

Конкурентная разведка. Анализ надежности контрагентов и безопасности коммерческих предложений

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 02.07.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Оценка надежности контрагентов и безопасности коммерческих предложений

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука

- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение

Организация работы с информацией. Методология и этапы

- Построение информационно-аналитической работы на предприятии. Понятие «конкурентная разведка», ее цели, задачи и направления. Что такое OSINT? Правовое прикрытие ведения конкурентной разведки. Этичность при сборе информации
- Корректировка методик оценки надежности контрагента в современных условиях экономической и политической ситуации, а также санкционного давления. Оценка возможностей контрагента работать в условиях неопределенности. Тенденции, связанные с закрытием и ограничением доступа к информации;
- Корректировка критериев оценки контрагентов в условиях проведения специальной военной операции. Оценка надежности контрагентов, работающих по параллельному импорту
- Методы сбора информации. Классификация и оценка информации. Принятие управленческих решений в условиях избыточности информации, ее неточности и недостоверности. Принципы работы Big Data. Применение искусственного интеллекта в конкурентной разведке
- Этапы конкурентной разведки. Систематизация работы по сбору информации о контрагенте. Автоматизация и цифровая трансформация процесса сбора и анализа информации
- Субъекты конкурентной разведки. Аутсорсинг информационно-аналитических услуг. Получение информации от детективов, адвокатов, журналистов и т.д.

Ресурсы и их практическое использование

- Обзор основных государственных информационных ресурсов и процедуры работы с ними
- Документы и информация, представляемые контрагентом. Получение информации с сайта организации;
- Обработка неофициальной информации. «Серые» базы данных

- по юридическим и физическим лицам. Использование ресурсов невидимой части интернета для конкурентной разведки
- Особенности получения информации по физическим лицам. Изменения в законодательстве об обработке персональных данных, вступивших в силу в 2024-2026 годах. Особенности обработки персональных данных, разрешенных субъектом персональных данных для распространения. Введение уголовной ответственности за незаконную обработку персональных данных
 - Понятие цифровой след физического лица. Сбор информации о физических лицах в социальных сетях;
 - Обзор международных информационных ресурсов для сбора и анализа информации по зарубежным контрагентам
 - Получение информации «оперативными методами». Применение методов социальной инженерии для получения информации. Мотивация человека на передачу информации. Визуальное наблюдение, осмотр помещений и местности
 - Методы анализа информации. Анализ конкурентной среды. Алгоритм определения надежности контрагентов. Риск-ориентированный подход при оценке надежности организации. Понятие «Due Diligence» в законодательстве
 - Обзор основных информационно-аналитических систем (продуктов), используемых в конкурентной разведке. Формирование корпоративных баз данных

Всесторонняя оценка контрагентов и сделок

- Методы риск-менеджмента, применяемые при оценке надежности контрагента и безопасности коммерческих предложений
- Оценка учредительных документов контрагента. Анализ атрибутов и фирменного стиля. Оценка возможности кризисных ситуаций. Применение на практике эмпирических законов
- Финансовый анализ бухгалтерских документов контрагента с целью определения экономической устойчивости и платежеспособности организации. Оценка надежности контрагента в условиях антикризисного управления
- Анализ контрагента с позиции административных возможностей и регуляторных рисков;

- Оценка контрагента с позиции соблюдения требований антимонопольного законодательства. Антимонопольный комплаенс в законодательстве. Выбор контрагентов на основе конкурсных процедур. Понятие картель и ограничение конкуренции
- Оценка контрагента с позиции санкционных рисков. Информационные ресурсы, позволяющие оценить санкционные последствия сделки
- Анализ безопасности коммерческих предложений и договоров. Изучение инициаторов проекта, их интересы и деловую репутацию. Верификация представителей. Изучение механизма получения прибыли. Анализ первого контакта. Поведенческие аспекты при выявлении ненадежного партнера
- Анализ договора. Оценка ценообразования, контроля качества, конфиденциальности, штрафных санкций и иных условий договора
- Рекомендации по подготовке аналитических справок и отчетов по итогам оценки надежности контрагентов и безопасности коммерческих предложений