

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Оренбургский государственный университет»  
(Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ)

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора  
по учебно-методической  
работе  Н.И. Тришкина  
«30» августа 2017 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

### ДИСЦИПЛИНЫ

*«Б.1.В.ДВ.2.1 Конкурентная разведка»*

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Экономика предприятий и организаций

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Год начала реализации программы (набора)

2014, 2015, 2016, 2017

г. Орск 2017

**Рабочая программа дисциплины «Б.1.В.ДВ.2.1 Конкурентная разведка» /сост. Л.В. Пасечникова. – Орск: Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2017. – 11 с.**

Рабочая программа предназначена студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.01 Экономика

© Пасечникова Л.В., 2017  
© Орский гуманитарно-  
технологический институт  
(филиал) ОГУ, 2017

## 1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Конкурентная разведка» состоит в изучении методик предвидения изменений во внешней и внутренней среде организации, а также способов принятия своевременных оптимальных решений по управлению рисками, внедрению изменений и использованию мер, направленных на удовлетворение будущих запросов потребителей и поддержание прибыльности предприятия.

### Задачи:

- изучение особенностей, принципов и методов проведения конкурентной разведки;
- получение практических навыков сбора и обработки информации о конкурентах;
- выявление новых возможностей маркетинговой деятельности в условиях конкурентной среды;
- поиск возможностей проведения конкурентного анализа в небольших компаниях, в условиях ограниченного бюджета.

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.14 Маркетинг*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

## 3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<p><b>Знать:</b> – основы проведения конкурентного анализа; – методы прогнозирования развития рынка.</p> <p><b>Уметь:</b> – определять место организации в конкурентной среде и ее взаимодействие с другими участниками рынка.</p> <p><b>Владеть:</b> – методологией проведения конкурентного анализа и прогнозирования реакции конкурентов.</p>	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
<p><b>Знать:</b> – законные методы и приемы сбора легальной информации о конкурентах.</p> <p><b>Уметь:</b> – отличать конкурентную разведку от промышленного шпионажа и использовать только законные и этические методы анализа конкурентов.</p> <p><b>Владеть:</b> – методологией сбора легальной информации о конкурентах.</p>	ОК-6 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
<p><b>Знать:</b> – процесс проведения конкурентной разведки, методологию сбора и анализа информации.</p> <p><b>Уметь:</b> – анализировать внешнюю среду организации, использовать информацию, полученную в результате конкурентной разведки.</p> <p><b>Владеть:</b> – специальной терминологией на профессиональном уровне; методологией проведения конкурентной разведки.</p>	ПК-1 способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

## 4 Структура и содержание дисциплины

### 4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

а) очная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>34,25</b>	<b>34,25</b>
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>73,75</b>	<b>73,75</b>
- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);	18,75	18,75
- самостоятельное изучение разделов (таблица 4.4);	10	10
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	15	15
- подготовка к практическим занятиям;	26	26
- подготовка к рубежному контролю и т.п.)	4	4
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>зачет</b>	

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в конкурентную разведку	12	2	2		8
2	Этика конкурентной разведки	12	2	2		8
3	Планирование конкурентной разведки	12	2	2		8
4	Информация как объект конкурентной разведки	12	2	2		8
5	Бенчмаркинговое исследование	11	2	1		8
6	Система конкурентной разведки промышленного предприятия	8	1	1		6
7	Особенности агентурной работы в коммерции	8	1	1		6
8	Отдельные виды организации службы конкурентной разведки. Служба конкурентной разведки	9	2	1		6
9	Стратегический анализ конкурентов и конкуренции	12	2	2		8
10	Методики анализа конкурентного положения предприятия в отрасли	12	2	2		8
	Итого:	108	18	16		74
	Всего:	108	18	16		74

б) заочная форма обучения

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
<b>Общая трудоёмкость</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Контактная работа:</b>	<b>12,25</b>	<b>12,25</b>
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>95,75</b>	<b>95,75</b>
- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);	21,75	21,75
- самостоятельное изучение разделов (таблица 4.4);	20	20
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	27	27
- подготовка к практическим занятиям и т.п.)	27	27
<b>Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)</b>	<b>зачет</b>	

#### Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Введение в конкурентную разведку	11	0,5	0,5		10
2	Этика конкурентной разведки	11	0,5	0,5		10
3	Планирование конкурентной разведки	11	0,5	0,5		10
4	Информация как объект конкурентной разведки	12	1	1		10
5	Бенчмаркинговое исследование	12	1	1		10
6	Система конкурентной разведки промышленного предприятия	9	0,5	0,5		8
7	Особенности агентурной работы в коммерции	9	0,5	0,5		8
8	Отдельные виды организации службы конкурентной разведки. Служба конкурентной разведки	11	0,5	0,5		10
9	Стратегический анализ конкурентов и конкуренции	11	0,5	0,5		10
10	Методики анализа конкурентного положения предприятия в отрасли	11	0,5	0,5		10
	Итого:	108	6	6		96
	Всего:	108	6	6		96

## 4.2 Содержание разделов дисциплины

### Раздел 1 Введение в конкурентную разведку

Маркетинговая и конкурентная разведка. Сущность конкурентной разведки. Место конкурентной разведки в процессе принятия решения. Становление системы конкурентной разведки, объект конкурентной разведки, силы конкурентной разведки. Цели, задачи, методы и приемы конкурентной разведки. Виды конкурентной разведки: аналитическая, агентурная, техническая.

### Раздел 2 Этика конкурентной разведки

Этика бизнеса и конкуренция. Подходы к определению этичности конкурентной разведки. Промышленный шпионаж. Отличие конкурентной разведки от промышленного шпионажа. Особенности информации, полученной в результате конкурентной разведки. Этические нормы при сборе необходимой информации. Характеристика стандартов ведения бизнеса в разных странах. Этический кодекс деловой разведки. Принципы конкурентной разведки.

### Раздел 3 Планирование конкурентной разведки

Разведывательные материалы. Исходные данные для планирования конкурентной разведки. Подготовка к исследованию: постановка задач; беседа с заказчиками, управление ожиданиями потребителя информации; оценка выполнимости поставленной задачи; согласование сроков; налаживание обратной связи; определение информационных потребностей. Этапы конкурентной разведки: сбор данных, обработка информации, распределение информации. Особенности планирования кон-

курентной разведки. Стратегическое, оперативное и тактическое планирование конкурентной разведки. Процесс решения конкретных задач конкурентной разведки. Оценка рисков, связанных с конкурентной борьбой.

#### **Раздел 4 Информация как объект конкурентной разведки**

Особенности работы с информацией в конкурентной разведке. Требования к разработке информационных документов службы конкурентной разведки. Общая характеристика каналов информации о предприятиях - конкурентах. Открытые и специальные публикации и базы данных. Клиенты, поставщики, инвесторы, кредитные организации, посредники – как источники информации. Ответственные службы и консультанты – как источник информации. Особенности сбора информации на торговых выставках и конференциях. Оценка важности источников информации в соответствии с их возможностями по освещению деятельности предприятия. Перечень сведений о предприятии-конкуренте из открытых и закрытых источников.

#### **Раздел 5 Бенчмаркинг-исследование**

Бенчмаркинг как исследовательско-аналитический вид деятельности. Цель бенчмаркинга. Среда применения бенчмаркинга. Предмет бенчмаркинга. Эволюция бенчмаркинга. Основные виды бенчмаркинга. Бенчмаркинг как процесс изменения отношения к качеству. Принципы и технология бенчмаркинга. Управление качеством как передовая технология конкурентного анализа. Измерение эффективности производственных и управленческих процессов.

#### **Раздел 6 Система конкурентной разведки промышленного предприятия**

Условия для создания службы конкурентной разведки на предприятии. Проблемы организации и внедрения службы. Способы организации службы. Стоимость создания и содержания службы. Оценка результатов работы службы: количественные и качественные показатели. Организация контрразведки промышленного предприятия. Задачи контрразведки. Способы защиты от «захватчиков».

#### **Раздел 7 Особенности агентурной работы в коммерции**

Информационно-поисковая работа служб конкурентной разведки. Приобретение и использование агентов-информаторов. Способы привлечения к сотрудничеству. Категории информаторов. Методика разработки объекта и проведение вербовочной беседы. Оценка перспективности привлечения кандидата к сотрудничеству. Ситуации успешной вербовки.

#### **Раздел 8 Отдельные виды организации службы конкурентной разведки. Служба конкурентной разведки**

Малобюджетная конкурентная разведка. Ограничения в работе конкурентной разведки, связанные с недостаточным финансированием. Сбор значимой информации без финансовых затрат. Средства поиска информации. Приемы работы с первичными источниками. Конкурентная разведка и небольшие компании. Необходимость конкурентной разведки для небольшой компании. Информация, достаточная для проведения конкурентного анализа. Специалисты конкурентной разведки для небольшой компании. Обучение специалистов.

#### **Раздел 9 Стратегический анализ конкурентов и конкуренции**

Стратегическая деловая разведка. Стратегические конкурентные группы. Общность конкурентов, объединяемых в стратегические группы. Матрица формирования конкурентной карты рынка. Правила составления конкурентной карты рынка. Определение конкурентной позиции фирмы на рынке. Цели анализа конкуренции в отрасли. Основные направления конкурентного анализа. Стратегическое предвидение. Планирование будущего на основе предвидения. Анализ сценариев как инструмент стратегической деловой разведки.

#### **Раздел 10 Методики анализа конкурентного положения предприятия в отрасли**

Анализ структуры отрасли. Методики исследования конкурентного положения. Параметрические методики конкурентного положения. Индикаторы конкурентоспособности. Метод

рейтинговых оценок конкурентного положения. Матрица конкурентного преимущества. Углубленный анализ конкурентов и составление прогнозов развития отрасли.

### 4.3 Практические занятия (семинары)

а) очная форма обучения

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Введение в конкурентную разведку	2
2	2	Этика конкурентной разведки	2
3	3	Планирование конкурентной разведки	2
4	4	Информация как объект конкурентной разведки	2
5	5	Бенчмаркинговое исследование	1
5	6	Система конкурентной разведки промышленного предприятия	1
6	7	Особенности агентурной работы в коммерции	1
6	8	Отдельные виды организации службы конкурентной разведки. Служба конкурентной разведки	1
7	9	Стратегический анализ конкурентов и конкуренции	2
8	10	Методики анализа конкурентного положения предприятия в отрасли	2
		Итого:	16

б) заочная форма обучения

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Введение в конкурентную разведку	0,5
1	2	Этика конкурентной разведки	0,5
1	3	Планирование конкурентной разведки	0,5
1,2	4	Информация как объект конкурентной разведки	1
2	5	Бенчмаркинговое исследование	1
2	6	Система конкурентной разведки промышленного предприятия	0,5
3	7	Особенности агентурной работы в коммерции	0,5
3	8	Отдельные виды организации службы конкурентной разведки. Служба конкурентной разведки	0,5
3	9	Стратегический анализ конкурентов и конкуренции	0,5
3	10	Методики анализа конкурентного положения предприятия в отрасли	0,5
		Итого:	6

### 4.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

а) очная форма обучения

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
2	Характеристика стандартов ведения бизнеса в разных странах.	2
6	Организация контрразведки промышленного предприятия.	2
7	Особенности агентурной работы в коммерции.	2
8	Малобюджетная конкурентная разведка. Ограничения в работе конкурентной разведки, связанные с недостаточным финансированием.	2
10	Методики исследования конкурентного положения.	2
	Итого:	10

б) заочная форма обучения

№ раздела	Наименование разделов и тем для самостоятельного изучения	Кол-во часов
2	Характеристика стандартов ведения бизнеса в разных странах.	4
6	Организация контрразведки промышленного предприятия.	4
7	Особенности агентурной работы в коммерции	4
8	Малобюджетная конкурентная разведка. Ограничения в работе конкурентной разведки, связанные с недостаточным финансированием.	4
9	Определение конкурентной позиции фирмы на рынке. Методики исследования конкурентного положения.	4
	Итого:	20

## 5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Основная литература

1. Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 375 с. ISBN 978-5-238-01321-3. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>
2. Анализ деятельности конкурентов [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Н. Рыжикова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 267 с. – ISBN 978-5-16-010215-3 – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=477361>

### 5.2 Дополнительная литература

1. Антонов, Г. Д. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г.Д. Антонов. -М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016.-320 с. - ISBN 978-5-16-011721-8- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=541568>
2. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.К. Беляевский. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=362356>
3. Гусельников, А.С. Конкурентные стратегии: привлечение и удержание потребителей, формирование спроса [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.С. Гусельников. - М. : Лаборатория книги, 2012. - 115 с. - ISBN 978-5-504-00969-8. - Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140508>
4. Джилад, Б. Конкурентная разведка. Как распознавать внешние риски и управлять ситуацией [Текст] / Б. Джилад. - СПб. : Питер, 2010. – 320 с. - ISBN 978-5-49807-304-0.– 10 экземпляров.
5. Карлсон, Д.К. Работай как шпионы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.К. Карлсон. - Минск : Попурри, 2013. - 148 с. - ISBN 978-985-15-2309-8. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430224>
6. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие [Электронный ресурс] / А.В. Коротков. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - ISBN 5-238-00810-4. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>
7. Лукаш, Ю. А. Бизнес-разведка как составляющая обеспечения безопасности и развития бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. - М.: Флинта, 2012. - 37 с. - ISBN 978-5-9765-1378-5- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=455317>
8. Тургунов, М. Партизанские продажи: Как увести клиента у конкурентов [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Тургунов. – М.: Альпина Паблшер, 2013. – 191 с. – ISBN 978-5-9614-4316-5 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518826>
9. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 242 с - ISBN 978-5-369-01088-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=635081>
10. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 347 с. – ISBN 978-5-16-011721-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=891858>



11. Федоренко, К.П. Управление конкурентоспособностью фирмы на промышленном рынке [Электронный ресурс]: монография / К.П. Федоренко. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 216 с. - ISBN 978-5-4475-5358-6. - Режим доступа: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426622](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426622)

12. Шиффман, С. Техники холодных звонков: То, что реально работает [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.Шиффман. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. — 130 с. - ISBN 978-5-9614-4396-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=521248>

### 5.3 Периодические издания

1. «Маркетинг в России и за рубежом» - научно – практический журнал, освещает современные тенденции развития маркетинга в России и за рубежом.

2. Журнал «Практический маркетинг» - научно – практический журнал, освещает современные тенденции в развитии маркетинга.

### 5.4 Интернет-ресурсы

#### 5.4.1. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека Гумер - <https://www.gumer.info/>

2. ГАРАНТ – <http://www.garant.ru/>

3. КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>

#### 5.4.2. Тематические профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Библиотека управления – <https://www.cfin.ru/>

2. Федеральный образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент. – <http://ecsocman.hse.ru/>

3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Менеджмент и организация управления – [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.76.2](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.76.2)

4. Консалтер.ру – <http://www.konsalter.ru/biblioteka/>

#### 5.4.3. Электронные библиотечные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru/>

2. ЭБС Znanium.com – <https://znanium.com/>

#### 5.4.4. Дополнительные Интернет-ресурсы

1. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) - сайт журнала «Маркетинг»

2. [www.cfin.ru/press/](http://www.cfin.ru/press/) - сайт журнала «Практический маркетинг»

3. [www.Grandars.ru](http://www.Grandars.ru) – проект, направленный на укрепление знаний в области экономики и конкурентной разведки (<http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentnaya-razvedka.html>).

4. [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru) - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

5. [www.mavriz.ru](http://www.mavriz.ru)– сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

6. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru) - официальный сайт Гильдии маркетологов

7. [www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru) - официальный сайт АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) и РАРА (Российской ассоциации рекламных агентств)

8. [www.powerbranding.ru](http://www.powerbranding.ru) - крупный образовательный портал, созданный для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы (на портале представлены шаблоны по маркетингу).

### 5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Операционная система	Microsoft Windows	Подписка Enrollment for Education Solutions (EES) по государственному контракту № 2К/17 от 02.06.2017 г.
Офисный пакет	Microsoft Office	
Интернет-браузер	Internet Explorer	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
	Opera	Бесплатное ПО, <a href="http://www.opera.com/ru/terms">http://www.opera.com/ru/terms</a>
	Mozilla Firefox	Свободное ПО, <a href="https://www.mozilla.org/en-US/foundation/licensing/">https://www.mozilla.org/en-US/foundation/licensing/</a>
	Google Chrome	Бесплатное ПО, <a href="http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/">http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/</a>
Мультимедийный плеер	Windows Media Player	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows
	QuickTime Player	Бесплатное ПО, <a href="https://www.apple.com/legal/sla/">https://www.apple.com/legal/sla/</a>
Просмотр и печать файлов в формате PDF	Adobe Reader	Бесплатное ПО, <a href="http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html">http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html</a>
Информационно-правовая система	ГАРАНТ	Комплект для образовательных учреждений по договору № 2117/2-20/17 от 01.01.2017 г., сетевой доступ
	Консультант Плюс	Комплект для образовательных учреждений по договору № 337/12 от 04.10.2012 г., сетевой доступ

## 6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ (ауд. № 1-318, № 2-311, № 4-307).

Наименование помещения	Материально-техническое обеспечение
Учебные аудитории: - для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа; - для групповых и индивидуальных консультаций; - для текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель, классная доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран, ноутбук с выходом в сеть «Интернет»)
Компьютерный класс	Учебная мебель, компьютеры (9), проектор, экран, лицензионное программное обеспечение
Помещения для самостоятельной работы обучающихся, для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Учебная мебель, компьютеры (3) с выходом в сеть «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, программное обеспечение

Для проведения занятий лекционного типа используются следующие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия:

- презентации к курсу лекций.

**ЛИСТ**  
**согласования рабочей программы**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика  
код и наименование

Профиль: Экономика предприятий и организаций

Дисциплина: Б.1.В.ДВ.2.1 Конкурентная разведка

Форма обучения: \_\_\_\_\_ очная, заочная \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2014, 2015, 2016, 2017

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры  
Кафедра менеджмента \_\_\_\_\_  
наименование кафедры

протокол № 13 от "07" июня 2017 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой  
Кафедра менеджмента \_\_\_\_\_ Л.В. Пасечникова \_\_\_\_\_  
наименование кафедры подпись расшифровка подписи

Исполнители:  
Профессор \_\_\_\_\_ Л.В. Пасечникова \_\_\_\_\_  
должность подпись расшифровка подписи

**СОГЛАСОВАНО:**

Председатель методической комиссии по направлению подготовки  
38.03.01 Экономика \_\_\_\_\_ Т.В. Андреева \_\_\_\_\_ 14.06.2017 г.  
код наименование личная подпись расшифровка подписи

Заведующий библиотекой \_\_\_\_\_ И.К. Тихонова \_\_\_\_\_  
личная подпись расшифровка подписи

Начальник ИКЦ \_\_\_\_\_ М.В. Сапрыкин \_\_\_\_\_  
личная подпись расшифровка подписи

Рабочая программа зарегистрирована в ИКЦ \_\_\_\_\_ 38.03.01 АТО 46 / 08.2017 \_\_\_\_\_  
учетный номер

Начальник ИКЦ \_\_\_\_\_ М.В. Сапрыкин \_\_\_\_\_  
личная подпись расшифровка подписи