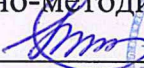


Орский гуманитарно-технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Оренбургский государственный университет»
(Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ)

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической
работе  Н.И. Тришкина
«26» сентября 2018 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)

2019

г. Орск 2018

Рабочая программа дисциплины «Б.1.В.ДВ.2.1 Конкурентная разведка» /сост. Л.В. Пасечникова. – Орск: Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ОГУ, 2018. – 11 с.

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

© Пасечникова Л.В., 2018
© Орский гуманитарно-
технологический институт
(филиал) ОГУ, 2018

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>Знать: – основы проведения конкурентного анализа; – методы прогнозирования развития рынка.</p> <p>Уметь: – определять место организации в конкурентной среде и ее взаимодействие с другими участниками рынка.</p> <p>Владеть: – методологией проведения конкурентного анализа и прогнозирования реакции конкурентов.</p>	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
<p>Знать: – законные методы и приемы сбора легальной информации о конкурентах.</p> <p>Уметь: – отличать конкурентную разведку от промышленного шпионажа и использовать только законные и этические методы анализа конкурентов.</p> <p>Владеть: – методологией сбора легальной информации о конкурентах.</p>	ОК-6 способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
<p>Знать: – процесс проведения конкурентной разведки, методологию сбора и анализа информации.</p> <p>Уметь: – анализировать внешнюю среду организации, использовать информацию, полученную в результате конкурентной разведки.</p> <p>Владеть: – 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
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	34,25	34,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа:	73,75	73,75
- 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
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

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
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	12,25	12,25
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
Самостоятельная работа:	95,75	95,75
- 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
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

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	Бенчмаркинг-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	Бенчмаркинг-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	Бенчмаркинг-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>

13. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.А. Быков, Е.И. Комаров. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 242 с. - ISBN 978-5-369-01088-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/942745>

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

4. Консалтер.py – <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 - сайт журнала «Маркетинг»

2. www.cfin.ru/press/ - сайт журнала «Практический маркетинг»

3. 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 - сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

5. www.mavriz.ru– сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом»

6. www.marketologi.ru - официальный сайт Гильдии маркетологов

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

8. 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 контрак-

Тип программного обеспечения	Наименование	Схема лицензирования, режим доступа
Офисный пакет	Microsoft Office	ту № 5Д/18 от 13.06.2018 г.
Интернет-браузер	Internet Explorer	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows
	Opera	Бесплатное ПО, http://www.opera.com/ru/terms
	Mozilla Firefox	Свободное ПО, https://www.mozilla.org/en-US/foundation/licensing/
Мультимедийный плеер	Google Chrome	Бесплатное ПО, http://www.google.com/intl/ru/policies/terms/
	Windows Media Player	Является компонентом операционной системы Microsoft Windows
Мультимедийный плеер	QuickTime Player	Бесплатное ПО, https://www.apple.com/legal/sla/
	Adobe Reader	Бесплатное ПО, http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html
Просмотр и печать файлов в формате PDF	Adobe Reader	Бесплатное ПО, http://www.adobe.com/ru/legal/terms.html
Информационно-правовая система	ГАРАНТ	Комплект для образовательных учреждений по договору № 2454/2-44/18 от 02.04.2018 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 2019

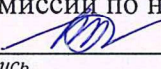
РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры
Кафедра менеджмента
наименование кафедры

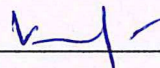
протокол № 1 от "05" сентября 2018 г.


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 20.09.2018 г.
код наименование личная подпись расшифровка подписи дата

Заведующий библиотекой
 М.В. Камышанова
личная подпись расшифровка подписи

Начальник ИКЦ
 М.В. Сапрыкин
личная подпись расшифровка подписи

Рабочая программа зарегистрирована в ИКЦ 38.03.01. АПО. 46 / 09.2018
учетный номер

Начальник ИКЦ
 М.В. Сапрыкин
личная подпись расшифровка подписи