

УДК 004.058

DOI: 10.18413/2518-1092-2022-8-1-0-6

**Павлов В.С.
Маслова М.А.**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ МВД**

Севастопольский государственный университет, ул. Университетская, д. 33, г. Севастополь, 299053, Россия

e-mail: vaspavlov1907@gmail.com, mashechka-81@mail.ru

Аннотация

Роль информационных технологий в жизни современного общества является неоспоримо большой. На сегодняшний момент многие политические процессы, а также деятельность государственных органов перемещается в цифровую среду. Большое внимание со стороны государства сейчас уделяется информации, размещаемой на интернет-ресурсах, в том числе и в социальных сетях. С помощью интернет-пространства формируется мнение о деятельности не только отдельного человека или компании, но и целых государств. В связи с вышеизложенным, государственные органы в своей деятельности обращаются к методам работы с информацией, используемым в рамках бизнес-процессов. Популярным направлением стала OSINT или разведка на основе открытых источников, которая приобрела название - конкурентная разведка. Рассмотрим актуальность применения методов конкурентной разведки в деятельности подразделений МВД, отвечающих за освещение деятельности сотрудников полиции в средствах массовой информации, варианты алгоритма проведения поисковых мероприятий и акценты при его реализации.

Ключевые слова: конкурентная разведка; информационный поиск; открытые источники; достоверность информации; шпионаж; информация; методы; принципы

Для цитирования: Павлов В.С., Маслова М.А. Использование методов конкурентной разведки в деятельности пресс-службы МВД // Научный результат. Информационные технологии. – Т.8, №1, 2023. – С. 66-73. DOI: 10.18413/2518-1092-2022-8-1-0-6

**Pavlov V.S.
Maslova M.A.**

**THE USE OF COMPETITIVE INTELLIGENCE METHODS
IN THE ACTIVITIES OF THE PRESS SERVICE
OF THE MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS**

Sevastopol state University, 33 Universitetskaya St., Sevastopol, 299053, Russia

e-mail: vaspavlov1907@gmail.com, mashechka-81@mail.ru

Abstract

The role of information technology in the life of modern society is undeniably large. Today, many political processes, as well as the activities of state bodies, are moving to the digital environment. Much attention from the state is now paid to information posted on Internet resources, including social networks. With the help of the Internet space, an opinion is formed about the activities of not only an individual or a company, but also entire states. In connection with the foregoing, state bodies in their activities refer to the methods of working with information used in the framework of business processes. OSINT, or Open Source Intelligence, has become a popular trend and has become known as Competitive Intelligence. Consider the relevance of the application of competitive intelligence methods in the activities of the departments of the Ministry of Internal Affairs responsible for covering the activities of police officers in the media, options for the algorithm for conducting search activities and emphasis in its implementation.

Keywords: competitive intelligence; information search; open sources; reliability of information; espionage; information; methods; principles

For citation: Pavlov V.S., Maslova M.A. The use of competitive intelligence methods in the activities of the press service of the Ministry of Internal Affairs // Research result. Information technologies. – Т.8, №1, 2023. – P. 66-73. DOI: 10.18413/2518-1092-2022-8-1-0-6

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Прежде чем перейти к вопросу об использовании конкурентной разведки в пресс-службах МВД, необходимо определиться с понятием что такое конкурентная разведка, но официально подтвержденного определения в России нет, поэтому воспользуемся термином предложенным сообществом практиков по конкурентной разведке «Конкурентная разведка – это набор комплекса мер разработанных к работе гражданских методов и используемых приемов работы, предназначенных для государственной разведки. Они должны производить сбор и обработку данных перебирая разные источники для выработки информационной поддержки и формирования управленческих решений. Все действия должны проводиться согласно букве закона, соблюдая этические нормы и результаты деятельности того структурного подразделения, к которым оно применяется, выполняя все эти функции» [1].

Конкурентная разведка подразумевает определенный набор комплекса принятых мер, которые могут применяться как к государственному, так и гражданскому обороту, которые будут рассмотрены и применены для сбора и обработки данных из открытых источников. Цель – формирование конкретных управленческих решений, проводимых согласно действующих законов, нормативных актов, а также этических норм. Ее отличительной особенностью от промышленного шпионажа есть сбор информации только законным образом, из открытых, публичных информационных источников. Как показывает статистика, что большинство информации таковой и является, просто необходимо ее грамотно искать.

Кроме того, в ряде случаев следует учитывать законодательную и правоприменительную практику других стран. Данная необходимость может возникать как при изучении информации об иностранных рынках и рыночных субъектах, так и при использовании интернет-ресурсов, находящихся в юрисдикции других государств [1, 2].

Рассмотрим для чего специалисту по конкурентной разведке необходимо соблюдать этические нормы, хотя они не прописаны в законодательстве и с первого взгляда за их нарушения наказания нет. Можно выделить два аспекта:

1. Репутационный риск. При несоблюдении этики и плохой репутации с таким специалистом не захотят работать в дальнейшем люди и фирмы с хорошей репутацией.
2. Инстинкт самосохранения. При несоблюдении этических норм можно привлечь внимание государства и различных структур [3, 4].

Как же знать, что относится к этическим нормам, а что нет? Этические нормы определяет не специалист, а общество. Поэтому принадлежность специалиста к определенным компаниям с хорошей репутацией, будут положительно влиять на его репутацию.

Конкурентная разведка занимается сбором, хранением и обработкой данных для выработки управленческих решений. Самое ключевое в конкурентной разведке – это качественный и достоверный сбор информации из доступных и проверенных источников. Необходимо не только уметь добыть нужную информацию, но и правильно ее проанализировать и сопоставить со всеми аспектами деятельности фирмы.

Согласно утверждению Андрея Масаловича – эксперта по конкурентной разведке: «Главное в конкурентной разведке ответить на вопрос – что с ней делать?» [5]. Например, в ходе конкурентной разведки была добыта информация о финансовых счетах конкурентной кампании. Далее появляется вопрос, что же делать с этой информацией? Грамотный эксперт проанализирует ее и определит: кто поставщик этой компании, с кем она работает, надежны или нет они в деле и после уже получить результат – стоит ли компании пойти по пути конкурента или нет. Вот это уже и есть грамотная конкурентная разведка, т.е. специалист или группа специалистов помогает руководителю выбрать политику дальнейшего продвижения компании [6].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Можно выделить основные цели и задачи, которые выполняет конкурентная разведка. Выделим основные:

- структуризация управленческих решений на разных уровнях: управленческом, стратегическом,
- анализ и выделение главных целей для улучшения бизнес-возможностей,
- возможность грамотно и своевременно уменьшить, ликвидировать, а главное управлять рисками,
- получение системы раннего предупреждения, т.е. когда появляется возможность заблаговременно проработать необходимые действия, которые помогут лицам, которые ответственные и принимают решения в организации по устранению рисков и ущербу организации, которая может иметь место,
- получение информации по возможных НСД или других различных действий конкурентов, которые пытались получить доступ к закрытой информации данной организации, в том числе есть возможность эти данные получать совместно со службой безопасности.

Все перечисленные цели и задачи являются актуальными и для подразделений правоохранительных органов, осуществляющих взаимодействие со средствами массовой информации [7, 8].

Рассмотрим, чем же чем именно занимается пресс-служба МВД. Она осуществляет непрерывный мониторинг по сети Интернет и различным системам массовых информации для того, чтобы была возможность оперативно и своевременно обнаружить возникшие информационные угрозы, как для обычной организации, работы служб МВД, различных государственных ведомств, штабов по безопасности и ведению боевых действий в информационной войне, которые в нынешнее время являются очень актуальны. Данные действия очень влияют на мировоззрение, психику, настрой людей и любые неправомерные вбросы и даже информация, вырванная с контекста, может очень сильно повлиять как на человека в отдельности, так и на целое государство. Информационная война стала в последние года одним из главных оружия современного мира, так как 85 % людей на планете зависят от телевизоров, СМИ, интернета и получают различную информацию с них, которая очень часто или лживая, или неправильно поднесенная, в связи с чем делаются неправильные выводы и принимаются неграмотные решения.

В свою очередь структуры анализируя полученные сведения, далее определяют степень источника опасности, действий, удара и его последствий. Если же удар был уже выполнен, тогда анализируется конечная цель и нападение на ведомство. После чего пресс-служба уже выполняет полный анализ, по ним делаются выводы и составляются рекомендации к действию руководства [1].

Рассмотрим кому же противостоит МВД в информационном пространстве с помощью пресс-службы МВД. МВД противостоит преступникам и силам, пытающимся дестабилизировать обстановку в государстве.

Рассмотрим, как же ведутся боевые действия в информационной войне. Они могут вестись двумя способами наступательными и оборонительными, т.е. используя методы пропаганды и контрпропаганды.

Контрпропаганду и пропаганду, как разведку и контрразведку можно рассматривать как самостоятельные средства, и как единое средство системы коммуникации. Зачастую контрпропаганда становится частью пропаганды, которая защищает пропаганду от возможных контраргументов оппонента, усиливая ее психологическое воздействие на массовое сознание.

Методы пропаганды направлены на информирования общественности о требуемых идеях о деятельности органов внутренних дел. В свою очередь методы контрпропаганды направлены на дискредитацию идей многочисленных оппонентов органов полиции, разрушения недостоверной и лживой информации и недопущение ее возникновения в будущем. Контрпропаганда и пропаганда делятся на методы:

- явные (когда цель и характер воздействия ведутся открытым способом, и противник их знает, например: агитация, реклама),
- неявные (когда цель и характер воздействия ведутся закрытым способом от противника, например, вирус). [9].

Пример явной пропаганды – это компетентность и профессиональные качества сотрудников органов внутренних, например, новости об изъятии чего-либо, пресечении злоумышленных действий или задержании преступника. Пример информационного вируса – проведения мероприятий по ликвидации незаконного хранения оружия гражданами – предложение о возмездной сдаче оружия и боеприпасов, которые находятся у населения. Данное мероприятие направлено на снижение хранения незаконного оружия и его оборота.

Рассмотрим контрпропаганду — ее задачи, функции, методы и методику. Главная задача контрпропаганды – это постоянное, навязчивое формирование общественного мнения, которое становится для граждан уже явным, стойким и его очень тяжело потом подорвать с помощью пропаганды. Контрпропаганда имеет несколько функций, см. рис. 1.



Рис. 1. Функции контрпропаганды
Fig. 1. Functions of counter-propaganda

Конечно, главной из них является упреждающая функция, которая помогает формировать в сознании граждан ясных идейных позиций о работе внутренних дел, доверие к нему и органам МВД, а также идейным влияниям оппонентов, доверия и веры в них и помощь в любой ситуации. Что касается методики, которая используется контрпропагандой, то это возможность умело определить и выделить все возможные мотивы и различные технологии обмана, а также обучающая – когда общественность сама разоблачает возникающие идеологические провокации оппонентов и выполняемых функций органов МВД.

Методы контрпропаганды:

1) Показать, что истинность дела. То есть показать, что оппонент врет и в итоге его перестанут слушать.

2) Показать «лицо», которое есть врагом органов внутренних и его мотивы такого поведения. То есть доказать общественности что оппонент покрывает преступника и у него есть корыстная цель, хотя он утверждает обратное.

3) Контрнаступление, переходящее в наступление. Когда пытаются устранить противника с помощью атаки другой темой, к которой он не был готов.

Но есть проблема в том, что пресс-служба МВД не может пользоваться всеми методами контрпропаганды и пропаганды, например, черный PR, использование распространяемых всевозможных слухов, придумывании анекдотов и т.д., но она может использовать лояльных журналистов, СМИ и т.д. с помощью:

1) Блокада, игнорирование. То есть просто игнорировать пропаганду, но это стоит делать если риск удара будет не значительный или, когда источник пропаганды не известен, т.к. если она наберет обороты, то ее будет тяжелее остановить.

2) Прямое опровержение. Данный метод редко помогает, в основном применяется для доказательств личной точки зрения до граждан во время дискуссии с оппонентами.

3) Отвлечение. Например, с помощью сенсации, которая привлечет к себе общественное внимание информация представляется так, чтобы МВД выступало не с лучшей стороны.

4) Превентивная пропаганда, контрудар. То есть используются всевозможные аргументы, а также риторика противника. Для этого необходимо попасть в информационное пространство противника и качественно закрепиться в нем.

5) Дискредитация источника информации – задача данной функции – это донести до аудитории нелепость, предвзятость, не имеющее место и несостоятельность с полным непрофессионализмом данных источников.

6) Контр-слухи, т.е. обнародование слухов против того, кто накладывает их на МВД.

7) Демократия шума. В разных источниках еще ее называют – усиленная выдача информации. Выдача компрометирующей информации, которой является информатором пресс-служба МВД или информация не локального порядка [1, 10, 11].

Рассмотрим некоторые принципы пропаганды:

1) Принцип узнаваемости. То есть внедряется в сознание потребителя информации с помощью общественной платформы, с условием, что она не противоречит внутренним установкам потребителя. Примером такого принципа может быть проведение мероприятия каким-то сообществом, но оно не очень выгодно МВД, тогда его преподносят общественности с помощью СМИ таким образом, чтоб желания там поучаствовать не было.

2) Принцип о преваляровании «нашей» точки зрения. Достижением данного есть утверждение своей точки зрения гражданами в СМИ, интернет-сообщениях, комментариях, которые будут поддерживать интересы МВД в рассматриваемом вопросе и тогда даже модные, и продвинутые блогеры не в силах будут навязать свое другое мнение в данном вопросе.

3) Принцип апеллирования к эмоциям. То есть люди воспринимают ту точку зрения, которая ближе им по духу. Следовательно, службам необходимо сделать так, чтоб необходимая информация была преподнесена раньше и в нужном для них ракурсе.

4) Принцип аналоговой памяти или принцип повторения. То есть с помощью постоянного повторения почти одной и той же информации помогает сформировать общественное мнения благодаря тому, что люди к этой информации привыкают. Например, ежедневные новости от пресс-службы МВД о каких-либо фактах.

5) Принцип сенсационности. То есть с помощью сенсации, которая привлечет к себе наибольшее внимание доводим до общественности информацию, которая более выгодна службам.

Также необходимо обратить внимание на следующий принцип пропаганды и контрпропаганды, как доверие к источнику информации. То есть используются источники, которые считаются у общественного мнения истиной, но у таких источников есть и минус - в них нельзя врать и заведомо сфальсифицировать данные.

Приведем несколько приемов пропаганды:

1) Визуализация, наглядность, когда достижением результата есть применение ярких образов, эмоций людей и т.д.

2) Слова-классификаторы – использование определенных ключевых слов, с помощью которых можно вызвать у человека нужные эмоции и яркие образы, например, «героизм» или о наличие у подозреваемого судимости о краже и т.д.

3) Создание аналогий, приклеивание ярлыков. То есть с помощью аналогий вызывать у человека нужные эмоции, например, сравнение сотрудника с какой-то известной личностью.

4) Угроза, устрашение, инициирование страха, т.е. вызывания у людей страха и желания поиска защиты с помощью названия организаций или людей, которые воспринимаются у общественности как враг (например, такая организационная группировка как террористы).

5) Преувеличение или полуправда, т.е. определенные искажение размеров, недоговаривание до конца правдивых фактов, т.е. все выгодные факты акцентируются, а остальные замалчиваются и в итоге с помощью такого способа можно сформировать общественным мнение, но этот способ является стратегическим, т.к. требует много времени. Например, формирование у общественности мнения о тех или иных личностях.

6) Использование медиаторов, т.е. использование авторитета некоторых людей чтобы придать своим словам вес.

7) Локальная безальтернативность, т.е. продвижение идеи, у которой нет альтернативы или есть, но малая часть и она не весомая.

8) Эффект интерактивности, т.е. для продвижения своей точки зрения надо иметь группу поддержки, так как человек принимает в большинстве случаев общественное мнение [12, 13].

Любой поиск информации в интернет обычно производят в поисковых системах, стандартным запросом, web-серфингом. С помощью OSINT помимо стандартных поисков используются многие другие методы как пассивными, так и активными методами сбора информации, которые дают наиболее глубокий и необходимый контент. OSINT в основном пользуется активным методом воздействия на источники информации, аппаратные ресурсы, сайты с помощью программных модулей, специальной техники и даже социальной инженерии. Хотя применение в нем того же пассивного метода есть более емкостным и обширным. Главное, что и как искать, не пользоваться стандартными запросами, а использовать конкретные запросы, например, с заданием расширения файла, указанием города, даты и т.д. OSINT использует к поиску документов не только фото, текст, видео, архивы, а с применением техники получает и их свойства, например: дату и время размещения, дату публикации на сайте или профиле, электронные почты, аккаунты с их характеристиками (даты создания, время, IP-адреса и т.д.).

Всю дополнительную информацию можно получить за счет внешних программ, операционных систем, браузеров, узконаправленных приложений и все это может сделать обычный пользователь. С помощью уже многофункциональных пакетов возможно получить намного больше, но для этого необходимо иметь знания в IT-технологиях [15].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как говорил: Карл фон Клаузевиц: «Исход войны никогда не представляет чего-то абсолютного. Наконец, даже на окончательный, решающий акт всей войны в целом нельзя смотреть как на нечто абсолютное, ибо побежденная страна часто видит в нем лишь преходящее зло, которое может быть исправлено в будущем последующими, политическими отношениями. Насколько такой взгляд должен умерять напряжение и интенсивность усилий – ясно само собой».

Так и в сфере правоохранительных органов, как бы они ни блокировали, ни находили новые и не ликвидировали старые угрозы и различные методы влияния на человеческое мнение, технологии не стоят на месте и интернет завуалировал многие умы человечества, которые слепо верят СМИ, новостям, интернет-пространству, при этом больше 90% людей не проверяют полученную информацию, делятся ей с другими с помощью мессенджеров. Таким образом за день можно распространить множество фейков и нужной информации в свою пользу или в негативную пользу других людей. И правоохранительным органам будет очень сложно после «удалить» у людей данную информацию. А пока СМИ была и есть главным ведущим инструментом формирования большей части общественного мнения [14, 15].

Поэтому СМИ и правоохранительные органы должны держать постоянный контакт, чтобы не было перевеса как в положительную, так и в отрицательную сторону имиджа органов. Положительная установка правоохранительных органов должна стать одной из важных целей для осуществления их профессиональных функций. Так как общество «питается» информацией из СМИ и интернет.

В свою очередь конкурентная разведка позволяет не только грамотно и качественно находить необходимую информацию, но и четко ее систематизировать, уменьшить трудо- и временные затраты для ее получения не только правоохранительным органам, но и обычным пользователям. А так как обычные пользователи очень много выкладывают информации про себя, своих друзей, знакомых или просто любительских видео, которые позволяют службам находить быстро нужную информацию, компрометирующую информацию или иной раз даже секретную. Т.е. конкурентная разведка для правоохранительных органов стала дополнительным современным ресурсом, с помощью которого на основе открытых источников, можно получить любую необходимую информацию как о пользователях, так и об организациях и др. интересных им элементах.

Список литературы

1. Конкурентная разведка [Текст]: учеб. пособие: [в 2 ч.] / под ред. Е.Л. Ющука, А.А. Мальцева; [авт. кол.: Е.Л. Юшук, Д.В. Петряшов, А.В. Кузин и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. - Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. - Ч. 1. - 210 с
2. Романов В.В. Бизнес: особенности конкурентной разведки в России / В.В. Романов, А.М. Потапенко, А.А. Кравцов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2019. № 3 (16). С. 15.
3. Маслова, М. А. Анализ и определение рисков информационной безопасности / М.А. Маслова // Научный результат. Информационные технологии. – 2019. – Т. 4, № 1. – С. 31-37.
4. Юшук Е.Л. Конкурентная разведка: маркетинг рисков и возможностей. М.: Вершина, 2018. С. 65.
5. Масалович А.И. Спецназ информационных войн. <http://lib.itsec.ru/articles2/digital-transformation/spetsnaz-informatsionnyh-voyn>
6. Масалович А. Кибервойна, день первый. Connect 2017, № 7-8.
7. Маслова, М.А. Интернет-мошенничество как угроза информационной безопасности личности / М. А. Маслова, К. Ю. Рыжая // НБИ технологии. – 2019. – Т. 13, № 2. – С. 25-28.
8. Конкурентная разведка: от стратегических шагов до ежедневной работы, URL: <https://companion.ua/293764/> (дата обращения 19.01. 2022)
9. Пашута, В.Л. У истоков Отечественной контрпропаганды / В.Л. Пашута, А.И. Ларькин // Актуальные проблемы физической и специальной подготовки силовых структур. – 2014. – № 4. – С. 19-25.
10. Хлопяников А.М. Проблемы безопасности в условиях социально-экономической трансформации общества / Хлопяников, А.М., Матвиенко, И.О. В сборнике: Проблемы и перспективы подготовки специалиста к профессиональной деятельности в современных условиях. Материалы международной научно-практической конференции. Брянск, 2020. С. 159-162.
11. Calof J., Richards G., Smith J. (2015) Foresight, Competitive Intelligence and Business Analytics – Tools for Making Industrial Programmes More Efficient // Foresight and STI Governance. Vol. 9. № 1. P. 68-81
12. Выборнова О.Н., Носиров З.А. Проведение конкурентной разведки на основе анализа открытых источников. Материалы 2-й Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы повышения эффективности научной работы в оборонно-промышленном комплексе». 2019, Издательство: Астраханский государственный университет, Издательский дом «Астраханский университет»
13. Карл фон Клаузевиц «О войне», URL: <https://www.litmir.me/br/?b=671115&p=7> (дата обращения: 14.01.2022)
14. Ажмухамедов И.М., Выборнова О.Н., Носиров З.А. Получение закрытой информации из открытых источников // Проблемы информационной безопасности. Т. 1. - Ростов-на-Дону: РГЭУ (РИНХ), 2018. - С. 154-157.
15. Федосеев А.Э. Конкурентная разведка в деятельности правоохранительных органов / А.Э. Федосеев, А.Э. Федосеев, И.Н. Архипцев // Преступность в сфере информационных и телекоммуникационных технологий: проблемы предупреждения, раскрытия и расследования преступлений. – 2021. – № 7. – С. 91-96.

References

1. Competitive intelligence [Text]: textbook. manual: [in 2 hours] / edited by E.L. Yushchuk, A.A. Maltsev; [author's Col.: E.L. Yushchuk, D.V. Petryashov, A.V. Kuzin, etc.]; Ministry of Education and Science of the Russian Federation. Federation, Ural State Economy. un-T. - Yekaterinburg: [Publishing house of the Ural State Economy. un-ta], 2015. - Part 1. - 210 p.
2. Romanov V.V. Business: features of competitive intelligence in Russia / V.V. Romanov, A.M. Potapenko, A.A. Kravtsov // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Series: Economics. Sociology. Management. 2019. No. 3 (16). p. 15.
3. Maslova M.A. Analysis and determination of information security risks / M.A. Maslova // Scientific result. Information technology. – 2019. – Vol. 4, No. 1. – pp. 31-37.
4. Yushchuk E.L. Competitive intelligence: marketing of risks and opportunities. M.: Vershina, 2018. p. 65.
5. Masalovich A.I. Special Forces of information wars. <http://lib.itsec.ru/articles2/digital-transformation/spetsnaz-informatsionnyh-voyn>
6. A. Masalovich Cyberwar, day one. Connect 2017, No 7-8.

7. Maslova M.A. Internet fraud as a threat to personal information security / M.A. Maslova, K.Yu. Ryzhaya // NBI Technologies. – 2019. – Vol. 13, No. 2. – pp. 25-28.
8. Competitive intelligence: from strategic steps to everyday work, URL: <https://companion.ua/293764/> (accessed 19.01. 2022)
9. Pashuta V.L. At the origins of the National counter-propaganda / V.L. Pashuta, A.I. Larkin // Actual problems of physical and special training of power structures. – 2014. – No. 4. – pp. 19-25.
10. Khlopyanikov A.M. Security problems in the conditions of socio-economic transformation of society / Khlopyanikov, A.M., Matvienko, I.O. In the collection: Problems and prospects of training a specialist for professional activity in modern conditions. Materials of the international scientific and practical conference. Bryansk, 2020. pp. 159-162.
11. Calof J., Richards G., Smith J. (2015) Foresight, Competitive Intelligence and Business Analytics – Tools for Making Industrial Programs More Efficient // Foresight and STI Governance. Vol. 9. No. 1. P. 68-81.
12. Vybornova O.N., Nosirov Z.A. Conducting competitive intelligence based on the analysis of open sources. Materials of the 2nd All-Russian Scientific and Practical Conference "Problems of increasing the efficiency of scientific work in the military-industrial complex". 2019, Publisher: Astrakhan State University, Publishing House "Astrakhan University".
13. Karl von Clausewitz "About the war", URL: <https://www.litmir.me/br/?b=671115&p=7> (accessed 14.01.2022)
14. Azhmukhamedov I.M., Vybornova O.N., Nosirov Z.A. Obtaining closed information from open sources // Problems of Information security. Vol. 1. - Rostov-on-Don: RSEU (RINH), 2018. - pp. 154-157.
15. Fedoseev A.E. Competitive intelligence in the activities of law enforcement agencies / A.E. Fedoseev, A.E. Fedoseev, I.N. Arkhiptsev // Crime in the field of information and telecommunication technologies: problems of prevention, disclosure and investigation of crimes. – 2021. – No. 7. – pp. 91-96.

Павлов Василий Сергеевич, студент третьего курса кафедры Информационная безопасность Института информационных технологий

Маслова Мария Александровна, старший преподаватель кафедры Информационная безопасность Института информационных технологий

Pavlov Vasily Sergeevich, Third-year Student of the Department Information security, Institute of Information Technologies
Maslova Maria Alexandrovna, Senior Lecturer of the Department Information security Institute of Information Technologies