

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/kurovaya-rabota/356910>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ

5

1.1 Понятие конкурентной разведки 5

1.2 Цели и задачи проведения конкурентной разведки 8

1.3 Методы конкурентной разведки в организации 10

ГЛАВА 2 ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ НА ПРИМЕРЕ АО АКБ «ЛАНТА-БАНК»

15

2.1 Характеристика конкурентов АО АКБ «Ланта-Банк» 15

2.2 Кабинетные и полевые методы разведки на примере АО АКБ «Ланта-Банк»

19

2.3 Проблемы и возможные пути решения проблем конкурентной разведки АО АКБ «Ланта-Банк»

27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 30

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 32

Актуальность данной темы работы обоснована тем, что отношения в экономике современного общества, как и другие сферы деятельности, подвержены различным влияниям и угрозам извне. Для создания и ведения бизнеса определяются эффективные механизмы и инструменты, подходящие для всех видов деятельности, которые помогают предотвратить, следовательно, минимизировать негативное влияние внешнего воздействия. В какой-то момент такой подход повышает экономическую безопасность любого субъекта. Для обеспечения экономической безопасности организации используют так называемую конкурентную разведку.

Эта деятельность осуществляется такими организациями, как банки, инвестиционные и аудиторские компании, а также консалтинговыми фирмами в интересах ведения собственного бизнеса или от имени клиентов.

Практически каждое исследование рынка включает элементы конкурентной разведки.

Конкурентная разведка - это система технологий, направленных на сбор, хранение, анализ и предоставление доступа к данным для принятия наиболее подходящих решений.

Сегодня конкурентная разведка является основой корпоративной культуры управления и содержания современного бизнеса. Чтобы поддерживать любую организацию на плаву в условиях жесткой конкуренции, важно изучить и выявить все аспекты конкурентов, проанализировать их вид деятельности и то, как они себя представляют.

На Западе система конкурентной разведки широко распространена и широко используется. В России из-за неполного знания системы коммерческую разведку часто принимают за шпионаж. Но промышленный шпионаж появляется там, где конкурентная разведка не может справиться.

Этические стандарты ведения бизнеса широко используются и устанавливаются различными крупными компаниями. Это свидетельствует о высоком уровне корпоративной культуры для всех отраслей и видов деятельности.

Конкурентная разведка является законной и относится к сфере добро-совестной конкуренции.

Такие методы, как отправка агентов и использование технических средств для получения информации в рамках конкурентной разведки, в большинстве случаев не используются. Это коммерческая разведка, которая отличается от промышленного шпионажа.

Методов бизнес-аналитики несколько. Основные методы основаны на логике и сборе данных, полученных законным путем.

Целью данной работы является исследование места конкурентной разведки в системе инструментов маркетинга

Задачами работы:

- рассмотреть понятие конкурентной разведки;
- изучить цели и задачи проведения конкурентной разведки;
- описать методы конкурентной разведки в организации;
- дать характеристику конкурентов АО АКБ «Ланта-Банк»;
- проанализировать кабинетные и полевые методы разведки на примере АО АКБ «Ланта-Банк»;
- определить проблемы и возможные пути решения проблем конкурентной разведки АО АКБ «Ланта-Банк».

Объектом исследования является конкурентная разведка в АО АКБ «Ланта-Банк».

Предметом исследования являются методы конкурентной разведки в системе экономической безопасности организации.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ

1.1 Понятие конкурентной разведки

Конкуренция - это, с одной стороны, предпосылка эффективного роста национальной экономики, ее глобального развития, а с другой-серьезные и устойчивые инвестиции в человеческий капитал. Спад в российской экономике в конце 2014 года привел к ужесточению конкуренции на всех уровнях экономики. Компания была вынуждена адаптироваться к новым условиям и оптимизировать свои процессы, став более осторожной и проективной одновременно. Это связано с тем, что помимо экономических и политических факторов, оказывающих давление на бизнес, в нестабильной обстановке возрастает роль криминогенных факторов, что создает дополнительные риски финансовых потерь для бизнеса [2, с. 105]. Сегодня (конкурентная) бизнес-аналитика является неотъемлемой частью корпоративной культуры ведения современного бизнеса. Для выживания компании в условиях конкуренции изучение намерений конкурентов, изучение основных бизнес-тенденций, анализ возможных рисков и т. д. начинают играть приоритетную роль.

Российский рынок становится все более привлекательным благодаря своему инвестиционному и торговому потенциалу [22, с. 356].

Благоприятный инвестиционный климат — вы можете сотрудничать более эффективно. Растет число иностранных компаний; крупные компании начали активно инвестировать в нашу страну и начали работать над реализацией крупномасштабных проектов. В большинстве случаев, несмотря на оптимистичные прогнозы, устойчивое и динамичное развитие предприятия, через несколько лет предприятие оказывается под угрозой банкротства, возникает потребность в дополнительном финансировании. Предполагается, что эти потери были понесены в результате неэффективного управления, неправильной кадровой политики и отсутствия опыта в конкретных областях деятельности [17, с. 185].

Однако более всестороннее изучение ситуации показывает, что на самом деле используется изощренная схема мошенничества.

Кроме того, несмотря на расширенный доступ к российской и зарубежной прессе, очень сложно найти достоверную информацию, когда речь идет о конкретной компании или предприятии. Только наличие достоверной информации о партнерах позволяет предприятиям избежать многих трудностей и обеспечить соответствующий уровень экономической безопасности.

Конкурентная разведка (competitive intelligence) - это узкая отрасль бизнес-аналитики, которая отвечает основной цели: построению системы взаимоотношений с конкурентами, то есть созданию комплекса мероприятий по получению и обработке данных о конкуренте: имущественные, финансовые ресурсы и управления, возможностей и уязвимостей. Отсутствие анализа, развития конкурентной разведки за рубежом не позволяет выработать более четкие подходы к ее формированию в России [6, с. 238]. Российские специалисты по-прежнему выступают против методов экономической безопасности и методов конкурентной разведки, что связано с непониманием задач, которые должна решать конкурентная разведка. На мой взгляд, они должны работать в рамках единой системы, каждый в своем направлении. Нет однозначного понимания процесса управления конкурентной разведкой в системе управления компанией. Все это приводит к неправильному восприятию конкурентной разведки российским руковод-

ством [11, с. 101].

Российское общество специалистов по конкурентной разведке определяет понятие "Конкурентная разведка" следующим образом: это новая стратегическая инициатива в бизнесе, направленная на все виды бизнеса в Российской Федерации, что важно для способности компании конкурировать. В ходе конкурентной разведки они изучают не только конкурентов (прямых, косвенных и потенциальных), но также клиентов, технологии, продукты и бизнес-среду.

Конкурентная разведка - это маркетинговый инструмент для изучения конкурентной среды, который представляет собой целенаправленную и постоянную систему сбора, обработки, анализа конкурентной информации и использования объективной информации о бизнес-среде, ресурсах, уязвимых элементах, намерениях конкурентов; действует в рамках действующего законодательства и этических норм, направлена на минимизацию возможных рисков, получение преимуществ в организации бизнеса и дополнительной прибыли [24, с. 128].

Конкурентная разведка включает в себя всю секретную, но законную деятельность предприятия (организации) по сбору, анализу, хранению и использованию конфиденциальной информации, использование которой приносит экономические выгоды.

Конкурентная разведка-осуществляемый в рамках закона и с соблюдением этических норм сбор и обработка данных из различных источников для выработки управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности коммерческой организации [8, с. 96].

Поскольку идея конкуренции - это совокупность внешних факторов, которые представляют как перспективы, так и угрозы для компаний, конкурентную разведку следует распространять не только на существующие компании, которые продают аналогичные товары или услуги, но и на потенциальных конкурентов.

Таким образом, под конкурентной разведкой следует понимать особый вид предпринимательской деятельности, направленный на предоставление информации руководству предприятия (организации) с целью повышения его конкурентоспособности. В этой интерпретации конкурентная разведка действует именно как экономическая категория.

1. Абаев А.Л. и др. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник для бакалавров – М: Дашков и К, 2020 – 433 с.
2. Адашкевич Ю. Н. Конкурентная разведка (бизнес-разведка) // Без-опасность бизнеса. - 2021 - № 5 - С. 103-108.
3. Анищенко Е.В. Финансовая разведка: учебное пособие. — М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2020. — 184 с.
- 4.Березовенко К. В., Галимов С. К. Особенности конкурентной разведки в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2020. – Т. 20. – С. 346-350.
- 5.Бондарчук, Н. В. Бизнес-разведка. Практикум : учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2020. - 138 с.
6. Важенина И. С., Ющук В. Е. Конкурентная разведка как инструмент маркетинга // Журнал экономической теории. - 2022 - № 2 - С. 233-239.
7. Джанджугазова Е.А. Маркетинговые исследования в индустрии гос-теприимства – М.: ДиректМедиа, 2020 – 191 с.
8. Джиллад Б. Конкурентная разведка. Как распознавать риски и управ-лять ситуацией. - СПб.: Питер, 2020. - 320с
- 9.Землянов В. Своя контрразведка. Практическое пособие. - Минск. Харвест, 2019 - 416 с.
10. Коль О.Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практи-кум для вузов – М.: Юрайт, 2022 – 355 с.
- 11.Конкурентная разведка: технологии и противодействие : учебное пособие / Под ред. В. И. Аверченков. – М.: ФЛИНТА, 2020. - 201 с.
12. Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Вильяме, 2019 – 496 с.
- 13.Лемке Г.Э. Коммерческая разведка для конкурентного превосход-ства. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2021 - 352 с.
14. Магомедова Д. М. Формирование и функционирование конкурент-ной разведки маркетинговой среде: дисс. ...канд. экон. наук.- Екатерин-бург, 2020 - 187 с.
- 15.Мазилкина Е.И. Конкурентная разведка . — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 126 с
16. Махов С. Ю. Конкурентная разведка в бизнесе: дополнительная профессиональная программа. – Орел: Межрегиональная Академия без-опасности и выживания (МАБИВ), 2019. – 28 с.
17. Нежданов, И.Ю. Конкурентная разведка: практический курс. – М.: Ось-89, 2020 – 272с.

18. Носкова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или маркетинговые методы конкурентной борьбы. – Саратов: ООО «Анлейс», 2022 – 256 с.
19. Парфенова Е. Н., Макаренко Р. И. Конкурентная разведка в системе обеспечения стратегического развития предприятия // Новая наука: проблемы и перспективы. - 2020 - № 6-1. - С. 186-189.
20. Подоляк О. О., Кузнецова Е. Ю. Конкурентная разведка: учебное пособие. - Екатеринбург: УрФУ, 2019 - 93 с.
21. Ромачев Р.В., Нежданов И.Ю. Конкурентная разведка. Практический курс М.: Ось-89, 2019. – 272 с.
22. Руденко, В. Е. Конкурентная разведка и ее информационные источники // Молодой ученый. — 2020. — № 15 (305). — С. 353-357.
23. Синяева И.М. Маркетинг услуг – М.: Дашков и К, 2019 – 253 с.
24. Ющук Е.Л. Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей. - М.: Вершина, 2019 – 240 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/356910>