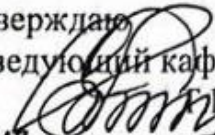


Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра «Бухгалтерский учет и аудит»

Утверждаю
Заведующий кафедрой

«3» сентября 2023

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Б.1.О.32 «КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА»**

Специальность:

5.38.05.01 «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»

Специализация:

Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

(наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень) выпускника

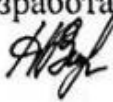
Экономист

Форма обучения:

очная,

заочная

год набора 2021

Разработал:
Ст. преподаватель  Зеленин Н.В.
« » 2023 г.

г. Тирасполь, 2023

Вопросы к зачету

1. Модель конкурентных сил М. Портера рассматривает пять движущих сил на рынке, которые определяют возможный уровень прибыли это:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Уровень конкуренции на рынке, изменения в логистике, влияние политических сил, уровень продаж товаров, обеспеченность предприятий сырьем.

2. Рыночная власть покупателей, поставщиков, угроза вторжения новых участников, опасность появления товаров заменителей, уровень конкурентной борьбы на рынке.

3. Саморегуляция конкуренции на рынке, забастовочное движение, действия профсоюзов, смена топменеджеров у конкурентов, коррупция.

4. Влияние СМИ на рыночные отношения, угроза вторжения новых участников, уровень конкурентной борьбы на рынке, действия профсоюзов, материальное стимулирование руководства компаний.

2. Цикл сбора информации о конкурентах состоит из четырех базовых элементов:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Выбрать (определить), что именно требуется знать; собрать информацию и убедиться в ее достоверности; преобразовать собранную информацию в конечный продукт (данные); обеспечить своевременную доставку конечной информации тому, кто определяет политику предприятия.

2. Узнать фамилии руководителей предприятия конкурента; определить поставщиков сырья для конкурента; уровень участия в тематических выставках; планы на ближайшие два года.

3. Выбрать (определить), что именно требуется знать; выявить основных покупателей предприятия конкурента, установить контакт с поставщиками и покупателями конкурента.

4. Определить уровень прибыльности предприятия конкурента; перспективы развития производства; преобразовать собранную информацию в конечный продукт; доложить ее руководству.

3. Назовите основные виды конкуренции.

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Сильная, средняя и слабая конкуренция.

2. Областная, городская, районная конкуренция

3. Функциональная, видовая и предметная конкуренция.

4. Ценовая, затратная и проблемная конкуренция.

4.К формам недобросовестной конкуренции относится:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1.Агрессивные маркетинговые стратегии и реклама.
- 2.Распространение ложных сведений, способных причинить убытки другому предприятию либо нанести ущерб деловой репутации.
3. Манипулирование уровнями цен для привлечения потребителей.
4. Повышение качества и характеристик реализуемого продукта.

5.К методу добросовестной конкуренции относится:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Война цен в виде снижение цен, распродаж товара, разного рода акций по реализации продукции, увеличение срока потребительского кредитования.
2. Введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества и количества товара или его изготовителей.
- 3 Некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов.
4. Получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную тайну и охраняемую законом тайну.

6. Информация, не является коммерческой тайной, если она не отвечает одному из следующих критериев:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1.Составляет коммерческая ценность в силу неизвестности третьим лицам.
2. отсутствует свободный доступ к информации на законных основаниях.
3. Обладателем информации приняты меры к охране ее сохранности и конфиденциальности.
- 4.Информация на предприятии не внесена в перечень сведений, составляющих коммерческую тайну.

7. Какой метод сбора информации не относится к оперативным.

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Опрос, направленный на проведение бесед с возможными источниками информации.
2. Наведение справок с соблюдением маскировки истинного интереса.
3. Наблюдение в виде прогулок, посещений, визитов, отдыха на природе.
4. Ежедневное изучение материалов СМИ.

8. К активным мероприятиям по получению оперативной информации о конкурентах не относится:

Тип вопроса: Одиночный выбор

- 1.Телефонные опросы и консультации с использованием легенд прикрытия.
2. Получение информации в (чатах) форумах с использованием легенд

прикрытия и провоцированием собеседника на высказывания, разглашающие коммерческую тайну.

3.Проведение контентного анализа статьи о вашем предприятии в городской газете.

4. Закупка продукции конкурента с последующим инженерным анализом.

9. Анализ информации в конкурентной разведке не предполагает применение этого этапа обработки разведывательного материала.

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Реферирование информации.
- 2.Широкое привлечение работников предприятия к выработке управленческого решения.
- 3.Сопоставление информации
4. Синтез данных

10.Синтез данных на этапе работы с информацией позволяет решить следующие задачи кроме:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Установление связей между разрозненными элементами и укладывание их в единую логическую схему.
2. Формулирование на основе полученных данных моделей гипотезы.
- 3 Определение потребностей в недостающих сведениях и постановка задачи по их нахождению.
- 4.Расчет и определение уровня существенности возможной ошибки при принятии управленческих решений.

11. Вариант синтеза не применяет метод.

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Группировка данных.
- 2.. Описание
- 3.Гипотетический метод;
- 4.Причинно – следственный анализ.

12. Причинно-следственный анализ предполагает применение метода.

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Экспертные системы.
2. Статистический метод.
- 3.Метод сходства.
- 4.Самообучающиеся алгоритмы.

13. Дезинформация это:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Это способ воздействия на человека, когда ему предоставляется информация, вводящая его в заблуждение относительно истинного положения дел.
2. Это способ воздействия на человека, когда ему предоставляется достоверная информация, относительно истинного положения дел.
3. Это способ воздействия на человека, когда ему не предоставляется информация, относительно истинного положения дел.
4. Это способ воздействия на человека, когда ему предоставляется достоверная информация в избыточном объеме, которую он не в состоянии осознать за короткое время.

14. Не относится к виду дезинформации

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Введение в заблуждение конкретного лица или группы лиц (в том числе и целой нации).
2. манипулирование (поступками одного человека или группы лиц).
3. создание общественного мнения относительно какой-то проблемы или объекта.
4. Сообщение информации не связанной с текущим моментом.

15. Не относится к уровню манипулирования:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Усиление существующих в сознании людей выгодных манипулятору ценностей (идей, установок...).
2. Сообщение нейтральной информации не влияющей текущий момент и ситуацию.
3. Частичное изменение взглядов на то или иное событие или обстоятельство.
4. Кардинальное изменение жизненных установок.

16. В перечень основных направлений стратегического дезинформирования не входит:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Создание иллюзии подготовки крупномасштабных операций на ложном направлении.
2. Широкое освещение «труднопреодолимых» проблем.
3. Объективное освещение дел на предприятии конкуренте в отношении, которого проводятся мероприятия по дезинформации.
4. Организация «утечки» заведомо заниженных или завышенных экономических и производственных показателей.

17. Слухи направленные на недопущение объединения объектов манипулирования называются:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Слухи-желания.

2. Слухи-пугала.
3. Слухи возбуждающие
4. Разобщающие слухи.

18. К основным приемам дезинформирования не относится:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Информационная перегрузка.
2. Правдивое сообщение в официальном СМИ.
3. Смещение.
4. Большая ложь.

19. При выбор способа дезинформирования к неофициальным каналам относятся:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Слухи.
2. Телевидение.
3. Радиоканалы.
4. Газеты.

20. Противодействие распространению дезинформации основанное на возврате информации источнику дезинформации называется:

Тип вопроса: Одиночный выбор

1. Доведение до абсурда.
2. Бумеранг
3. Информационная перегрузка.
4. Воздействие на источник.

