

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ДонГТУ»)

Факультет экономики, управления и лингвистического сопровождения
Кафедра экономики и управления



УТВЕРЖДАЮ
и.о. проректора по учебной работе
Д.В. Мулов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-разведка

(наименование дисциплины)

38.05.01 Экономическая безопасность

(код, наименование направления)

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

(специализация)

Квалификация ЭКОНОМИСТ

(бакалавр/специалист/магистр)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

1 Цели и задачи изучения дисциплины

Цели дисциплины. Целью освоения дисциплины «Бизнес-разведка» является получение комплексных знаний и практических навыков в области изучения информационной среды бизнеса и применения методов современной конкурентной (деловой) разведки для обеспечения экономической безопасности предприятия.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных направлений разведывательной деятельности предприятия;
- изучение классификации внешних и внутренних угроз предпринимательской деятельности;
- изучение системы безопасности на предприятии;
- формирование современного представления об особенностях конкурентной разведки;
- формирование представления об охране коммерческой тайны предприятия;
- овладение методологическими приемами кадровой безопасности предприятия.

Дисциплина направлена на формирование профессиональной компетенции (ПК-1) выпускника.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Логико-структурный анализ дисциплины – курс входит в БЛОК 1 «Дисциплины (модули)» обязательную часть Блока 1, формируемую участниками образовательных отношений подготовки студентов по направлению 38.05.01 Экономическая безопасность (специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»).

Дисциплина реализуется кафедрой экономики и управления.

Основывается на базе дисциплин: «Экономическая безопасность», «Оценка рисков», «Документирование управленческой деятельности» и т.д.

Является основой для дальнейшего освоения компетенций, связанных со сферами и областями профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студента для решения профессиональных задач деятельности.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак.ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ак.ч.), практические (36 ак.ч.) занятия и самостоятельная работа студента (72 ак.ч.).

Для заочной формы обучения программой дисциплины предусмотрены лекционные (4 ак.ч.), практические (4 ак.ч.) занятия и самостоятельная работа студента (100 ак.ч.).

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре для всех форм обучения. Форма промежуточной аттестации – зачет.

3 Перечень результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-разведка» направлен на формирование компетенции, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, обязательные к освоению

Содержание компетенции	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Способен формировать, анализировать и оценивать информацию, необходимую для принятия решений по обеспечению экономической безопасности	ПК-1	ПК-1.1. Находит и формирует информационную базу, необходимую для обеспечения экономической безопасности ПК-1.2. Анализирует и оценивает полученную информацию, необходимую для нейтрализации угроз экономической безопасности

4 Объём и виды занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 3 зачётные единицы, 108 ак.ч.

Самостоятельная работа студента (СРС) включает проработку материалов лекций, подготовку к практическим занятиям, текущему контролю, выполнение индивидуального задания, самостоятельное изучение материала и подготовку к зачету.

При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине используются формы и распределение бюджета времени на СРС для очной формы обучения в соответствии с таблицей 2.

Таблица 2 – Распределение бюджета времени на СРС

Вид учебной работы	Всего ак.ч.	Ак.ч. по семестрам
		6
Аудиторная работа, в том числе:	54	54
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Курсовая работа/курсовой проект	-	-
Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:	72	72
Подготовка к лекциям	4	4
Подготовка к лабораторным работам	-	-
Подготовка к практическим занятиям / семинарам	18	18
Выполнение курсовой работы / проекта	-	-
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат (индивидуальное задание)	12	12
Домашнее задание	6	6
Подготовка к контрольной работе	-	-
Подготовка к коллоквиуму	6	6
Аналитический информационный поиск	10	10
Работа в библиотеке	8	8
Подготовка к экзамену/диф.зачёту/зачету	6	6
Промежуточная аттестация – экзамен/диф.зачёт/зачёт	3 (2)	3 (2)
Общая трудоемкость дисциплины		
ак.ч.	108	108
з.е.	3	3

5 Содержание дисциплины

С целью освоения компетенции, приведенной в п.3 дисциплина разбита на 8 тем:

- тема 1 (Сущность и содержание бизнес-разведки);
- тема 2 (Конкуренция и конкурентная разведка);
- тема 3 (Средства и методы бизнес-разведки);
- тема 4 (Правовые основы бизнес-разведки);
- тема 5 (Коммерческая тайна);
- тема 6 (Информация в бизнес-разведке);
- тема 7 (Организация работы службы бизнес-разведки предприятия);
- тема 8 (Дезинформация и активные мероприятия в бизнесе).

Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов для очной и заочной формы приведены в таблице 3 и 4 соответственно.

Таблица 3 – Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Сущность и содержание бизнес-разведки	<p>Бизнес-разведка как экономическая категория, определение бизнес-разведки.</p> <p>Предмет курса на стыке наук, его цели, задачи, структура и содержание.</p> <p>Бизнес-разведка как элемент комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности.</p> <p>Место бизнес-разведки среди инструментов менеджмента.</p> <p>История зарождения и развития бизнес-разведки.</p> <p>Зарубежный и отечественный опыт организации и ведения бизнес-разведки.</p>	2	Сущность и содержание бизнес-разведки	4	–	–
2	Конкуренция и конкурентная разведка	<p>Введение в конкуренцию и конкурентную разведку: определение конкуренции; цели и задачи конкурентной разведки</p> <p>Этапы конкурентной разведки: сбор информации о конкурентах; анализ информации и выявление конкурентных преимуществ; принятие решений на основе анализа</p> <p>Инструменты конкурентной разведки: анализ SWOT; использование интернета и социальных сетей; консалтинговые услуги</p> <p>Применение конкурентной разведки в бизнесе: прогнозирование действий; разработка стратегии на основе данных</p>	2	Конкуренция и конкурентная разведка	4	–	–

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
		конкурентной разведки; мониторинг конкурентов и анализ их действий Реализация конкурентной разведки в замене: примеры выгоды от использования конкурентной разведки; рекомендации по проведению конкурентной разведки					
3	Средства и методы бизнес-разведки	Основные задачи и средства бизнес-разведки. Методы бизнес-разведки. Кабинетные методы работы бизнес-разведки. Полевые методы бизнес-разведки.	2	Средства и методы бизнес-разведки	4	–	–
4	Правовые основы бизнес-разведки	Законодательное регулирование бизнес-разведки. Особенности законодательного регулирования бизнес-разведки в России. Этические регуляторы бизнес-разведки.	2	Правовые основы бизнес-разведки	4	–	–
5	Коммерческая тайна	Определение коммерческой тайны и ее значения для бизнеса Законодательство о коммерческой тайне Защита коммерческой тайны: меры по защите коммерческих тайны; регулирование доступа к информации; судебная охрана коммерческих тайн Использование коммерческих тайны: возможности использования	2	Коммерческая тайна	4	–	–

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
		коммерческих тайн для улучшения конкурентных преимуществ; подходы к документации коммерческие тайны; отношения с друзьями и консультантами по вопросам деловых секретов					
6	Информация в бизнес-разведке	Информационные ресурсы: понятие, классификация и использование в бизнес- разведке. Информационные каналы. Информационные источники: понятие, классификация и особенности работы с ними. Условия и средства обеспечения для сбора, хранения, обработки и распространения информации. Законы информации. Свойства информации. Особенности восприятия информации. Стереотипизация. Пути снижения информационных издержек, возникающих в деятельности бизнес-разведки. Особенности распространения информации в Интернете	2	Информация в бизнес-разведке	6	–	–

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
7	Организация работы службы бизнес-разведки предприятия	<p>Определение целей и задач службы бизнес-разведки.</p> <p>Этапы организации службы бизнес-разведки:</p> <p>Стратегическое планирование и разработка долгосрочной программы бизнес-разведки</p> <p>Бюджетирование деятельности службы бизнес-разведки предприятия</p> <p>Требования к специалистам бизнес-разведки</p>	2	Организация работы службы бизнес-разведки предприятия	4	–	–
8	Дезинформация и активные мероприятия в бизнесе	<p>Сущность дезинформации и активных мероприятий.</p> <p>Виды дезинформации.</p> <p>Правила дезинформирования.</p> <p>Основные приемы дезинформирования.</p> <p>Дозирование информации как прием манипулирования массовым сознанием.</p> <p>Сенсация и сенсационность.</p> <p>Смещение (использование полуправды и инсинуаций) как форма дезинформации.</p> <p>Подготовка дезинформации.</p> <p>Создание дезинформации.</p> <p>Распространение дезинформации.</p> <p>Выявление дезинформации.</p> <p>Противодействие распространению дезинформации.</p>	4	Дезинформация и активные мероприятия в бизнесе	6	–	–

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
		Активные мероприятия смешанного типа: публичные выступления и заявления, письма, уличные акции, бойкотирование, провокации, саботаж, шантаж, судебные тяжбы, проверки надзорными органами. Внутренние и внешние признаки подготовки к активным мероприятиям.					
Всего аудиторных часов			18		36		–

Таблицы 4 – Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Сущность и содержание бизнес-разведки	Бизнес-разведка как экономическая категория, определение бизнес-разведки. Предмет курса на стыке наук, его цели, задачи, структура и содержание. Бизнес-разведка как элемент комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности. Место бизнес-разведки среди инструментов менеджмента. История зарождения и развития бизнес-разведки. Зарубежный и отечественный опыт организации и ведения бизнес-разведки.	2	Сущность и содержание бизнес-разведки	2	–	–
2	Конкуренция и конкурентная разведка	Введение в конкуренцию и конкурентную разведку: определение конкуренции; цели и задачи конкурентной разведки Этапы конкурентной разведки: сбор информации о конкурентах; анализ информации и выявление конкурентных преимуществ; принятие решений на основе анализа Инструменты конкурентной разведки: анализ SWOT; использование интернета и социальных сетей; консалтинговые услуги Применение конкурентной разведки в бизнесе: прогнозирование действий; разработка стратегии на основе данных	2	Конкуренция и конкурентная разведка	2	–	–

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
		конкурентной разведки; мониторинг конкурентов и анализ их действий Реализация конкурентной разведки в замене: примеры выгоды от использования конкурентной разведки; рекомендации по проведению конкурентной разведки					
Всего аудиторных часов			4		4		–

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1 Критерии оценивания

В соответствии с Положением о кредитно-модульной системе организации образовательного процесса ФГБОУ ВО «ДонГТУ» (https://www.dstu.education/images/structure/license_certificate/polog_kred_modul.pdf) при оценивании сформированности компетенций по дисциплине используется 100-балльная шкала.

Перечень компетенций по дисциплине и способы оценивания знаний приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Перечень компетенций по дисциплине и способы оценивания знаний

Код и наименование компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-1	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

Всего по текущей работе в семестре студент может набрать 100 баллов, в том числе:

- тестовый контроль или устный опрос на коллоквиумах (2 работы) – всего 40 баллов;
- практические работы – всего 40 баллов;
- за выполнение индивидуального и домашнего задания – всего 20 баллов.

Зачет проставляется автоматически, если студент набрал в течении семестра не менее 60 баллов и отчитался за каждую контрольную точку. Минимальное количество баллов по каждому из видов текущей работы составляет 60% от максимального.

Зачет по дисциплине «Бизнес-разведка» проводится по результатам работы в семестре. В случае, если полученная в семестре сумма баллов не устраивает студента, во время промежуточной аттестации студент имеет право повысить итоговую оценку либо в форме устного собеседования по приведенным ниже вопросам (п.п. 6.5), либо в результате тестирования.

Шкала оценивания знаний при проведении промежуточной аттестации приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Шкала оценивания знаний

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Оценка по национальной шкале зачёт/экзамен
0-59	Не зачтено/неудовлетворительно
60-73	Зачтено/удовлетворительно
74-89	Зачтено/хорошо
90-100	Зачтено/отлично

6.2 Домашнее задание

В качестве домашнего задания студенты выполняют:

- работу над составлением конспекта изученного материала;
- рабочей программой курса «Бизнес-разведка» предусмотрено решение типовых задач, подготовка реферата и выполнение контрольной работы. Перечень задач, исходные данные к решению задач, указания к решению задач, представлены в учебно-методических материалах по дисциплине «Бизнес-разведка», доступ к которым обеспечивается в электронном виде на сайте дистанционного обучения ФГБОУ ВО «ДонГТУ» (Режим доступа: <https://moodle.dstu.education/>).

В качестве индивидуального задания студенты очной формы готовят реферат или презентацию на одну из приведенных ниже тем.

6.3 Темы для рефератов (презентаций) – индивидуальное задание

- 1) Противодействие распространению дезинформации в современных условиях ведения "гибридных войн".
- 2) Активные мероприятия смешанного типа: публичные выступления и заявления, письма, уличные акции, бойкотирование, провокации, саботаж, шантаж, судебные тяжбы, проверки надзорными органами (на конкретных примерах).
- 3) Опыт организации и выявления внутренних и внешних признаков подготовки к активным мероприятиям (на конкретных примерах).
- 4) Особенности конкурентной разведки в развитых странах.
- 5) Этический кодекс Общества профессионалов конкурентной разведки SCIP.
- 6) Русскоязычные и западные поисковые системы.
- 7) Проблема асимметричности информации в современной экономике.
- 8) Инструменты оценки надёжности компаний.
- 9) Отечественная практика защиты бизнеса от рейдерских захватов.
- 10) Информационная безопасность предприятия как условие экономической безопасности.
- 11) Модель конкурентной среды М. Портера.
- 12) Информационные ресурсы деловой разведки.
- 13) Политика информационной безопасности фирмы.

- 14) Идентификация личности делового партнёра.
- 15) Методы конкурентной разведки.
- 16) Использование конкурентной разведки в инновационной деятельности предприятия.
- 17) Конкурентная разведка в кредитной сфере.
- 18) Особенности конкурентной разведки в научно-технической сфере.
- 19) Аналитическая работа как условие информационной безопасности предприятия.
- 20) Оценка конкурентных преимуществ предприятия.
- 21) Законодательство РФ в области информационно-аналитической деятельности.
- 22) Законы и закономерности конкурентной борьбы.
- 23) Информационное пространство современного предприятия.
- 24) Разведка намерений конкурента.
- 25) Использование «легендирования» в конкурентной разведке.
- 26) Дезинформация как угроза информационной безопасности современного предприятия.
- 27) Использование психологических методов в конкурентной разведке

6.4 Оценочные средства для самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-разведки

- 1) Дать определение понятия "Бизнес-разведка"
- 2) Раскрыть определение понятия "Бизнес-разведка" как экономическая категория,
- 3) Предмет курса "Бизнес-разведка" на стыке наук.
- 4) Сформулировать и раскрыть основные цели, задачи курса "Бизнес-разведка"
- 5) Обосновать понятие "Бизнес-разведка" как элемента комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности.
- 6) Место бизнес-разведки среди инструментов менеджмента.
- 7) История зарождения и развития бизнес-разведки.
- 8) Зарубежный и отечественный опыт организации и ведения бизнес-разведки.

Тема 2. Конкуренция и конкурентная разведка

- 1) В цели конкурентной разведки входит?
- 2) В работе службы конкурентной разведки анализ является?
- 3) Определение истинной стратегии конкурентов для корректировки собственной стратегии предприятия (организации) является?

- 4) Определение потенциала конкурентов (их сильных и слабых сторон) для корректировки собственной стратегии предприятия (организации) является?
- 5) Определение ценовой политики конкурентов является?
- 6) Определение методов продвижения на рынок конкурентных товаров и услуг является?
- 7) Определение трендовой модели развития конкурентов на целевых рынках является?
- 8) Определение круга реальных совокупных конкурентных преимуществ основных игроков на товарном (территориальном, отраслевом) рынках является?
- 9) Определение перечня основных недостатков (слабостей) основных конкурентов является?
- 10) Определение перечня партнёров — поставщиков основных конкурентов предприятия (организации), а также условий их взаимного сотрудничества является?

Тема 3. Средства и методы бизнес-разведки.

- 1) Назовите основные задачи и средства бизнес-разведки.
- 2) Раскрыть кабинетные методы работы бизнес-разведки.
- 3) Раскрыть полевые методы бизнес-разведки.
- 4) Раскрыть правовые основы бизнес-разведки.
- 5) В чем заключается законодательное регулирование бизнес-разведки?
- 6) Какие особенности законодательного регулирования бизнес-разведки в России?
- 7) Какие этические регуляторы бизнес-разведки?

Тема 4. Правовые основы бизнес-разведки.

- 1) Какие правовые гарантии, ограничения и запреты необходимо учитывать в бизнес-разведке согласно Конституции РФ?
- 2) Каким законом регулируется право на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации?
- 3) Какие требования законодательства о различных видах тайны (государственной, служебной и др.) должны соблюдаться при бизнес-разведке?
- 4) Какие оперативно-розыскные мероприятия не должны осуществляться при бизнес-разведке с соблюдением требований законодательства?
- 5) Какой закон определяет понятие частного детектива и требования, которым он должен соответствовать?
- 6) Какие этические регуляторы есть у бизнес-разведки?
- 7) Какие законодательные акты обеспечивают правовое регулирование разведывательной деятельности в СМИ?
- 8) В чём заключается ответственность за незаконный сбор и передачу

информации?

9) Какие легальные и нелегальные методы сбора информации есть в бизнес-разведке?

10) Как оценивается уровень собственной безопасности и экономической безопасности хозяйствующего субъекта?

Тема 5. Коммерческая тайна.

1) Что такое коммерческая тайна в соответствии с действующим законодательством?

2) Кто имеет право устанавливать режим коммерческой тайны?

3) Какие меры по охране конфиденциальности информации установлены Федеральным законом «О коммерческой тайне»?

4) При каких условиях работника можно привлечь к ответственности за разглашение коммерческой тайны?

5) Могут ли органы государственной власти затребовать информацию, составляющую коммерческую тайну, через суд?

6) Что должно быть нанесено на документы, являющиеся коммерческой тайной (для физических лиц)?

7) Что должно быть нанесено на документы, являющиеся коммерческой тайной (для юридических лиц)?

8) Что должно быть нанесено на документы, являющиеся коммерческой тайной (для предпринимателей)?

9) Может ли информация, содержащаяся в учредительных документах юридического лица, относиться к коммерческой тайне?

10) Может ли физическое лицо обладать информацией, которая относится к коммерческой тайне?

Тема 6. Информация в бизнес-разведке.

1) Дайте определение понятия «деловая (конкурентная) разведка».

2) Каковы основные отличия сбора информации в целях маркетинга от деловой (конкурентной) разведки?

3) Какие вам известны правила сбора, накопления и обработки информации, полученной в процессе деловой (конкурентной) разведки?

4) Расскажите о стандартных и нестандартных методах анализа разведывательной информации.

5) Как соотносятся линейные и нелинейные методы изучения конкурентных рынков?

6) Какие источники информации о конкурентах вам известны?

7) Какие методы сбора и обработки данных о конкурентах, контрагентах вам известны?

8) Какие методы стратегического планирования и прогнозирования изменений на рынке вам известны?

9) Какие характерные признаки угроз экономической безопасности, включая риск-факторы и стоп-факторы, вам известны?

10) Как классифицируются «неблагонадёжные» компании?

Тема 7 Организация работы службы бизнес-разведки предприятия.

- 1) Какие задачи могут стоять перед службой бизнес-разведки исходя из условий работы фирмы, её структуры, особенностей рынка?
- 2) Какая оптимальная структура службы бизнес-разведки может быть выбрана в соответствии с определёнными задачами?
- 3) Какие существуют способы доступа к конфиденциальной информации?
- 4) В чём заключается работа с персоналом по пресечению мошенничества внутри организации?
- 5) Опишите методы обеспечения надёжности сотрудников.
- 6) Каковы направления информационно-аналитической работы?
- 7) Перечислите основные принципы информационно-аналитической работы.
- 8) В чём значение своевременности информации и как оно изменяется с течением времени?
- 9) Опишите основные приёмы представления и интерпретации результатов информационно-аналитической работы.
- 10) Расскажите о стандартных и нестандартных методах анализа разведывательной информации.

Тема 8. Дезинформация и активные мероприятия в бизнесе.

- 1) В чём сущность дезинформации и активных мероприятий в бизнесе?
- 2) Какие виды дезинформации существуют?
- 3) Каковы правила дезинформирования?
- 4) Какие основные приёмы дезинформирования используются?
- 5) Как дозирование информации влияет на манипулирование массовым сознанием?
- 6) Как готовится, создаётся и распространяется дезинформация?
- 7) Как выявляется дезинформация и осуществляется ей противодействие?
- 8) Какие активные мероприятия смешанного типа существуют (публичные выступления и заявления, письма, уличные акции, бойкотирование, провокации, саботаж, шантаж, судебные тяжбы, проверки надзорными органами)?
- 9) Какие внутренние и внешние признаки подготовки к активным мероприятиям есть?
- 10) Как определяется направленность дезинформации после анализа ситуации и выбора объекта воздействия?

6.5 Вопросы для подготовки к зачету (тестовому коллоквиуму)

1. В ходе проведения мероприятий службы бизнес-разведки не подлежат изучению:

а) прямые, косвенные, потенциальные конкуренты хозяйствующего субъекта (предприятия, организации, фирмы, бизнеса);

б) производственно-сбытовая деятельность самого хозяйствующего субъекта;

в) деловая среда на соответствующих товарных и территориальных (местных, региональных, национальных, международных) рынках;

г) продукция (товары и услуги), выпускаемые хозяйствующими субъектами, работающими в соответствующих отраслях экономики.

2. Бизнес-разведку можно рассматривать как:

а) специальный маркетинговый инструмент изучения конкурентной среды;

б) механизм управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия;

в) специальный инструмент воздействия на конкурентную среду;

г) механизм управления коммерческой деятельностью предприятия.

3. Деятельность службы бизнес-разведки направлена:

а) на максимизацию текущей прибыли от реализации продукции, производимой предприятием;

б) на увеличение рыночной доли предприятия на товарном рынке;

в) на снижение издержек предприятия при производстве и реализации продукции;

г) на минимизацию возможных рисков для предприятия в ходе его производственно-сбытовой деятельности.

4. Сфера интересов корпоративной службы бизнес-разведки – это:

а) любая тайная деятельность предприятия по сбору, анализу, хранению и использованию конфиденциальной информации;

б) тайная деятельность предприятия по сбору, анализу, хранению и защите конфиденциальной информации;

в) публичная законная деятельность предприятия по сбору, анализу, хранению и использованию конфиденциальной информации;

г) тайная, но законная деятельность предприятия по сбору, анализу, хранению и использованию конфиденциальной информации.

5. Сфера интересов бизнес-разведки включает в себя:

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

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

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

г) существующих и потенциальных конкурентов предприятия.

6. Бизнес-разведку можно рассматривать как экономическую категорию, если считать, что бизнес-разведка – это:

а) проводимые в рамках закона и с соблюдением этических норм сбор и обработка данных из разных источников для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности предприятия;

б) особый вид предпринимательской деятельности, направленной на информационное обеспечение управления предприятием с целью повышения его конкурентоспособности;

в) законный инструмент менеджмента товаропроизводителя, оказывающий помощь руководителям и менеджерам предприятия в принятии стратегических решений в рамках производственно – сбытовой деятельности соответствующего хозяйствующего субъекта;

г) часть стратегического менеджмента предприятия, направленная на поиск, добывание, обработку данных, создание информационных отчетов о рисках, угрозах, возможностях внешней среды для обеспечения объективных условий принятия наиболее рациональных управленческих решений как в тактическом, так и в стратегическом аспектах.

7. Стратегическое предназначение бизнес-разведки заключается в необходимости обеспечивать:

а) постоянное соответствие между стратегией производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта, действиями, с помощью которых эта стратегия реализуется, и состоянием постоянно меняющейся внешней рыночной среды;

б) постоянное соответствие между стратегией производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта, информации, с помощью которых эта стратегия реализуется, и активным воздействием на внешнюю рыночную среду;

в) опережающее развитие стратегии производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта, действий, с помощью которых эта стратегия реализуется, и прогноза состояния постоянно меняющейся внешней рыночной среды;

г) опережающее развитие между стратегией производственно-сбытовой деятельности хозяйствующего субъекта, информации, с помощью которых эта стратегия реализуется, и активным воздействием на внешнюю рыночную среду.

8. С точки зрения Российского Общества профессионалов бизнес-разведки, как глубокое понимание бизнеса в целом и отдельных его частей – это:

а) сущностное понимание бизнес-разведки;

б) цель бизнес-разведки;

в) стратегическая задача бизнес-разведки;

г) причина возникновения бизнес-разведки.

9. В цели бизнес-разведки входит (входят):

- а) исключительно сбор определенной рыночной информации;
- б) преимущественно сбор и частичный анализ определенной рыночной информации;
- в) сбор и анализ определенной рыночной информации;
- г) исключительно анализ определенной рыночной информации.

10 В работе службы бизнес-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.

11. Задачи бизнес-разведки можно рассматривать как:

- а) основную управленческую функцию службы бизнес-разведки предприятия (организации);
- б) вспомогательный инструмент конкретизации целей предприятия (организации) в процессе, соответствующего стратегического или «бизнес» планирования;
- в) вспомогательную информационную функцию маркетингового анализа для целей стратегического управления предприятием (организацией);
- г) основную аналитическую функцию маркетингового анализа для целей стратегического управления предприятием (организацией).

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

- а) направлением деятельности службы бизнес-разведки;
- б) целью создания службы бизнес-разведки;
- в) целью бизнес-разведки;
- г) стратегической задачей бизнес-разведки.

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

- а) данные;
- б) документы;
- в) информация;
- г) результаты исследований.

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

- а) информация
- б) данные;
- в) документы;
- г) результаты исследований.

15. Если информация не зависит от чьего-либо мнения, то она:

- а) достоверна;
- б) актуальна;
- в) объективна;
- г) является полной.

16. Если информация отражает истинное положение дел, то она:

- а) достоверна;
- б) актуальна;
- в) объективна;
- г) является полной.

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

- а) необъективной;
- б) непонятной;
- в) бесполезной;
- г) недостоверной.

18. Формулировка закона согласованных каналов информационного взаимодействия – это:

а) для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;

б) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

г) чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

19. Формулировка закона тезауруса – это:

а) для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;

б) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

г) чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

20. Формулировка закона фасцинации – это:

а) для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;

б) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

г) чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

21. Формулировка закона майевтики – это:

а) для адекватного восприятия информации объект её получения должен иметь соответствующий тезаурус для дешифрования и усвоения поступающих сообщений;

б) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

г) чем более с точки зрения получателя эмоционально окрашена форма донесения информации, тем выше вероятность того, что он ее запомнит.

22. Формулировка закона перехода информации – это:

а) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

в) информация в ходе работы с ней может превращаться в другую информацию;

г) информация может быть использована в качестве «агента» опосредованного управления неким объектом.

23. Формулировка закона опосредованного управления – это:

а) системы или объекты могут обмениваться информацией только через согласованные каналы;

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

в) информация в ходе работы с ней может превращаться в другую информацию;

г) информация может быть использована в качестве «агента» опосредованного управления неким объектом.

24. В бизнес-разведке информация является:

а) обоснованием её деятельности;

б) предпосылкой её деятельности;

в) условием её деятельности;

г) результатом её деятельности.

25. Информация в бизнес-разведке в конечном счете должна быть:

а) пригодной для принятия управленческих решений;

б) разнообразной с точки зрения релевантного окружения хозяйствующего субъекта на целевом рынке;

в) принципиально отличной от ранее собранной информации;

г) дополняющей ранее собранную информацию.

26. Сбор и получение первичных данных производится:

- а) на 1 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- б) на 2 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- в) на 3 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- г) на 4 этапе формирования информации службой бизнес-разведки.

27. Систематизация и обработка данных производится:

- а) на 1 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- б) на 2 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- в) на 3 этапе формирования информации службой бизнес-разведки;
- г) на 4 этапе формирования информации службой бизнес-разведки.

28. Закрытыми называются источники информации, доступ к которым:

- а) требует специальных компетенций исследователя или предоставляется после выполнения определенных условий;
- б) не требует соблюдения определенных условий и специальных компетенций исследователя;
- в) регулируется законодательством о государственной и коммерческой тайне или персональным данным;
- г) требует проведения специально планируемых службой бизнес-разведки мероприятий.

29. В состав общей информации о хозяйствующем субъекте не включается информация:

- а) об уставном капитале предприятия (организации);
- б) о степени использования предприятием (организацией) административного ресурса;
- в) об учредителях предприятия (организации);
- г) о руководящих должностных лицах предприятия (организации).

30. В состав общей информации о хозяйствующем субъекте включается информация:

- а) об уставном капитале предприятия (организации);
- б) о степени использования предприятием (организацией) административного ресурса;
- в) об основных заказчиках
- г) о семейном положении руководящих лиц

31. В состав специальной информации о хозяйствующем субъекте не включается информация:

- а) о степени использования предприятием (организацией) административного ресурса;
- б) о руководящих должностных лицах предприятия (организации);
- в) об отношении предприятия (организации) с властями;
- г) о характеристике сотрудников, входящих в состав руководства предприятия (организации).

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

- а) учреждениями Статрегистра;
- б) федеральной налоговой службой;
- в) федеральной службой судебных приставов;
- г) министерством экономического развития РФ.

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

- а) справочных материалов;
- б) официальных материалов;
- в) открытых материалов;
- г) закрытых материалов.

34. Одним из основных рисков при работе специалистами службы конкурентной разведки с кадровыми вакансиями, предлагаемыми предприятием (организацией) в открытом доступе, можно считать:

- а) высокую вероятность того, что к моменту анализа вакансия будет замещена сторонними «уличными» кандидатами;
- б) необходимость анализировать рекламу, размещенную на разных носителях одновременно;
- в) необходимость анализировать рекламу, размещенную в открытом доступе не одновременно;
- г) в кадровых объявлениях размещается информация не обо всех имеющихся на предприятии (в организации) вакансиях.

35. Информация, содержащаяся в резюме на замещение вакантной должности на предприятии (в организации), должна рассматриваться специалистами службы конкурентной разведки как:

- а) обширная;
- б) полная;
- в) неформализованная.
- г) достоверная;

36. Инвестиционные программы, программы закупок и перечни покупаемой продукции, размещаемые в открытом доступе, не является источником информации:

- а) для прогнозирования потенциальной емкости товарного рынка;
- б) для стратегического планирования сбытовой деятельности собственного предприятия (организации);
- в) для стратегического планирования производственной деятельности собственного предприятия (организации);
- г) для прогнозирования распределения рыночных долей между основными рыночными игроками

37. Перечни реализованных проектов или укомплектованных объектов, в работе над которыми приняла участие то или иное предприятие (организация) носят название:

- а) программа закупок;
- б) референс-лист;
- в) каталог;

г) перечень закупаемой продукции.

38. В референс-листе могут не указываться

а) крупные проекты, в работе над которыми приняла участие то или иное предприятие (организация);

б) незначительные проекты, в работе над которыми приняла участие то или иное предприятие (организация);

в) информация о предприятии (организация), достаточная для участия в конкретном тендере;

г) базовые характеристики предприятия (организации), наличие которых требуется для участия в тендере.

39. Тендерная документация является важным источником информации:

а) о потребителях анализируемого предприятия (организации);

б) о конкурентах анализируемого предприятия (организации);

в) о контрагентах анализируемого предприятия (организации);

г) об анализируемом предприятии.

40. Отчеты по результатам рыночных исследований – источник информации, используемый специалистами конкурентной разведки для изучения:

а) внутренней среды того или иного предприятия (организации);

б) внешней среды того или иного предприятия (организации);

в) релевантной среды того или иного предприятия (организации);

г) информационной среды того или иного предприятия (организации).

41. Образец изделия, изготавливаемый промышленным способом в одном или нескольких экземплярах до внедрения в серийное производство, с целью опытной проверки и контроля конструктивно-технических и потребительских качеств называется:

а) образцом продукции;

б) муляжом продукции;

в) макетом продукции;

г) прототипом продукции.

42. Слепок или модель товара (изделия) в натуральную величину называется:

а) образцом продукции;

б) муляжом продукции;

в) макетом продукции;

г) прототипом продукции.

43. Модель объекта в уменьшенном (увеличенном) масштабе или в натуральную величину, лишённая функциональности представляемого товара называется:

а) образцом продукции;

б) муляжом продукции;

в) макетом продукции;

г) прототипом продукции.

44. Выводы о технологии производства товаров, используемых материалах и применяемых технологиях, специалисты службы конкурентной разведки могут сделать, анализируя:

- а) прототип товара;
- б) муляж товара;
- в) образец товара;
- г) макет товара.

45. Исключительно для изучения габаритов товара и его дизайна может быть использован:

- а) прототип товара;
- б) муляж товара;
- в) образец товара;
- г) макет товара.

46. В алгоритме извлечения ключевых слов из текста название «Распознавание» носит этап:

а) предварительной разработки каталога возможных синонимов, наличие которых не позволяет впоследствии провести процедуру эффективного

б) подсчета частоты употребления в тексте слов, претендующих на включение в число ключевых;

в) вспомогательных процедур удаления разметки, морфологического (смыслового) разбора, лексической нормализации (включая согласование синонимов), удаления стоп-слов (служебной лексики) и т. д.;

г) усечения списка ключевых слов, его ранжирования и упорядочивания, визуализации графическими методами и т. д.;

д) принятия решения о принадлежности того или иного слова-кандидата к множеству ключевых слов.

47. Объектом количественного контент-анализа являются (является):

а) текстовые материалы;

б) текст и контекст ключевых слов;

в) интенсивность распределения по тексту определенных характеристик;

г) частота появления в тексте определенных характеристик

48. Объектом количественного контент-анализа являются (является):

а) текстовые материалы;

б) текст и контекст ключевых слов;

в) интенсивность распределения по тексту определенных характеристик;

г) частота появления в тексте определенных характеристик

49. Задачей конкурентной разведки, решаемой с помощью контентанализа, является:

а) контроль интенсивности работы СМИ с учетом наличия многих носителей у одного издания;

б) контроль за изменением информационной нагрузки на определенную

смысловую категорию;

в) контроль интенсивности работы авторов в СМИ, в том числе – в одном и том же издании;

г) определение условий, меняющих интенсивность внимания отдельного издания к одной и той же теме.

50. В общем случае контент-анализ можно считать частным случаем:

а) традиционного анализа;

б) факторного анализа;

в) комплексного анализа;

г) формализованного анализа

6.6 Примерная тематика курсовых работ

Не предусмотрено выполнение курсовой работы.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Экономическая безопасность: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100) / В.А. Богомолов, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев [и др.]; под редакцией В.А. Богомолова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 296 с.: ил. + табл. — ISBN 978-5-238-01562-0. —1 экз.

2. Бондарчук Н. В. Бизнес-разведка: практикум: учебное пособие / Н. В. Бондарчук. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 138 с.: табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696968> (дата обращения: 20.07.2024).

3. Доронин, А. И. Бизнес-разведка 2.0: практическое пособие / А. И. Доронин. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: ДМК Пресс, 2022. — 443 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=695110> (дата обращения: 20.07.2024).

4. Павлов А. В. Конкурентная разведка: учебное пособие / А. В. Павлов, Б. И. Ткаченко, А. М. Шунаев. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. — 102 с. — Режим доступа: — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47159994>(дата обращения: 29.07.2024).

Дополнительная литература

1. Кузнецов, И. Н. Бизнес-безопасность: практическое пособие / И. Н. Кузнецов. — 7-е изд. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 412 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710982> (дата обращения: 20.07.2024).

2. Конкурентная разведка: технологии и противодействие: учебное пособие / В. И. Аверченков, В. В. Спасенников, В. А. Шкаберин [и др.]. — 2-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2017. — 201 с.: схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574860> (дата обращения: 20.07.2024).

Нормативные ссылки

1. Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL:<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71572608/>(дата обращения: 21.06.2024).

2. Федеральный закон от 28.12.2010 № 390-ФЗ «О безопасности». — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12181538/> (дата обращения: 21.06.2024).

3. Федеральный конституционный закон от 30.05.2001 № 3-ФКЗ «О чрезвычайном положении». — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12123122/> (дата обращения: 21.06.2024).

4. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года) (с учетом поправок, внесенных Законом Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 14.03.2020 № 1-ФКЗ; федеральных конституционных законов от 04.10.2022 № 5-ФКЗ, от 04.10.2022 № 6-ФКЗ, от 04.10.2022 № 7-ФКЗ, от 04.10.2022 № 8-ФКЗ. — Текст: электронный // Гарант : информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://www.garant.ru/doc/constitution/> (дата обращения: 21.06.2024).

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ. (ред. от законом от 08.08.2024 N 237-ФЗ). — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/10164072/b89690251be5277812a78962f6302560/> (дата обращения: 12.08.2024).

6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ. (ред. от 08.08.2024 N 259-ФЗ). — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/10900200/25605d37e0d949733dabd5925cff7406/> (дата обращения: 12.08.2024).

7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ. (ред. от 08.08.2024 N 294-ФЗ). — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/10900200/a9a754f9362cc6d913de8ff6886b8c4c/> (дата обращения: 12.08.2024).

8. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 08.08.2024 N 268-ФЗ). — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12125268/> (дата обращения: 12.08.2024).

9. Закон РФ от 21 июля 1993 г. N 5485-1 "О государственной тайне" (с изменениями и дополнениями) — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/10102673/> (дата обращения: 24.07.2024).

10. Федеральный закон от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ "О коммерческой тайне" (с изменениями и дополнениями) — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL:

<https://base.garant.ru/12136454/>(дата обращения: 24.07.2024).

11.Федеральный закон РФ от 27 июля 2006 года 152-ФЗ «О персональных данных»— Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12148567/> (дата обращения: 24.07.2024).

12. Закон РФ от 11 марта 1992 г. N 2487-I "О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями) — Текст: электронный // Гарант: информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/10102892/> (дата обращения: 24.07.2024).

7.2 Базы данных, электронно-библиотечные системы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная библиотека ДонГТУ: официальный сайт. — Алчевск. — URL: library.dstu.education. — Текст: электронный.

2. Научно-техническая библиотека БГТУ им. Шухова: официальный сайт. — Белгород. — URL: <http://ntb.bstu.ru/jirbis2/>. — Текст: электронный.

3. Консультант студента: электронно-библиотечная система. — Москва. — URL: <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. — Текст: электронный.

4. Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red. — Текст : электронный.

5. IPR BOOKS: электронно-библиотечная система. — Красногорск. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/>. — Текст: электронный.

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов деятельности в процессе обучения, соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение представлено в таблице 7.

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение

Наименование оборудованных учебных кабинетов	Адрес (местоположение) учебных кабинетов
<p>Специальные помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, текущего контроля и промежуточной аттестации и др., оборудованная специализированной (учебной) мебелью; набором демонстрационного оборудования для представления информации: интерактивная доска – 1шт.; акустическая система – 1шт.; проектор EPSON – 1шт.; системный блок AMDEI SONATA – 1шт.; монитор 19FEVS 192S WIDET – 1 шт.; доска-крейд магнитная – 1шт.;</p>	ауд. 421 корп. 2
<p>Аудитории для проведения практических занятий, для самостоятельной работы: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации и др., оборудованная специализированной (учебной) мебелью</p>	ауд. 419 корп. 2
<p>Лаборатория для проведения научных исследований, оборудованная специализированной (учебной) мебелью; компьютером с неограниченным доступом к сети Интернет, включая доступ к ЭБС</p>	ауд. 401 корп. 2

Лист согласования РПД

Разработал
доц. кафедры экономики и управления
(должность)


(подпись)

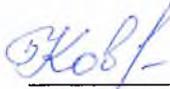
Л.А. Антипова
(Ф.И.О.)

доц. кафедры экономики и управления
(должность)


(подпись)

Ю.А. Оникийчук
(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
экономики и управления


(подпись)

Н.В. Коваленко
(Ф.И.О.)

Протокол № 1 заседания кафедры
экономики и управления от 27.08.2024г.

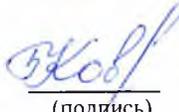
И.о. декана факультета экономики, управления
и лингвистического сопровождения


(подпись)

Э.Р. Самкова
(Ф.И.О.)

Согласовано

Председатель методической
комиссии по направлению подготовки
38.05.01 Экономическая безопасность
(специализация «Экономико-правовое
обеспечение экономической безопасности)


(подпись)

Н.В. Коваленко
(Ф.И.О.)

Начальник учебно-методического центра


(подпись)

О.А. Коваленко
(Ф.И.О.)

Лист изменений и дополнений

Номер изменения, дата внесения изменения, номер страницы для внесения изменений	
ДО ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:	ПОСЛЕ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:
Основание:	
Подпись лица, ответственного за внесение изменений	