерческая фирма «Авекс» решила создать отдел системы безопасности (СБ) для защиты своих интересов. Вас пригласили создать систему безопасности организовать ее работу для решения следующих задач:

- физической охраны помещений и защиты руководителей;
- инженерной защиты офиса и производственных помещений;
- технической защиты коммерческой тайны фирмы;
- информационного освещения деятельности партнеров и конкурентов, в том числе зарубежных.

Какие предприятия и организации вы хотели бы привлечь к работе? Какие вопросы вы предполагаете с ними решить?

Ситуационное задание 4

Холдинговая компания «Глобус» специализируется на международных транспортных перевозках. В одном из западноевропейских дочерних предприятий, работающих в тесном партнерстве с предприятием, расположенном в российском порту, произошло чрезвычайное происшествие - покушение на директора. Директор тяжело ранен.

Состояние дел в предприятии неважное: прибыли нет, большая текучесть кадров. Руководство холдинга поручило системой безопасности разобраться с положением, защитить интересы фирмы, обеспечить безопасность персонала.

При обработке версий и выполнении задания к кому необходимо обратиться за помощью, и какие вопросы решать?

Ситуационное задание 5

Холдинговая компания заключила контракт на перевозку нескольких крупных партий легковых автомобилей морскими и железнодорожными путями. Сначала судно доставляло автомобили в порт, а затем их перегружали на железнодорожные платформы и везли в Москву на таможенный склад. Согласно контракту, охрана груза входила в обязанности компании.

Какие подготовительные меры необходимо предпринять для обеспечения сохранности?

Задания к Теме 6. Процедура поиска деловой информации (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Дайте оценку следующим ситуационным заданиям:

Ситуационное задание 1

Концерн «Атлант» состоит из 8 фирм и 17 предприятий, общее количество сотрудников концерна составляет около 10000 человек. Сфера деятельности концерна: легкая промышленность, обувь, верхняя одежда, аксессуары и сопутствующие товары. В состав концерна входят как производственные, так и торговые фирмы. Некоторые из них связаны единым циклом от изготовления до реализации. Основной конкурент «Атланта» на рынке - холдинг «Антал» объединяет 30 фирм и 20 предприятий. В настоящее время «Антал» предпринимает активную экспансию на рынке, выбрасывая в продажу качественную и крайне дешевую одежду, которая, не уступая зарубежной по качеству, в несколько раз дешевле ее по цене. Фирмы и предприятия «Атланта», связанные с данным сектором, несут огромные потери. Одновременно с этим на прилавках обеих организаций скопилось достаточное количество зимней сезонной обуви. Представители «Атланта» получили информацию о том, что «Антал» планирует начать сезонную распродажу через месяц.

Руководство «Атланта» планировало развитие нового перспективного направления, но программа до сих пор осталась неразработанной.

Задание: проанализировать ситуацию и предложить концептуальные варианты разрешения ситуации для концерна «Атлант».

Ситуационное задание 2

Вы аналитик службы безопасности. Вам поручили подготовить справку о рынке сбыта мебели в регионе и т.д., где хозяин вашей фирмы намерен приобрести фабрику по производству мебели.

Набросайте план такой справки.

Ситуационное задание 3

Вы начальник маркетинговой разведки. Руководство холдинга приняло решение о покупке крупного торгового центра. Для снижения цены на приобретение комплекса руководство попросило вас добыть конфиденциальную информацию о состоянии дел в отношениях между акционерами и руководством центра.

Ваши действия?

Ситуационное задание 4

Вы, руководитель фирмы со стабильными доходами, получили информацию о том, что рынок, на который вы выходите со своей продукцией, в ближайшее время будет поглощен крупным финансово-промышленным объединением. Вашу фирму в этом случае ждет разорение. Вместе с тем ваши менеджеры предложили вам варианты действий, при которых можно частично или полностью сохранить доходы фирмы. (Действия в пределах неопределенности).

Какие это действия?

Задания к теме 9. **Особенности применения бухгалтерской криминалистики в целях деловой разведки** (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1)).

Задание 1.

Разработать схему экспертизы предлагаемых предприятию новых предпринимательских проектов с учетом сферы его деятельности: а) промышленного производства; б) банковской; в) торговой; г) туристического бизнеса; д) научно-технической; е) строительства; ж) автомобильных (морских, железнодорожных и иных) перевозок; з) нефтедобычи.

Задание 2.

Разработать схему проверки надежности сторонних организаций, стремящихся установить с предприятием деловые отношения. Учтите при этом сферу его деятельности (аналогично заданию 1).

Задание 3. Давно известно, что хорошую прибыль могут дать полностью роботизированные заводы. Они намного дороже, но именно здесь можно заработать деньги. Многие известные промышленные предприятия используют роботов, ликвидируя тем самым рабочие места. Таким образом, компьютеризация увеличивает безработицу. Как вы думаете, компьютеризация затрагивает права человека в производственной сфере или нет?

Методические рекомендации для выполнения практических заданий

Практическое задание – форма организации учебного процесса, обеспечивающая связь теории и практики, содействующая выработке у обучающихся умений и навыков применения знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы.

Основные задачи практической работы:

- 1) закрепление полученных ранее теоретических знаний;
- 2) выработка навыков самостоятельной научно-исследовательской работы;
- 3) выяснение подготовленности обучающихся к будущей практической работе;
- 4) выявление способностей к научно-исследовательской и поисковой деятельности.

Выполнение практических заданий необходимо для более полного освоения дисциплины и играет существенную роль в формировании профессиональных компетенций.

При решении практических заданий необходимо придерживаться следующей технологии:

1. Внимательно изучить лекционный материал по теме, выносимой на конкретное занятие.
2. Найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе.

Критерии оценивания практических заданий

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
4 балла («отлично»)	– обучающийся выполнил работу полностью, без ошибок и недочетов

3 балла («хорошо»)	– обучающийся в целом выполнил задание (более 2/3 работы), допускается наличие не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех недочетов
1-2 балла («удовлетворительно»)	– задание выполнено не полностью (более 1/2, но менее 2/3 работы), допущены: не более одной грубой ошибки и двух недочетов; не более одной грубой и одной негрубой ошибки; не более трех негрубых ошибок и одного недочета
0 баллов («неудовлетворительно»)	– задание выполнено не полностью (менее 1/2 работы), число ошибок и недочетов превысило норму, установленную для оценки «удовлетворительно»

Грубые ошибки:

– незнание или неправильное применение правил, алгоритмов, существующих зависимостей, лежащих в основе выполнения задания или используемых в ходе его выполнения;

– неправильный выбор действий, операций, методов;

– неумение формировать выводы и обобщения, что определяет несоответствие выполненных действий, полученных результатов и предложенного варианта управленческих решений.

Негрубые ошибки:

– нерациональный выбор действий, операций, методов;

– ошибки при выполнении расчетных действий, не повлекшие ложность выводов и их несоответствие предложенному варианту управленческих решений.

Недочеты:

– небрежное оформление записей и расчетов;

– опiski в расчетах и выводах.

3.1.3. Оценочные материалы для выполнения рефератов по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Перечень тем рефератов по темам дисциплины «Деловая и конкурентная разведка»

Тема 1. Предмет и метод конкурентной разведки. Место деловой и конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности бизнеса

1. Причины возникновения деловой разведки
2. Основные направления деятельности бизнес-разведки (деловой) разведки
3. Инструментарий деловой разведки
4. Факторы, влияющие на эффективность бизнес-разведки.
5. Модель конкурентной среды по Портеру

Тема 2. Конкуренция и конкурентная (деловая) разведка как элемент системы обеспечения безопасности бизнеса

6. Принципы мониторинга конкурентных рынков.
7. Инструменты управления экономическими рисками.

Тема 3. «Экономический шпионаж» и характеристика корпоративной системы противодействия «шпионажу»

8. Мошенничество как состав уголовно наказуемого деяния в отечественном праве.
9. Судебная практика по уголовным делам о незаконной банковской деятельности.
10. Методы возврата просроченной задолженности.

11. Отечественная практика защиты бизнеса от рейдерских захватов.

Тема 4. Организация службы бизнес разведки предприятия.

12. Риски и угрозы в области экономической безопасности предприятия.
13. Методика изучения контрагентов.
14. Институт недобросовестных контрагентов.
15. Деловая (конкурентная) разведка как инструмент познания среды предприятия.
16. Предупреждение кредитных рисков в банковской деятельности.
17. Институт банковских историй физических лиц.

Тема 5. Разведывательный цикл конкурентной разведки

18. Правовые основания для проведения внутреннего служебного расследования.
19. Объекты бизнес-разведки.
20. Методика выявления угроз, на ранних стадиях их возникновения
21. Информационное поле руководителя
22. Применение методов бизнес-разведки при принятии решения
23. Информационные ресурсы бизнес-разведки
24. Оценка качества информации
25. Аналитические методы бизнес-разведки (деловой) разведки. Метод сети связи
26. Контент-анализ

Тема 6. Процедура поиска деловой информации.

27. Легитимные источники объективной информации для бизнеса.
28. Правовой механизм единого таможенного пространства.
29. Система внутреннего мониторинга деятельности предприятия.
30. Операции, подлежащие обязательному контролю в целях ПОД/ФТ.

Тема 7. Информационные технологии, как современный инструмент конкурентной разведки.

31. Описание национальной системы финансовых расчетов.
32. Механизм совершения сделок купли-продажи с использованием платежных карт.
33. Механизм совершения валютных банковских транзакций.
34. Сомнительные (подозрительные) финансовые операции.
35. Проблема вывоза капитала за пределы национальной территории.
36. Правовые основания для проверки информации о судимости кандидатов на работу.
37. Возможность применения полиграфа в интересах обеспечения кадровой безопасности.

Тема 8. Методика поиска информации в Интернете при решении задач конкурентной разведки.

38. Сравнительный анализ отечественных информационно-аналитической системы (ИАС)
39. Профессиональные базы данных
40. Информационно-поисковая работа: привлечение к доверительному сотрудничеству информаторов службы безопасности
41. Информационно-поисковая работа: использование возможностей сторонних организаций
42. Аналитическая разведка средствами Интернета

Требования к структуре, содержанию, методические рекомендации по написанию реферата

В соответствии с Положением о рабочей программе дисциплины (модуля) по образовательным программам высшего образования в КБГУ, принятого УМС КБГУ 01 июня 2018 г. (протокол № 8) и утвержденного проректором по УР (<https://kbsu.ru/wp-content/uploads/2018/12/rpd01.pdf>) *реферат* – доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников; краткое изложение содержания научной работы, книги (или ее части), статьи с основными фактическими сведениями и выводами. Реферат является творческой исследовательской работой, основанной, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования.

Реферат подготавливается и оформляется с учетом требований ГОСТ 7.32 -2001.

Требования к структуре и содержанию реферата:

Реферат, как правило должен содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- текст реферата (основная часть);
- заключение;
- список использованных источников (список литературы);
- приложения (при необходимости).

Титульный лист реферата оформляется по требованиям, указанным ниже.

Содержание – перечень основных частей работы с указанием листов (страниц), на которых их помещают. Содержание должно отражать все материалы, представляемые к защите работы. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка, симметрично тексту, с прописной буквы, без номера раздела. В содержании приводятся наименования структурных частей реферата, глав и параграфов его основной части с указанием номера страницы, с которой начинается соответствующая часть, глава, параграф.

Во введении необходимо обозначить обоснование выбора темы, ее актуальность, объект и предмет, цель и задачи исследования, описываются объект и предмет исследования, информационная база исследования и структура работы. Заголовок «Введение» записывают симметрично тексту с прописной буквы.

В тексте реферата (основной части) излагается сущность проблемы и объективные научные сведения по теме реферата, дается критический обзор источников, собственные версии, сведения, оценки. Содержание основной части должно точно соответствовать теме реферата и полностью ее раскрывать. Главы и параграфы реферата должны раскрывать описание решения поставленных во введении задач. Поэтому заголовки глав и параграфов, как правило, должны соответствовать по своей сути формулировкам задач реферата. Заголовка «ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ» в содержании реферата быть не должно. Текст реферата должен содержать адресные ссылки на научные работы, оформленные в соответствии требованиям ГОСТ. Также обязательным является наличие в основной части реферата ссылок на использованные источники. Изложение необходимо вести от третьего лица («Автор полагает...») либо использовать безличные конструкции и неопределенно-личные предложения («На втором этапе исследуются следующие подходы...», «Проведенное исследование позволило доказать...» и т.п.).

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам выполненной работы, оценку полноты решения поставленных задач, разработку рекомендаций по использованию результатов исследования.

Список литературы должен оформляться в соответствии с общепринятыми библиографическими требованиями и включать только использованные обучающим публикации. Количество источников в списке определяется обучающим самостоятельно,

для реферата их рекомендуемое количество от 10 до 20. Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1. ГОСТ 7.80. ГОСТ 7.82. 5.10.2. Список использованных источников должен включать библиографические записи на документы, ссылки на которые оформляют арабскими цифрами в квадратных скобках.

Требования по оформлению реферата:

1. Печатная форма – документ должен быть создан на компьютере, в программе Microsoft Word.

2. Объем реферата – не менее 10 страниц и не более 20 страниц машинописного текста (без учета титульного листа, списка ключевых слов, содержания, списка использованных источников и приложений). Распечатка производится на одной стороне листа. Формат стандартный – А4.

3. Поля страницы: левое – 30 мм, правое, верхнее, нижнее поля – по 20 мм.

4. Выравнивание текста – по ширине. Красная строка оформляется на одном уровне на всех страницах реферата. Отступ красной строки равен 1,25 см.

5. Шрифт основного текста – Times New Roman. Размер – 14 п. Цвет – черный. Интервал между строками – полуторный.

6. Названия глав прописываются полужирным (размер – 16 п.), подзаголовки также выделяют жирным (размер – 14 п.). Если заголовок расположен по центру страницы, точка в конце не ставится. Заголовок не подчеркивается. Названия разделов и подразделов прописывают заглавными буквами. Каждый структурный элемент реферата начинается с новой страницы.

7. Между названием главы и основным текстом необходим интервал в 2,5 пункта. Интервал между подзаголовком и текстом – 2 п. Между названиями разделов и подразделов оставляют двойной интервал.

8. Нумерация страниц начинается с титульного листа, но сам титульный лист не нумеруется. Используются арабские цифры. Страницы нумеруются в нижнем правом углу без точек.

9. Примечания располагают на той же странице, где сделана сноска. Цитаты заключаются в скобки. Авторская пунктуация и грамматика сохраняется.

10. Главы нумеруются римскими цифрами (Глава I, Глава II), параграфы – арабскими (1.1, 1.2).

11. Титульный лист – в верхней части указывают полное название университета. Ниже указывают тип и тему работы. Используют большой кегль. Под темой, справа, размещают информацию об авторе и научном руководителе. В нижней части по центру – название города и год написания.

12. Список использованных источников должен формироваться в алфавитном порядке по фамилии авторов. Все источники нумеруются и располагаются в определенном порядке:

- законы;
- постановления Правительства;
- другая нормативная документация;
- статистические данные;
- научные материалы;
- газеты и журналы;
- учебники;
- электронные ресурсы.

Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия. По каждому литературному источнику указывается: автор (или группа авторов), полное название книги или статьи, место и наименование издательства (для книг и брошюр), год издания; для журнальных статей указывается наименование журнала, год выпуска и номер. По сборникам трудов (статей) указывается автор статьи, ее

название и далее название книги (сборника) и ее выходные данные. Ссылки на интернет-ресурсы в реферате правильно оформлять в соответствии с указаниями ГОСТ 7.82. Рекомендуется использовать при подготовке реферата не менее 5 источников.

Критерии оценивания при защите реферата

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
3 балла («отлично»)	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания заявленной теме, отсутствие в тексте отступлений от темы работы; – логичность и последовательность в изложении материала в работе; – качество работы с зарубежными и отечественными источниками информации и данных, Интернет-ресурсами (актуальность источников, достаточность использованных источников для раскрытия темы работы); – правильность оформления работы (соответствие стандарту в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.); – способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса, обоснованность выводов в работе; – работа представлена в срок; – способность к публичной коммуникации, получены обоснованные ответы на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.
2 балла («хорошо»)	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие содержания заявленной теме, незначительные отступления в тексте от темы работы; – незначительные нарушения в логичности и последовательности изложения материала в работе; – в целом достаточность и актуальность использованных зарубежных и отечественных источников информации и данных, Интернет-ресурсов для раскрытия темы реферата; – выполнены основные требования к оформлению работы (незначительные неточности и отступления от стандарта в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.); – достаточный уровень проявленной способности к анализу и обобщению информационного материала, достаточная степень полноты обзора состояния вопроса и обоснованности выводов в работе; – работа представлена в срок, но с некоторыми недоработками; – неполные ответы (незначительные ошибки) на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.
1 балл («удовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> – имеются существенные отступления содержания от заявленной темы, значительные отступления в тексте от темы работы; – значительные нарушения в логичности и последовательности изложения материала в работе; – в целом недостаточность, неполная актуальность использованных зарубежных и отечественных источников информации и данных, Интернет-ресурсов для раскрытия темы реферата;

	<ul style="list-style-type: none"> – не выполнены основные требования к оформлению работы (значительные неточности и отступления от стандарта в представлении текста, ссылок, цитат, таблицы, графического материала и т.д.); – недостаточный уровень проявленной способности к анализу и обобщению информационного материала, тема освещена частично, отсутствуют выводы в работе; – работа представлена со значительным опозданием (более 1 недели), отсутствуют отдельные фрагменты работы; – неполные ответы со значительными ошибками на дополнительные вопросы аудитории и преподавателя при защите работы.
0 баллов («неудовлетворительно»)	<ul style="list-style-type: none"> – тема работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание ее содержания; – поставленные задачи не выполнены или выполнены их отдельные несущественные части; – работа не представлена.

5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.

Рубежный контроль проводят с целью определения качества освоения учебного материала по разделам, дидактическим единицам дисциплины в установленное время. В каждом семестре по дисциплине проводятся три рубежные контрольные мероприятия через треть семестра. Рубежный контроль проводят в виде коллоквиумов, самостоятельных, контрольных работ, компьютерного тестирования и в иных формах. Конкретные формы и содержания текущего и рубежного контроля знаний, умений, формируемых и развивающих компетенций, устанавливаются кафедрой.

Компьютерное тестирование проводится для учебной группы по утвержденному расписанию.

В рамках рубежного контроля обязательным является выставление рейтинговых баллов за посещение аудиторных занятий (до 10 баллов по дисциплине в семестре).

Максимальная сумма баллов, которую обучающий может получить по дисциплине в ходе текущего и рубежного контроля, а также промежуточной аттестации составляет 100 баллов. На текущий и рубежный контроль отведено 70 баллов, а на промежуточную аттестацию – 30 баллов.

В течение семестра проводится *три таких контрольных мероприятия по графику.*

В качестве форм рубежного контроля используется тестирование (письменное или компьютерное), проведение коллоквиума. На рубежные контрольные мероприятия рекомендуется выносить весь программный материал (все разделы) по дисциплине.

3.2.1. Оценочные материалы для проведения коллоквиума (вопросы) по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Рубежный контроль № 1

1. Сущность категории «безопасность предпринимательской деятельности».
2. Идеология разработки механизма управления системой безопасности субъектов хозяйствования.
3. Анализ внутренней и внешней среды предприятия, особенностей конкурентной борьбы в современном рынке.
4. Определения конкурентной разведки, используемые в России и за рубежом. История развития конкурентной разведки.
5. Нормативно-правовая база функционирования конкурентной разведки. Основные цели и задачи конкурентной разведки. Функции конкурентной разведки.

6. Источники и методы получения информации при ведении конкурентной разведки.
7. Понятие конкурентной среды. Виды конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
8. Роль и место конкурентной разведки в системе безопасности субъекта хозяйствования. Конкурентная (деловая) разведка, как инструмент достижения конкурентного преимущества.
9. Риски и возможности, исследуемые системой конкурентной разведки.
10. Группы специалистов, работающие в области конкурентной разведки.
11. Сфера деятельности и объекты разведывательной разработки конкурентной разведки.
12. Бенчмаркинг и конкурентная разведка. Естественные ограничения сферы деятельности конкурентной разведки.
13. Отличие конкурентной разведки от «экономического шпионажа». Правовая характеристика шпионажа по российскому уголовному законодательству.
14. Предмет шпионажа. Объект и субъект шпионажа.
15. Понятие и содержание «экономического шпионажа». Действия по сбору, похищению и использованию сведений, которые возможно квалифицировать как противоправные и подпадающие под действие статей Уголовного и Административного кодексов РФ. Тенденции в области «экономического шпионажа» в современных условиях.
16. Элементы контрразведывательной деятельности в работе службы безопасности предприятия.
17. Принципы отнесения предприятия к потенциальным объектам «экономического шпионажа».
18. Оценка защищенности предприятия от «экономического шпионажа».

Рубежный контроль № 2

1. Цели создания системы конкурентной разведки компании.
2. Потребности в разведывательной информации в компании.
3. Организационные принципы системы конкурентной разведки компании.
4. Конкурентная разведка, как направление деятельности компании и как функциональное структурное подразделение.
5. Перечень функциональных подразделений компании, которые могут быть задействованы в решении задач конкурентной разведки.
6. Набор организационных процедур, обеспечивающих создание механизма конкурентной разведки компании.
7. Организация мониторинга конкурентной среды. Работа с информацией методами конкурентной разведки, как дополнительная функция, действующих специалистов предприятия.
8. Основные проблемы при сборе и обработке информации для представления руководству компании и их решение.
9. Роль и место аналитических методов в конкурентной разведке.
10. Планирование разведывательной деятельности. Направления сбора информации в конкурентной разведке.
11. Систематизация разведывательной информации. Особенности информационно-аналитической работы в процессе конкурентной разведки.
12. Формы взаимодействия структурных подразделений субъекта хозяйствования при решении задач конкурентной разведки. Распространение информационных материалов конкурентной разведки для принятия руководителем решений реагирования.
13. Инструменты оценки надежности компаний. Источники данных и их правовой статус.

14. Анализ контрагентов в рыночной среде. Финансовая диагностика контрагентов. Анализ корпоративной структуры.

15. Основные легитимные источники получения достоверной и актуальной информации в отношении физических и юридических лиц, представляющих служебный интерес.

16. Единые государственные реестры юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Реестры компаний, сведения о регистрационных данных и учредителях.

17. Банковская, страховая и лизинговая отчетность, отчетность эмитентов и статистические данные, данные об исполнении государственных контрактов. Реестры сообщений о финансовом оздоровлении (банкротстве) предприятий, недобросовестных поставщиках и партнерах.

18. Данные об арбитражной практике юридических лиц (истцов и ответчиков). Сведения о привлечении лиц к административной и уголовной ответственности.

19. Контроль и сопровождение сделок. Поиск аффилированных лиц, выявление взаимосвязанных действий контрагентов при осуществлении государственных закупок в сферах приобретения товаров, работ и услуг.

20. Практика накопления, обработки и систематизации информации об юридических и физических лицах.

Рубежный контроль № 3

1. Бизнес-разведка в сети Интернет.

2. Профессиональные базы данных.

3. Информационно-аналитические системы.

4. Ситуационные центры.

5. Глобальная сеть Интернет (информационный компонент).

6. Сайты государственных структур: gks.ru - сайт Госкомстата; customs.ru - сайт Таможенной Службы; cbr.ru - сайт Центрального банка России; fedcom.ru - сайт Федеральной комиссии по ценным бумагам.

7. Разведка на основе анализа открытых источников информации (Open Source Intelligence – OSINT).

8. Информационно-поисковая работа: привлечение к доверительному сотрудничеству информаторов службы безопасности

9. Информационно-поисковая работа: использование возможностей сторонних организаций

10. Индексирование текстов и поиск по одному (нескольким) ключевому слову (по индексу).

11. Процедура поиска деловой информации.

12. Источники бухгалтерской информации. Виды бухгалтерской информации и оценка достоверности бухгалтерской информации.

13. Методы анализа бухгалтерской информации. Бухгалтерская информация и коммерческая тайна.

14. Судебно-бухгалтерская экспертиза. Использование специальных экономических и бухгалтерских данных при расследовании преступлений в сфере деловой и конкурентной деятельности.

Методические рекомендации к подготовке к коллоквиуму

При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь обучающимся целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым обучающимся или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания.

Критерии оценивания при коллоквиуме

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
5-6 баллов («отлично»)	<p>Ответы получены 80-100% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий; – обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; – излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
3-4 балла («хорошо»)	<p>Ответы даны на 60-80% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, установленным для оценки «отлично», но допускает не более 2 негрубых ошибок, которые сам же исправляет, и не более 2 недочетов.
1-2 балл («удовлетворительно»)	<p>Ответы даны на 40-60% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обнаруживает знание и понимание основных положений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий (допускает более 2 негрубых ошибок); – излагает материал непоследовательно, допускает более 2 недочетов.
0 баллов («неудовлетворительно»)	<p>Ответы даны менее чем на 40% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала (допускает грубые ошибки).

Грубые ошибки: неправильный ответ или пояснения к ответу на поставленный вопрос; неправильное определение базовых терминов по дисциплине.

Негрубые ошибки: неточный или неполный ответ на поставленный вопрос; при правильном ответе неумение самостоятельно или полно обосновать и проиллюстрировать его.

Недочеты: непоследовательность, неточность в языковом оформлении излагаемого.

3.2.2. Оценочные материалы для проведения тестирования (образцы тестовых заданий) по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» (контролируемая компетенция ПКС-4 (ПКС-4.1))

Полный банк тестовых заданий по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» представлен в ЭИОС ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова».

Обучающийся, чтобы пройти тестирование, входит в систему open.kbsu.ru под своим личным логином и паролем, выбирает нужную дисциплину и проходит тестирование.

V1: Предмет и метод конкурентной разведки. Место деловой и конкурентной разведки в обеспечении экономической безопасности бизнеса (12)

I:

S: Какой законодательный акт определяет организационные и правовые основы защиты конкуренции?

+:Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»

-:Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

-:Федеральный закон от 12 августа 1995 г. N 144-ФЗ «Об оперативно-розыскной деятельности»

-:Закон РФ от 11 марта 1992 г. N 2487-1 «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации»

I:

S: Какой законодательный акт определяет содержание оперативно-розыскной деятельности, осуществляемой на территории РФ, и закрепляет систему гарантий законности при проведении оперативно-розыскных мероприятий?

-:Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»

+:Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

-:Федеральный закон от 12 августа 1995 г. N 144-ФЗ «Об оперативно-розыскной деятельности»

-:Закон РФ от 11 марта 1992 г. N 2487-1 «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации»

I:

S: Постоянный процесс сбора, накопления, структурирования, анализа данных о внутренней и внешней среде компании и выдачи высшему менеджменту компании информации, позволяющей ему предвидеть изменения в этой среде и принимать своевременные оптимальные решения по управлению рисками, внедрению изменений в компании и соответствующие меры, направленные на удовлетворение будущих запросов потребителей и поддержание прибыльности это

+:деловая разведка

-:бенчмаркетинг

-:маркетинговая разведка

-:промышленный шпионаж.

I:

S: Сравнение эффективности системы с каким-то установленным, принятым значением это

-:деловая разведка

+:бенчмаркетинг

-: маркетинговая разведка

-: промышленный шпионаж

I:

S: Создания комплекса мероприятий по получению и обработке данных о конкуренте: имущественных, финансовых и управленческих ресурсах, возможностях и уязвимости, а также об оперативных и стратегических планах. Конкурентная разведка производится в интересах бизнеса

-:деловая разведка

-:бенчмаркетинг

+:конкурентная разведка

-:промышленный шпионаж

I:

S: Деятельность, направленная на выведывание производственных и деловых секретов конкурентов и получение обманным путем конфиденциальной информации, используемой для достижения коммерческих целей.

-:деловая разведка

-:бенчмаркетинг

-:конкурентная разведка

+:промышленный шпионаж

I:

S: Функции конкурентной разведки:

+: Повышает эффективность ведения бизнеса, главным образом за счет поддержки принятия решений, как на стратегическом, так и на тактическом уровне.

+: Выполняет функции системы «раннего предупреждения», привлекая внимание менеджеров на возможно раннем этапе к угрозам, которые потенциально могут причинить ущерб бизнесу компании.

+:Выявляет благоприятные для бизнеса возможности, которые желательно не пропустить, и которые компания без КР могла бы просто не заметить.

-:Разработка и осуществление мер по предупреждению и нейтрализации выявленных угроз.

I:

S: Сколько шагов разведывательного цикла выделяют

-:2

-:3

+:5

-:6

I:

S:Конкурентную разведку можно рассматривать как:

+:специальный маркетинговый инструмент изучения конкурентной среды;

-:механизм управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия;

-:специальный инструмент воздействия на конкурентную среду;

-:механизм управления коммерческой деятельностью предприятия.

I:

S: Сфера интересов конкурентной разведки включает в себя:

-:существующих конкурентов предприятия, его поставщиков и потребителей (клиентов);

-: потенциальных конкурентов предприятия, его поставщиков и потребителей (клиентов);

+:существующих и потенциальных конкурентов предприятия, его поставщиков и потребителей (клиентов);

-:существующих и потенциальных конкурентов предприятия.

I:

S:С точки зрения Российского Общества профессионалов конкурентной разведки, как глубокое понимание бизнеса в целом и отдельных его частей – это:

-:сущностное понимание конкурентной разведки;

+:цель конкурентной разведки;

-:стратегическая задача конкурентной разведки;

-:причина возникновения конкурентной разведки.

I:

S:В цели конкурентной разведки входит (входят):

+:исключительно сбор определенной рыночной информации;

-:преимущественно сбор и частичный анализ определенной рыночной информации;

-:сбор и анализ определенной рыночной информации;

– исключительно анализ определенной рыночной информации.

V1: Конкуренция и конкурентная (деловая) разведка как элемент системы обеспечения безопасности бизнеса (контролируемая компетенция ПК-7) (24)

I:

S: Ценовая конкуренция

+:это вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на товары. Фирмы-продавцы двигаются по кривой спроса, снижая или увеличивая цену

-:наличие единственного производителя на рынке

-:существование нескольких крупных производителей, делящих рынок определенной продукции

-:присутствие на рынке множества производителей, выпускающих однотипную продукцию

I:

S: Неценовая конкуренция включает в себя:

-:увеличение прибыли благодаря повышению цен

-:увеличение продаж от понижения цены

+:дифференциацию продукта

I:

S: Неценовая конкуренция включает в себя:

+:рекламу

-:увеличение прибыли благодаря повышению цен

-:увеличение прибыли благодаря небольшому спросу

I:

S: Факторы, влияющие на интенсивность ценовой конкуренции:

+:Процентная ставка

+:Уровень хозяйственного риска

-:Монополия

-:Олигополия

I:

S: Объектом конкуренции являются:

-:товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;

-:фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;

+:потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;

-:группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

I:

S: Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

+:регрессивная вертикальная интеграция;

-:прогрессивная вертикальная интеграция;

-:горизонтальная интеграция;

-:дополняющая диверсификация.

I:

S: Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

+:М. Портер;

-:А. Литл;
-:Ф. Котлер;
-:И. Ансофф.

I:

S: При добросовестной конкуренции, компании используют

- :распространение ложных, неточных или искажённых сведений, способных причинить убытки другому хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;
- :введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества товара;
- +:повышение качества и характеристик реализуемого продукта
- +:маркетинговые стратегии и реклама

I:

S: Определение круга реальных совокупных конкурентных преимуществ основных игроков на товарном (территориальном, отраслевом) рынках является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;
- +:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение перечня основных недостатков (слабостей) основных конкурентов является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;
- +:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение перечня партнёров – поставщиков основных конкурентов предприятия (организации), а также – условий их взаимного сотрудничества является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;
- +:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение перечня партнёров – покупателей основных конкурентов предприятия (организации), а также – условий их взаимного сотрудничества является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;
- +:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение перечня инфраструктурных (сервисных) партнёров основных конкурентов предприятия (организации), а также – условий их взаимного сотрудничества:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;
- +:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение состава ключевых партнёров (контрагентов), составляющих релевантную среду основных конкурентов предприятия (организации) является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- :целью конкурентной разведки;

+:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Фирма – это:

-:управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;

-:организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;

-:предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;

+: главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке

I:

S: Конкурирующие фирмы – это:

+:фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;

-:борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;

-:взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.

-:фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

I:

S: Конкурентоспособность товара – это:

+:степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;

-:способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;

-:закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

I:

S:Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

-:запас конкурентоспособности товара;

+:потребительская ценность товара;

-:цена продажи товара;

-:себестоимость товара.

I:

S:Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

-:ценовая конкуренция;

+:неценовая конкуренция;

-:недобросовестная конкуренция;

-:прямая конкуренция.

I:

S: Фирмы, ведущие производственную деятельность в нескольких странах, называют:

-:финансово-промышленными группами;

-:картелями;

+:транснациональными корпорациями;

-:компания.

I:

S:Субъектами конкуренции могут выступать ...

-:товары

-:отрасли

+:страны

+:предприятия

+:регионы

-:потребители

I:

S: Конкурентная среда организации определяется ...

-:только внутриотраслевыми конкурентами

+:организациями, производящими аналогичный продукт

-:только организациями, которые могут выйти на рынок с тем же продуктом

I:

S: Фактор, определяющий конкурентную силу поставщика организации:

+:уровень специализации поставщика

-:темпы инфляции и нормы налогообложения

-:материально-техническая база поставщика

-:кадровая политика поставщика

I:

S: Конкурентная борьба за рынок, в котором спрос на товары превышает их предложение ведется за счет

+:снижения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности;

-:увеличения ценности продукции, повышая соответственно её цену;

-:повышения цены на продукцию при неизменном уровне исполнения практически постоянной ценности.

V1: Экономический шпионаж и характеристика корпоративной системы противодействия «шпионажу» (6)

I:

S: Промышленный шпионаж – это:

+:незаконный сбор сведений, составляющих коммерческую тайну и незаконное использование секретной информации лицом или предприятием, не уполномоченным на то её владельцем;

-:различные противоправные действия в виде скрытого использования торговой марки, подделки продукции конкурента, обманной рекламы, подкупа, шантажа.

I:

S: Объекты промышленного шпионажа:

-:документы, недооформленные патенты, образцы продукции, результаты маркетинговых исследований;

+:технические проекты, информация о ценах, информация о контрактах и о поставщиках, чертежи;

-:документы о платежеспособности и учредительные документы.

I:

S: Кто наиболее заинтересован в получении коммерческих секретов:

-:служащие фирмы, торгующие секретной информацией;

-:отдельные частные лица, торгующие информацией;

+:конкуренты;

-:воры

I:

S: Промышленный шпионаж – это:

-:вид предпринимательской деятельности;

-:частный случай конкурентной разведки;

+:форма недобросовестной конкуренции;

-:формулировка одной из статей уголовного кодекса.

I:

S: Получение третьим лицом преимуществ при осуществлении собственной предпринимательской деятельности, а также получение им материальной выгоды – это:

- :причина промышленного шпионажа;
- +:цель промышленного шпионажа;
- :функция промышленного шпионажа;
- :задача промышленного шпионажа.

I:

S: Коренным отличием промышленного шпионажа от конкурентной разведки является:

- :использование при сборе информации невидимого интернета;
- :привлечение к работе в службе не только специалистов – маркетологов;
- +:использование в работе не только законных методов сбора информации;
- :источники финансирования проводимых исследований.

V1:Организация службы бизнес-разведки предприятия (43)

I:

S:С какой целью делится информация, содержащая коммерческую тайну между исполнителями?

- :в целях исключения утечки коммерческой тайны;
- :стимулирование и поощрение исполнителей;
- +:строгий контроль за допуском работников к служебной информации;
- :строгий контроль за допуском работников к служебной документации

I:

S:В работе службы конкурентной разведки как соответствующего подразделения предприятия (организации) анализ является:

- :инструментом, не применяемым в ходе работы подразделения;
- :одним из направлений основной деятельности подразделения;
- +:направлением совместной деятельности подразделения и службы маркетинга предприятия (организации);
- :инструментом извлечения сотрудниками подразделения информации из косвенных данных об изучаемом объекте.

I:

S: Определение потенциала конкурентов (их сильных и слабых сторон) для корректировки собственной стратегии предприятия (организации) является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- +:целью конкурентной разведки;
- :стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Определение истинной стратегии конкурентов для корректировки собственной стратегии предприятия (организации) является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- +:целью конкурентной разведки;
- стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Создание благоприятных информационных условий для принятия оптимально структурированных управленческих решений на предприятии (в организации) является:

- :направлением деятельности службы конкурентной разведки;
- :целью создания службы конкурентной разведки;
- +:целью конкурентной разведки;
- :стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Оценка общей емкости рынка через сумму долей конкурентов для оценки состояния отрасли по изменению динамики рыночных факторов является:
направлением деятельности службы конкурентной разведки;
целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S: Оценка степени выгодности для предприятия (организации) условий сотрудничества с теми или иными поставщиками и покупателями является:

-:направлением деятельности службы конкурентной разведки;
-:целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
-:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S:Определение сильных сторон каждого из основных конкурентов предприятия (организации) является:

-:направлением деятельности службы конкурентной разведки;
-:целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
-:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S:Определение ценовой политики конкурентов является:

-:направлением деятельности службы конкурентной разведки;
-:целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
-:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S:Определение методов продвижения на рынок конкурентных товаров и услуг является:

-:направлением деятельности службы конкурентной разведки;
-:целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
-:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S:Определение трендовой модели развития конкурентов на целевых рынках является:

-:направлением деятельности службы конкурентной разведки;
-:целью создания службы конкурентной разведки;
+:целью конкурентной разведки;
-:стратегической задачей конкурентной разведки.

I:

S:Четкая и однозначно трактуемая работниками службы конкурентной разведки постановка целей сбора и анализа информации – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

+:целевой направленности;
-:полноты;
-:достоверности;
-:прогнозируемости

I:

S:Полученная в ходе проведения разведывательных мероприятий информация должна предоставлять возможность определения тенденций развития интересующих предприятие (организацию) рыночных процессов – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:целевой направленности;

-:полноты;
-:достоверности;
+:прогнозируемости.

I:

S: Сбор необходимой информации специалисты службы конкурентной разведки проводят, изучая все (любые) доступные источники – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:целевой направленности;
+:полноты;
-:достоверности;
-:прогнозируемости.

I:

S: Для всей собранной рыночной информации специалисты службы конкурентной разведки определяют степень её достоверности – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:целевой направленности;
-:полноты;
+:достоверности;
-:прогнозируемости.

I:

S: Постоянное отслеживание специалистами службы конкурентной разведки существенных изменений, происходящих в производственно-сбытовой деятельности наиболее опасных конкурентов, а также в макросреде предприятия (организации) – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:постоянства;
-:прогнозируемости;
+:изменяемости;
-:разумной достаточности.

I:

S: Разведывательная работа осуществляется на постоянной основе, параллельно с созданием банка данных о наиболее значимых программах, мероприятиях и т. п., реализованных отдельными конкурентами предприятия (организации) – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

+:постоянства;
-:прогнозируемости;
-:изменяемости;
-:разумной достаточности.

I:

S: В ходе своей профессиональной деятельности специалисты службы конкурентной разведки минимизируют сбор «нецелевой» информации для недопущения чрезмерного многообразия информационных потоков – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:постоянства;
-:прогнозируемости;
-:изменяемости;
+:разумной достаточности.

I:

S: Все специалисты службы конкурентной разведки предприятия (организации) применяют одинаковый терминологический аппарат при сборе и анализе информации – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:прогнозируемости;
+:общности;

-:доступности;
-:познаваемости.

I:

S: При работе с информационными массивами специалисты службы конкурентной разведки предприятия (организации) устанавливают причинно- следственные зависимости у исследуемых явлений – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:прогнозируемости;
-:общности;
-:доступности;
+:познаваемости.

I:

S: Специалисты службы конкурентной разведки предприятия (организации) используют все доступные информационные источники, в том числе для перепроверки информации, путём раскрытия содержания полученных данных и их сопоставления с данными прошлых лет (данными других организаций) – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

+:прогнозируемости;
-:общности;
-:доступности;
-:познаваемости.

I:

S: Специалисты службы конкурентной разведки должны своевременно предоставлять руководящему составу предприятия (организации) и ведущим менеджерам целевой информации об основных конкурентах – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:учета особенностей;
-:наступательности;
+:своевременности;
-:уменьшающейся ценности (полезности).

I:

S: Учет специалистами службы конкурентной разведки в своей работе феномена падения во времени ценности (актуальности) собранной информации о конкурентах без её постоянной актуализации – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:учета особенностей;
-:наступательности;
-:своевременности;
+:уменьшающейся ценности (полезности).

I:

S: Предлагаемые руководству специалистами службы конкурентной разведки ответные решения на реализуемые конкурентами рыночные программы (мероприятия) должны носить преимущественно наступательный характер – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:

-:учета особенностей;
+:наступательности;
-:своевременности;
-:уменьшающейся ценности (полезности).

I:

S: При работе с информационными массивами специалисты службы конкурентной разведки предприятия (организации) учитывают национальные, социальные,

экологические и иные особенности исследуемых явлений (разведывательной информации) – это принцип работы службы конкурентной разведки, известный как принцип:
+:учета особенностей;
-:наступательности;
-:своевременности;
-:уменьшающейся ценности (полезности).

I:

S: Оперативным направлением работы службы конкурентной разведки предприятия (организации) является:

-:поиск решения определенной рыночной проблемы;
-:анализ полученных данных (информации);
-:подготовка и проведение полного цикла исследований рынка (конкурента);
+:подготовка кратких справок на отдельного конкурента.

I:

S: Ситуационным направлением работы службы конкурентной разведки предприятия (организации) является:

+ :поиск решения определенной рыночной проблемы;
-:анализ полученных данных (информации);
-:подготовка и проведение полного цикла исследований рынка (конкурента);
-:подготовка кратких справок на отдельного конкурента.

I:

S: Аналитическим направлением работы службы конкурентной разведки предприятия (организации) является:

-:поиск решения определенной рыночной проблемы;
+:анализ полученных данных (информации);
-:подготовка и проведение полного цикла исследований рынка (конкурента);
-:подготовка кратких справок на отдельного конкурента.

I:

S: Долгосрочным направлением работы службы конкурентной разведки предприятия (организации) является:

-:поиск решения определенной рыночной проблемы;
-:анализ полученных данных (информации);
+:подготовка и проведение полного цикла исследований рынка (конкурента);
-:подготовка кратких справок на отдельного конкурента.

I:

S: Прогнозы потенциальных изменений на рынке – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;
+:результат деятельности службы конкурентной разведки;
-:направление деятельности службы конкурентной разведки;
-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Прогноз потенциальных действий основных конкурентов предприятия (организации) – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;
+:результат деятельности службы конкурентной разведки;
-:направление деятельности службы конкурентной разведки;
-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Своевременное выявление новых или потенциальных конкурентов предприятия (организации) на целевых рынках – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;
+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Предоставление руководству и сотрудникам предприятия (организации) информации об ошибках или успехах других хозяйствующих субъектов, сопровождающих текущую и стратегическую рыночную деятельность последних – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Информационные данные мониторинга патентно-лицензионной ситуации на целевых для предприятия (организации) рынках – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Конкурентная (рыночная) оценка целесообразности для предприятия (организации) открытия нового подразделения или направления деятельности, а также – приобретения новой бизнес – единицы – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Постоянная актуализация информации о новых технологиях, товарах и услугах, появление (распространение) которых на целевых рынках может изменить существующее рыночное положение предприятия (организации) – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Постоянная актуализация информации о политических, законодательных, регуляторных и т.п. изменениях на соответствующих рынках, способных повлиять на существующее рыночное положение предприятия (организации) – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Своевременная формулировка предложений в адрес руководства предприятия (организации) о необходимости (целесообразности) реализации той или иной бизнес-идеи – это:

-:принцип деятельности службы конкурентной разведки;

+:результат деятельности службы конкурентной разведки;

-:направление деятельности службы конкурентной разведки;

-:условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Предоставление руководству информации о имиджевой репутации предприятия (организации) на целевых рынках с точки зрения ведущих рыночных игроков (партнёров, клиентов, конкурентов), а также властных, контрольных и правовых структур – это:

- : принцип деятельности службы конкурентной разведки;
- +: результат деятельности службы конкурентной разведки;
- : направление деятельности службы конкурентной разведки;
- : условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Разработка методических и инструктивных материалов по вопросам возможности применения на предприятии (в организации) современного инструментария менеджмента (маркетинга) – это:

- : принцип деятельности службы конкурентной разведки;
- +: результат деятельности службы конкурентной разведки;
- : направление деятельности службы конкурентной разведки;
- : условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Участие совместно с руководителями предприятия (организации) и соответствующими структурными подразделениями в работе по ликвидации слабостей бизнеса и наращиванию его конкурентных преимуществ, как абсолютных, так и относительных (в сравнении с основными конкурентами) – это:

- : принцип деятельности службы конкурентной разведки;
- +: результат деятельности службы конкурентной разведки;
- : направление деятельности службы конкурентной разведки;
- : условием деятельности службы конкурентной разведки.

I:

S: Деятельность сотрудников конкурентной разведки проводится:

исключительно в национальном правовом поле;

- : исключительно в национальном правовом поле с учетом правоприменительной международной практики;
- : исключительно в национальном и международном правовом поле;
- +: преимущественно в национальном и международном правовом поле.

V1: Разведывательный цикл конкурентной разведки. Процедура поиска деловой информации (46)

I:

S: Информация, собираемая службой конкурентной разведки, рассматривается как законная, в зависимости:

- +: от способа её получения;
- : от наличия или отсутствия на ней грифа секретности;
- : от факта её размещения в СМИ;
- : от степени её достоверности.

I:

S: Информация, собираемая службой конкурентной разведки, не рассматривается как законная, если она:

- : представлена в открытом доступе;
- : получена законным путём;
- : вычислена по косвенным и аналитическим характеристикам объекта интереса службы конкурентной разведки;
- +: получена с применением технических средств сбора информации (аудио, видеозаписи и т.п.).

I:

S: Законными методами получения информации в ходе работы сотрудников службы конкурентной разведки являются:

- :наблюдение, видеосъёмка, сбор образцов;
- +:наблюдение, опрос, сбор образцов;
- :наблюдение, опрос, копирование технической документации;
- :агентурная работа, опрос, сбор образцов.

I:

S: Доступ к некоторой информации ограничивается для части сотрудников предприятия (организации), т.к.:

- +:её раскрытие может нанести ущерб государству;
- :её содержание может быть недостоверным;
- :её раскрытие может быть расценено как недобросовестная конкуренция;
- :не все сотрудники заслуживают доверия руководства.

I:

S: Доступ к некоторой информации ограничивается для части сотрудников предприятия (организации), т.к.:

- +:её раскрытие может нанести ущерб самому хозяйствующему субъекту;
- :её содержание может быть недостоверным;
- :её раскрытие может быть расценено как недобросовестная конкуренция;
- :не все сотрудники заслуживают доверия руководства.

I:

S: Доступ к некоторой информации ограничивается для части сотрудников предприятия (организации), т.к.:

- +:эта информация является персональными данными гражданина;
- :её содержание может быть недостоверным;
- :её раскрытие может быть расценено как недобросовестная конкуренция;
- :не все сотрудники заслуживают доверия руководства.

I:

S: Представленные в том или ином виде сведения, воспринимаемые в процессе коммуникации человеком или специальными устройствами как отражение фактов материального мира – это:

- :данные;
- :документы;
- +:информация;
- :результаты исследований.

I:

S: Знания о предметах, фактах, идеях и т. д., которыми могут обмениваться люди (информационно–передающие устройства) в рамках конкретного контекста – это:

- :данные;
- :документы;
- +:информация;
- :результаты исследований.

I:

S: Знания относительно фактов, событий, вещей, идей и понятий, которые в определённом контексте имеют конкретный смысл – это:

- :данные;
- :документы;
- +:информация;
- :результаты исследований.

I:

S: Если информация отражает истинное положение дел, то она:

- +:достоверна;

-:актуальна;
-:объективна;
-:является полной.

I:

S: Если информация достаточна для принятия правильного решения, то она:

-:достоверна;
-:актуальна;
-:объективна;
+:является полной.

I:

S: Если информация важна для текущего момента времени, то она:

-:достоверна;
+:актуальна;
-:объективна;
-:является полной.

I:

S: Если информация может быть применена лишь для решения отдельных специфических задач, то при решении других задач её можно считать:

-:необъективной;
-:непонятной;
+:бесполезной;
-:недостоверной.

I:

S: Формулировка закона согласованных каналов информационного взаимодействия – это:

-:для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;
+:системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;
-:в некоторых случаях новая информация может не появляться извне, а быть результатом переработки уже имеющейся информации;
-:чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

I:

S: Формулировка закона тезауруса – это:

+:для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;
-:системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;
-:в некоторых случаях новая информация может не появляться извне, а быть результатом переработки уже имеющейся информации;
-:чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

I:

S: Формулировка закона перехода информации – это:

-:системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;
-:в некоторых случаях новая информация может не появляться извне, а быть результатом переработки уже имеющейся информации;
+:информация в ходе работы с ней может превращаться в другую информацию;
-:информация может быть использована в качестве «агента» опосредованного управления неким объектом.

I:

S: Формулировка закона опосредованного управления – это:

-:системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

-:в некоторых случаях новая информация может не появляться извне, а быть результатом переработки уже имеющейся информации;

-:информация в ходе работы с ней может превращаться в другую информацию;

+:информация может быть использована в качестве «агента» опосредованного управления неким объектом.

I:

S: Особая разновидность словарей, в которых указаны семантические отношения между лексическими единицами носит название:

-:фасцинация;

-:майевтика;

-:неологизм;

+:тезаурус.

I:

S: Привлекательная для получателя форма донесения информации носит название:

+:фасцинация;

-:майевтика;

-:неологизм;

-:тезаурус.

I:

S: Искусство извлекать скрытое в человеке правильное знание с помощью искусных вопросов и ответов носит название:

-:фасцинация;

+:майевтика;

-:неологизм;

-:тезаурус.

I:

S: Сведения, относящиеся к разряду коммерческой тайны предприятия:

-:число работников организации

-:планы коммерческой и хозяйственной деятельности, ценообразование и стоимостные показатели;

-:площадь офиса организации

+:коммерческие данные конфиденциального характера;

I:

S: Правила предприятия при работе с документами, представляющими коммерческую тайну:

-:запугивание работников организации о распространении коммерческой тайны

+:строгий контроль за допуском работников к документации

-:назначение лиц ответственных за делопроизводство;

-:внедрение автоматизированной технологии защиты коммерческих сведений;

I:

S: Коммерческая тайна – это:

+:преднамеренно скрываемые по коммерческим соображениям экономические интересы и сведения о различных сферах деятельности предприятия;

-:засекречивание всей информации о предприятии.

I:

S: Кто является «носителями» коммерческих секретов на предприятии:

-:руководство и весь персонал предприятия;

+:руководство и служащие, допущенные к коммерческим секретам;

-:секретари руководства, машинистки, референты, бухгалтера.

I:

S: В конкурентной разведке информация является:

- :обоснованием её деятельности;
- :предпосылкой её деятельности;
- :условием её деятельности;
- +:результатом её деятельности.

I:

S: Частным случаем информации является:

- :система бухгалтерской отчетности предприятия (организации);
- :бухгалтерский баланс предприятия (организации);
- :бухгалтерская проводка, сопровождающая хозяйственную операцию на предприятии (в организации);
- +:агрегированный бухгалтерский баланс предприятия (организации).

I:

S: Информация в конкурентной разведке в конечном счете должна быть:

- +:пригодной для принятия управленческих решений;
- :разнообразной с точки зрения релевантного окружения хозяйствующего субъекта на целевом рынке;
- :принципиально отличной от ранее собранной информации;
- :дополняющей ранее собранную информацию.

I:

S: Стандартный алгоритм формирования информации службой конкурентной разведки состоит из:

- :4-х этапов;
- +:5 этапов;
- :6 этапов;
- :7 этапов.

I:

S: Планирование и постановка целей производится:

- +:на 1 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- :на 2 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- :на 3 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- :на 4 этапе формирования информации службой конкурентной разведки.

I:

S: Сбор и получение первичных данных производится:

- :на 1 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- +:на 2 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- :на 3 этапе формирования информации службой конкурентной разведки;
- :на 4 этапе формирования информации службой конкурентной разведки.

I:

S: Открытыми называются источники информации, доступ к которым:

- :требует специальных компетенций исследователя или предоставляется после выполнения определенных условий;
- +:не требует соблюдения определенных условий и специальных компетенций исследователя;
- :регулируется законодательством о государственной и коммерческой тайне или персональным данным;
- :требует проведения специально планируемых службой конкурентной разведки мероприятий.

I:

S: Условно открытыми называются источники информации, доступ к которым:

+:требуется специальных компетенций исследователя или предоставляется после выполнения определенных условий;

-:не требует соблюдения определенных условий и специальных компетенций исследователя;

-:регулируется законодательством о государственной и коммерческой тайне или персональным данным;

-:требуется проведения специально планируемых службой конкурентной разведки мероприятий.

I:

S: Закрытыми называются источники информации, доступ к которым:

-:требуется специальных компетенций исследователя или предоставляется после выполнения определенных условий;

-:не требует соблюдения определенных условий и специальных компетенций исследователя;

+:регулируется законодательством о государственной и коммерческой тайне или персональным данным;

-:требуется проведения специально планируемых службой конкурентной разведки мероприятий.

I:

S: В состав общей информации о хозяйствующем субъекте не включается информация:

-:об уставном капитале предприятия (организации);

+:о степени использования предприятием (организацией) административного ресурса;

-:об учредителях предприятия (организации);

-:о руководящих должностных лицах предприятия (организации).

I:

S: В состав специальной информации о хозяйствующем субъекте не включается информация:

-:о степени использования предприятием (организацией) административного ресурса;

+:о руководящих должностных лицах предприятия (организации);

-:об отношении предприятия (организации) с властями;

-:о характеристике сотрудников, входящих в состав руководства предприятия (организации).

I:

S: К числу открытых источников информации не относятся:

+:документы внутреннего оборота на предприятии (в организации);

-:материалы, размещенные в «невидимом» интернете;

-:материалы СМИ;

-:публичные событийные мероприятия.

I:

S: Проявление активности исследуемого объекта, по которому можно судить о характере деятельности этого объекта называется:

-:оперативными данными;

-:агентурными данными;

-:экспертной оценкой;

+:разведывательным признаком.

I:

S: Результат проведенных оперативных мероприятий и разведывательных действий службой конкурентной разведки предприятия (организации) называется:

+:оперативными данными;

-:агентурными данными;

-:экспертной оценкой;

-:разведывательным признаком.

I:

S: Данные или уже готовая к использованию информация, полученная от особой группы источников – экспертов в интересующей профессиональной области называются:

- :оперативными данными;
- :агентурными данными;
- +:экспертной оценкой;
- :разведывательным признаком.

I:

S: Полученные от агентов сведения о фактах и лицах, представляющих интерес для службы конкурентной разведки предприятия (организации) называются:

- :оперативными данными;
- +:агентурными данными;
- :экспертной оценкой;
- :разведывательным признаком.

I:

S: К косвенным разведывательным признакам, используемым в ходе конкурентной разведки, относятся результаты:

- :финансового анализа;
- +:причинно-следственного анализа;
- :факторного анализа;
- :маркетингового анализа.

I:

S: Экспертная оценка носит:

- :всегда субъективный характер;
- +:всегда объективный характер;
- :по большей части субъективный характер;
- :по большей части объективный характер.

I:

S: Материалы специализированных консалтинговых и аналитических агентств могут использоваться (приобретаться) службой конкурентной разведки предприятия (организации), если:

- :информация не может быть получена иным способом;
- :соответствующее агентство располагает монопольным правом на информацию;
- :это наиболее простой и дешевый способ получения информации;
- +:интерес представляет общедоступная информация.

I:

S: При использовании в ходе сбора коммерческих данных (коммерческой информации) одновременно нескольких источников достигается:

- :максимальная степень достоверности собранных данных (информации);
- :максимальная полнота собранных данных (информации);
- :максимальное разнообразие собранных данных (информации);
- +:максимальный эффект от процесса получения собранных данных (информации).

I:

S: Прямыми называются методы получения информации:

- :путём наблюдения за объектом конкурентной разведки без контакта с представителями интересующей стороны;
- :путём использования контактов с сотрудниками предприятия (организации), являющейся интересующей службу конкурентной разведки стороной;
- +:непосредственно из доступного источника;
- :путём вычисления интересующего показателя на основании значений других показателей, непосредственно связанных с ним.

I:

S: Косвенными называются методы получения информации:

- : путём наблюдения за объектом конкурентной разведки без контакта с представителями интересующей стороны;
- : путём использования контактов с сотрудниками предприятия (организации), являющейся интересующей службу конкурентной разведки стороной;
- : непосредственно из доступного источника;
- +: путём вычисления интересующего показателя на основании значений других показателей, непосредственно связанных с ним.

V1: Информационные технологии, как современный инструмент конкурентной разведки (4)

I:

S: Достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации:

- : достоверность, надежность;
- : осуществляется как поэтапное;
- : решение коммерческих задач различного уровня;
- +: обеспечение централизованного накопления информации;

I:

S: Составляющие в подборе комплекса технических средств для сбора, обработки и выдачи информации:

- +: характер и состав задач, подлежащих выполнению;
- : формы и способы представления результатов
- : размер информации
- : характер и состав задач;

I:

S: Классификационные группы, используемых технических средств:

- +: средства сбора, передачи, накопления, обработки и выдачи информации;
- : средства сбора информации
- : средства для реализации информации
- : средства выдачи информации;

I:

S: Средства сбора информации:

- : газеты
- : журналы
- : СМИ
- : регистраторы исходных данных;
- +: все ответы верны

V1: Методика поиска информации в Интернете при решении задач конкурентной разведки (38)

I:

S: Способ воздействия на человека, путём предоставления ему информации, вводящей в заблуждение относительно истинного положения дел, называется: -: манипулированием;

- +: дезинформацией в общем виде;
- : созданием общественного мнения;
- : введением в заблуждение.

I:

S: Прямой обман в виде предоставления объекту ложной информации называется:

- : манипулированием;
- : дезинформацией в общем виде;
- : созданием общественного мнения;

+ :введением в заблуждение.

I:

S: Способ воздействия на объект непосредственно с целью изменения направления активности людей называется:

+ :манипулированием;

- :дезинформацией в общем виде;

- :созданием общественного мнения;

- :введением в заблуждение.

I:

S: Формирование в обществе определенного отношения к той или иной проблеме называется:

- :манипулированием;

- :дезинформацией в общем виде;

+ :созданием общественного мнения;

- :введением в заблуждение.

I:

S: Побуждение оппонента к поступкам, необходимым манипулятору, является:

+ :целью распространения дезинформации;

- :уровнем манипулирования;

- :задачей распространения информации;

- :путём распространения информации.

I:

S: Введение в заблуждение конкурента относительно истинного времени начала тех или иных крупных мероприятий, проводимых предприятием (организацией) на рынке, является:

- :целью распространения дезинформации;

- :уровнем манипулирования;

+ :задачей распространения информации;

- :путём распространения информации.

I:

S: Создание у конкурента иллюзии подготовки предприятием (организацией) крупномасштабных операций на ложном направлении, является:

- :целью распространения дезинформации;

- :уровнем манипулирования;

+ :задачей распространения информации;

- :путём распространения информации.

I:

S: Широкое освещение от имени третьего лица в средствах массовой информации данных, свидетельствующих о появлении у предприятия (организации) «труднопреодолимых» проблем является:

целью распространения дезинформации;

уровнем манипулирования;

+ :задачей распространения информации;

путём распространения информации.

I:

S: Организация «утечки» в СМИ и прочих открытых источниках информации заведомо заниженных или завышенных экономических и производственных показателей деятельности предприятия (организации) является:

- :целью распространения дезинформации;

- :уровнем манипулирования;

+ :задачей распространения информации;

- :путём распространения информации.

I:

S: Предоставление заказчику данных статистического учета по полному или предварительно отобранному составу показателей – услуга, оказываемая:

- +: учреждениями Статрегистра;
- : федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- : министерством экономического развития РФ.

I:

S: Составление по заявке заказчика выборки требуемых хозяйствующих субъектов по заданным критериям – услуга, оказываемая:

- +: учреждениями Статрегистра;
- : федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- : министерством экономического развития РФ.

I:

S: Предоставление заказчику адресной информации (наименование, местонахождение хозяйствующего субъекта, заявленное при регистрации, контактные линии, имя и должность руководителя) – услуга, оказываемая:

- +: учреждениями Статрегистра;
- : федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- : министерством экономического развития РФ.

I:

S: Предоставление заказчику с последующим сопровождением тематических информационных фондов по заданным критериям – услуга, оказываемая:

- +: учреждениями Статрегистра;
- : федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- : министерством экономического развития РФ.

I:

S: Предоставление заказчику на основании запросов сведений об индивидуальных предпринимателях и юридических лицах – услуга, оказываемая:

- : учреждениями Статрегистра;
- +: федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- : министерством экономического развития РФ.

I:

S: Предоставление информации по конкретному рыночному игроку – услуга, оказываемая:

- : учреждениями Статрегистра;
- : федеральной налоговой службой;
- : федеральной службой судебных приставов;
- +: министерством экономического развития РФ.

I:

S: Наибольшая опасность при сборе информации с привлечением частных информационных агентств заключается в риске:

- : получения устаревшей или недостоверной информации;
- +: утечки собственной конфиденциальной информации;
- : невозможности проверки получаемой информации;
- : неоправданной дороговизны получения информации.

I:

S: Экспертная оценка рыночной ситуации по отдельному запросу – услуга, оказываемая:

- : учреждениями Статрегистра;

- +:российскими частными информационными агентствами;
- :иностранными консалтинговыми фирмами;
- :офисами продаж предприятий (организаций).

I:

S: К числу наиболее доступных и достоверных для службы конкурентной разведки предприятия (организации) документов, относящихся к деятельности иных хозяйствующих субъектов, относятся:

- :отчеты о деятельности предприятий (организаций);
- +:учредительные документы предприятий (организаций);
- +:рекламные материалы и публикации о деятельности хозяйствующих субъектов;
- :распоряжения, приказы и иная внутренняя документация предприятий (организаций).

I:

S: Организационно–правовая форма хозяйствующего субъекта относится к:

- :конфиденциальной информации о предприятии (организации);
- :справочной информации о предприятии (организации);
- :общей информации о предприятии (организации);
- +:публичной информации о предприятии (организации).

I:

S: Список учредителей хозяйствующего субъекта относится к:

- :конфиденциальной информации о предприятии (организации);
- :справочной информации о предприятии (организации);
- +:общей информации о предприятии (организации);
- :публичной информации о предприятии (организации).

I:

S: Законодательное обязательство о публикации собственной отчетности о хозяйственной деятельности в открытых источниках информации имеют:

- :все хозяйствующие субъекты независимо от их организационно-правовой формы;
- :закрытые акционерные общества;
- +:открытые (публичные) акционерные общества;
- :общества с ограниченной ответственностью.

I:

S: Законодательное обязательство о публикации собственной отчетности о хозяйственной деятельности в открытых источниках информации имеют:

- :все государственные предприятия;
- :все хозяйствующие субъекты с государственным участием в уставном капитале;
- +:все открытые (публичные) акционерные общества;
- :все некоммерческие и общественные организации.

I:

S: Распоряжения, приказы и иная внутренняя документация предприятий (организаций) относятся к числу:

- :справочных материалов;
- :официальных материалов;
- :открытых материалов;
- +:закрытых материалов.

I:

S: Наиболее предпочтительным каналом получения официальных материалов о деятельности предприятия (организации) с позиции достоверности этих материалов для службы конкурентной разведки можно считать:

- :агентурный канал получения информации;
- :документацию, представляемую анализируемым предприятием (организацией) в тендерные комиссии;

+ :содержание официальных сайтов предприятия (организации); – материалы, публикуемые в средствах массовой информации.

I:

S: К характеристикам интернета как важнейшего современного источника информации не относится:

-:оперативность получения информации, хотя и в неполном объеме;

+ :неизменность информационных подборок, получаемых пользователем в результате пользования стандартными поисковыми машинами;

-:достаточность получаемого в интернете объема информации для первого этапа информационного поиска;

-:существование у полученной в интернете информации возможности уточнять дальнейшие поисковые запросы и задавать ориентиры для дальнейших поисков необходимых данных.

I:

S: Часть информационных ресурсов, содержимое которой может быть найдено (обнаружено) с помощью поисковых машин, называется:

-:«избранным» интернетом;

-:«общедоступным» интернетом;

-:«невидимым» интернетом;

+ :«видимым» интернетом.

I:

S: Основная часть информационных ресурсов киберпространства, к которым можно получить доступ, если знать, где эти ресурсы находятся, называется:

-:«избранным» интернетом;

-:«общедоступным» интернетом;

+ :«невидимым» интернетом;

-:«видимым» интернетом.

I:

S: Риском конкурентной разведки через интернет является возможность для третьих лиц:

+ :выявлять намерения самого предприятия (организации);

-:располагать аналогичным объемом информации;

-:размещать в свободном доступе недостоверную информацию;

-:периодически перемещать информацию из «видимого» интернета в «невидимый».

I:

S: С помощью бесплатных поисковых систем общего назначения нельзя осуществлять следующий вид работы с интернет- информацией:

+ :актуализацию размещаемой информации;

-:поиск необходимой исследователю информации по одному или нескольким ключевым словам;

-:морфологический поиск информации;

-:ранжирование найденных документов по степени их соответствия запросу.

I:

S: Глобальная база всех блогов интернета, предназначенных для поиска и обмена информацией, формирования и высказывания личностных и коллективных мнений, называется:

-:сайтами;

+ :блогосферой;

-:видео-хостингами;

-:гостевыми книгами.

I:

S: Специальные сайты, предназначенные для онлайн-общения пользователей и имеющие структуру, состоящую из разделов, тем (веток) и сообщений (постов), называются:

-:блогами;

-:социальными сетями;
+:форумами;
-:видео-хостингами.

I:

S: Методы общения, при которых передача информации происходит по каналам интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации называются:

+:средствами интернет-коммуникации;
-:социальными сетями;
-:форумами;
-:видео-хостингами.

I:

S: Некий список информации об объектах, составленный с целью облегчения поиска этих объектов по какому-то признаку называется:

-:сайтом;
-:блогом;
+:каталогом;
-:гостевой книгой

I:

S: При работе с социальными сетями специалисты конкурентной разведки собирают информацию о статусе отдельного человека:

+:анализируя его персональные данные;
-:анализируя его фотографии;
-:анализируя список его друзей;
-:анализируя список групп на персональной странице.

I:

S: Регистрационный номер объекта анализа в средствах интернет-коммуникации для специалистов конкурентной разведки может выступать в качестве:

+:ключевого слова при работе поисковых машин;
-:идентификатора хозяйствующего субъекта;
-:источника дополнительной информации;
-:средства связи с хозяйствующим субъектом.

I:

S: При работе с интернет-каталогами один и тот же запрос может дать разные результаты, так как:

+:для каждого из каталогов разработана своя индексация;
-:каталоги разрабатываются разными авторами;
-:каталоги разрабатываются в разные временные периоды;
-:разработка каждого каталога призвана решать собственные задачи.

I:

S: Службе конкурентной разведки интернет-каталоги позволяют:

-:найти информацию по заданным темам;
-:актуализировать информацию по заданным темам;
-:разместить информацию на заданные темы;
+:повысить скорость сбора информации по заданным темам.

Методические рекомендации

Полный банк тестовых заданий по дисциплине представлен в системе онлайн-обучения на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования КБГУ (<https://open.kbsu.ru>). Обучающийся, чтобы пройти тестирование,

входит в систему open.kbsu.ru под своим личным логином и паролем, выбирает нужную дисциплину и проходит тестирование.

Критерии оценивания по тестовым заданиям

Предел длительности контроля	30 мин
Предлагаемое количество заданий из одного контролируемого подраздела	30 тестовых заданий
Критерии оценки	% выполненных верно тестовых заданий
«4 балла», если	76-100
«3 балла», если	51-75
«2 балла», если	26-50
«1 балл», если	11-25
«0 баллов», если	0-10

3.3. Промежуточная аттестация

Контролируемая компетенция ОПК-4, индикатор достижения компетенции ОПК-4.1

Промежуточная аттестация по дисциплине «Деловая и конкурентная разведка» - зачет. Итоговая оценка определяется суммой баллов, полученных по различным формам текущего и рубежного контроля, а также промежуточной аттестации.

Для допуска на промежуточную аттестацию обучающий должен набрать в ходе текущего и рубежного контроля успеваемости не менее 36 баллов.

На зачете обучающий может получить от 15 до 30 баллов. Если ответы обучающего оцениваются суммой менее 15 баллов, то обучающему выставляют 0 баллов.

Итоговый контроль (**промежуточная аттестация**) знаний по дисциплине для специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», осуществляется в форме выполнения письменной зачетной работы.

Перечень вопросов, выносимых на зачет:

1. Сущность категории «безопасность предпринимательской деятельности».
2. Идеология разработки механизма управления системой безопасности субъектов хозяйствования.
3. Анализ внутренней и внешней среды предприятия, особенностей конкурентной борьбы в современном рынке.
4. Определения конкурентной разведки, используемые в России и за рубежом. История развития конкурентной разведки.
5. Нормативно-правовая база функционирования конкурентной разведки. Основные цели и задачи конкурентной разведки. Функции конкурентной разведки.
6. Источники и методы получения информации при ведении конкурентной разведки.
7. Понятие конкурентной среды. Виды конкуренции. Добросовестная и недобросовестная конкуренция.
8. Роль и место конкурентной разведки в системе безопасности субъекта хозяйствования. Конкурентная (деловая) разведка, как инструмент достижения конкурентного преимущества.
9. Риски и возможности, исследуемые системой конкурентной разведки.
10. Группы специалистов, работающие в области конкурентной разведки.

11. Сфера деятельности и объекты разведывательной разработки конкурентной разведки.
12. Бенчмаркинг и конкурентная разведка. Естественные ограничения сферы деятельности конкурентной разведки.
13. Отличие конкурентной разведки от «экономического шпионажа». Правовая характеристика шпионажа по российскому уголовному законодательству.
14. Предмет шпионажа. Объект и субъект шпионажа.
15. Понятие и содержание «экономического шпионажа». Действия по сбору, похищению и использованию сведений, которые возможно квалифицировать как противоправные и подпадающие под действие статей Уголовного и Административного кодексов РФ. Тенденции в области «экономического шпионажа» в современных условиях.
16. Элементы контрразведывательной деятельности в работе службы безопасности предприятия.
17. Принципы отнесения предприятия к потенциальным объектам «экономического шпионажа».
18. Оценка защищенности предприятия от «экономического шпионажа».
19. Цели создания системы конкурентной разведки компании.
20. Потребности в разведывательной информации в компании.
21. Организационные принципы системы конкурентной разведки компании.
22. Конкурентная разведка, как направление деятельности компании и как функциональное структурное подразделение.
23. Перечень функциональных подразделений компании, которые могут быть задействованы в решении задач конкурентной разведки.
24. Набор организационных процедур, обеспечивающих создание механизма конкурентной разведки компании.
25. Организация мониторинга конкурентной среды. Работа с информацией методами конкурентной разведки, как дополнительная функция, действующих специалистов предприятия.
26. Основные проблемы при сборе и обработке информации для представления руководству компании и их решение.
27. Роль и место аналитических методов в конкурентной разведке.
28. Планирование разведывательной деятельности. Направления сбора информации в конкурентной разведке.
29. Систематизация разведывательной информации. Особенности информационно-аналитической работы в процессе конкурентной разведки.
30. Формы взаимодействия структурных подразделений субъекта хозяйствования при решении задач конкурентной разведки.
31. Распространение информационных материалов конкурентной разведки для принятия руководителем решений реагирования.
32. Инструменты оценки надежности компаний. Источники данных и их правовой статус. Проблема «асимметричности» информации.
33. Анализ контрагентов в рыночной среде. Финансовая диагностика контрагентов. Анализ корпоративной структуры.
34. Основные легитимные источники получения достоверной и актуальной информации в отношении физических и юридических лиц, представляющих служебный интерес.
35. Единые государственные реестры юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Реестры компаний, сведения о регистрационных данных и учредителях.
36. Банковская, страховая и лизинговая отчетность, отчетность эмитентов и статистические данные, данные об исполнении государственных контрактов. Реестры сообщений о финансовом оздоровлении (банкротстве) предприятий, недобросовестных поставщиках и партнерах.

37. Интерфейс, базы данных и возможности «Национального бюро кредитных историй». Взаимодействие с государственными органами.

38. Контроль и сопровождение сделок. Поиск аффилированных лиц, выявление взаимосвязанных действий контрагентов при осуществлении государственных закупок в сферах приобретения товаров, работ и услуг.

39. Практика накопления, обработки и систематизации информации об юридических и физических лицах.

40. Бизнес-разведка в сети Интернет.

41. Профессиональные базы данных.

42. Информационно-аналитические системы.

43. Ситуационные центры.

44. Глобальная сеть Интернет (информационный компонент).

45. Сайты государственных структур: gks.ru - сайт Госкомстата; customs.ru - сайт Таможенной Службы; cbr.ru - сайт Центрального банка России; fedcom.ru - сайт Федеральной комиссии по ценным бумагам.

46. Разведка на основе анализа открытых источников информации (Open Source Intelligence – OSINT).

47. Информационно-поисковая работа: привлечение к доверительному сотрудничеству информаторов службы безопасности

48. Информационно-поисковая работа: использование возможностей сторонних организаций

49. Процедура поиска деловой информации.

50. Источники бухгалтерской информации. Виды бухгалтерской информации и оценка достоверности бухгалтерской информации.

51. Методы анализа бухгалтерской информации. Бухгалтерская информация и коммерческая тайна.

52. Судебно-бухгалтерская экспертиза. Использование специальных экономических и бухгалтерских данных при расследовании преступлений в сфере деловой и конкурентной деятельности.

Критерии оценивания итоговой аттестации

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу.

На зачет выносятся материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр. Зачет проводится в письменной форме. Ведущий данную дисциплину преподаватель (далее – ведущий преподаватель) составляет зачетную работу, которые включают в себя два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов к итоговой аттестации, доведенного до сведения обучающихся накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одной работы относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

Результат зачета выражается оценками зачтено / не зачтено.

При работе с установленной оценкой «зачтено / не зачтено» необходимо руководствоваться следующей шкалой:

Шкала оценивания	Показатели
«зачтено» (61 балл)	Работа соответствует показателям и критериям оценивания по шкале «удовлетворительно» и выше
«не зачтено» (менее 61 балла)	Работа соответствует показателям и критериям оценивания по шкале «неудовлетворительно»

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

Институт права, экономики и финансов
Кафедра экономики и учетно-аналитических информационных систем
Дисциплина Деловая и конкурентная разведка

Зачетная работа № 1

Выполните следующие тестовые задания:

1. Какой законодательный акт определяет содержание оперативно-розыскной деятельности, осуществляемой на территории РФ, и закрепляет систему гарантий законности при проведении оперативно-розыскных мероприятий?
 - а. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»
 - б. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
 - в. Федеральный закон от 12 августа 1995 г. N 144-ФЗ «Об оперативно-розыскной деятельности»
 - г. Закон РФ от 11 марта 1992 г. N 2487-1 «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации»
2. Сравнение эффективности системы с каким-то установленным, принятым значением это
 - а. деловая разведка
 - б. бенчмаркетинг
 - в. маркетинговая разведка
 - г. промышленный шпионаж
3. Создания комплекса мероприятий по получению и обработке данных о конкуренте: имущественных, финансовых и управленческих ресурсах, возможностях и уязвимости, а также об оперативных и стратегических планах. Конкурентная разведка производится в интересах бизнеса
 - а. деловая разведка
 - б. бенчмаркетинг
 - в. конкурентная разведка
 - г. промышленный шпионаж
4. Деятельность, направленная на выведывание производственных и деловых секретов конкурентов и получение обманным путем конфиденциальной информации, используемой для достижения коммерческих целей.
 - а. деловая разведка
 - б. бенчмаркетинг
 - в. конкурентная разведка
 - г. промышленный шпионаж
5. Факторы, влияющие на интенсивность ценовой конкуренции:
 - а. Процентная ставка
 - б. Уровень хозяйственного риска
 - в. Монополия
 - г. Олигополия
6. Объектом конкуренции являются:

- а. товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - б. фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
 - в. потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;
 - г. группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
6. Кто наиболее заинтересован в получении коммерческих секретов:
- а. служащие фирмы, торгующие секретной информацией;
 - б. отдельные частные лица, торгующие информацией;
 - в. конкуренты;
 - г. воров
7. Промышленный шпионаж – это:
- а. вид предпринимательской деятельности;
 - б. частный случай конкурентной разведки;
 - в. форма недобросовестной конкуренции;
 - г. формулировка одной из статей уголовного кодекса.
8. В работе службы конкурентной разведки как соответствующего подразделения предприятия (организации) анализ является:
- а. инструментом, не применяемым в ходе работы подразделения;
 - б. одним из направлений основной деятельности подразделения;
 - в. направлением совместной деятельности подразделения и службы маркетинга предприятия (организации);
 - г. инструментом извлечения сотрудниками подразделения информации из косвенных данных об изучаемом объекте.
9. Определение потенциала конкурентов (их сильных и слабых сторон) для корректировки собственной стратегии предприятия (организации) является:
- а. направлением деятельности службы конкурентной разведки;
 - б. целью создания службы конкурентной разведки;
 - в. целью конкурентной разведки;
 - г. стратегической задачей конкурентной разведки.
10. Информация, собираемая службой конкурентной разведки, не рассматривается как законная, если она:
- а. представлена в открытом доступе;
 - б. получена законным путём;
 - в. вычислена по косвенным и аналитическим характеристикам объекта интереса службы конкурентной разведки;
 - г. получена с применением технических средств сбора информации (аудио, видеозаписи и т.п.).
11. Достоинства автоматизированной технологии получения и обработки информации:
- а. достоверность, надежность;
 - б. осуществляется как поэтапное;
 - в. решение коммерческих задач различного уровня;
 - г. обеспечение централизованного накопления информации;
12. Формирование в обществе определенного отношения к той или иной проблеме называется:
- а. манипулированием;
 - б. дезинформацией в общем виде;
 - в. созданием общественного мнения;
 - г. введением в заблуждение.
13. Методы общения, при которых передача информации происходит по каналам интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации называются:

- а. средствами интернет-коммуникации;
 - б. социальными сетями;
 - в. форумами;
 - г. видео-хостингами.
14. Некий список информации об объектах, составленный с целью облегчения поиска этих объектов по какому-то признаку называется:
- а. сайтом;
 - б. блогом;
 - в. каталогом;
 - г. гостевой книгой
15. При работе с социальными сетями специалисты конкурентной разведки собирают информацию о статусе отдельного человека:
- а. анализируя его персональные данные;
 - б. анализируя его фотографии;
 - в. анализируя список его друзей;
 - г. анализируя список групп на персональной странице.

Руководитель ОПОП _____ Г.А. Эфендиева

Заведующий кафедрой _____ А.Х. Шидов