

КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА В INTERNET

Советы аналитика

НАВИГАЦИЯ
В ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКАХ

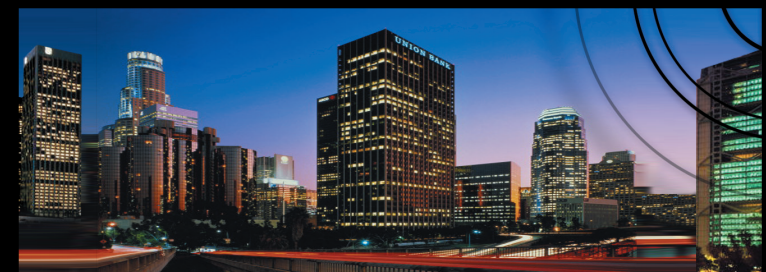
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ
И УДАЛЕННЫХ БАЗ ДАННЫХ

АНАЛИТИЧЕСКАЯ
ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ
В ПРАКТИЧЕСКИХ ПРИМЕРАХ



КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА В INTERNET



Книга посвящена возможностям использования Internet для ведения конкурентной разведки — достаточно новой отрасли информационного бизнеса.

В максимально доступной форме приводится обзор наиболее полезных источников информации. В книге рассматриваются основные поисковые системы и удаленные базы данных, доступные широкому кругу заинтересованных лиц. Описываются простые, но в то же время достаточно эффективные способы их использования. Приводятся некоторые приемы аналитической работы и конкретные примеры их применения для решения практических задач.

Книга предназначена для широкого круга читателей, вынужденных использовать Internet в своей профессиональной деятельности.

www.dmk-press.ru

Internet-магазин: www.aliants-kniga.ru

Книга — почтой:

Россия, 123242, Москва, а/я 20.

Тел.: (495) 258-9194

books@aliants-kniga.ru

Оптовая продажа: «Альянс-книга»

Тел./факс: (495) 258-9195

books@aliants-kniga.ru



ISBN 5-94074-178-9



9 785940 741787

ДУДИХИН В. В.
ДУДИХИНА О. В.



Категория: Internet/работа в сети Internet

Дудихин В. В., Дудихина О. В.

Конкурентная разведка в Internet

Советы аналитика



УДК 004.738.52

ББК 32.973.202

Д81

Дудихин В. В., Дудихина О. В.

Д81 Конкурентная разведка в Internet. Советы аналитика. – М.: ДМК Пресс. – 192 с.: ил.

ISBN 5-94074-178-9

В книге рассмотрены методы получения информации из Internet для ведения конкурентной разведки – достаточно новой отрасли информационного бизнеса. В очень доступной форме описаны некоторые приемы аналитической работы, способы нахождения и использования текстовой информации и примеры их применения для решения практических задач.

Издание предназначено для широкого круга читателей.

Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.

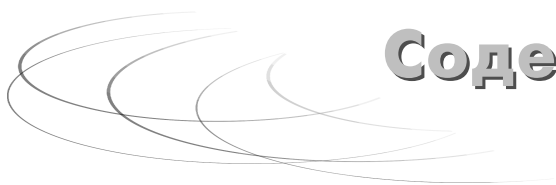
Материал, изложенный в данной книге, многократно проверен. Но, поскольку вероятность технических ошибок все равно остается, издательство не может гарантировать абсолютную точность и правильность приводимых сведений. В связи с этим издательство не несет ответственности за возможный ущерб любого вида, связанный с применением содержащихся здесь сведений.

Все торговые знаки, упомянутые в настоящем издании, зарегистрированы. Случайное неправильное использование или пропуск торгового знака или названия его законного владельца не должно рассматриваться как нарушение прав собственности.

ISBN 5-94074-178-9

© Дудихин В. В., Дудихина О. В.

© ДМК Пресс



Содержание

От авторов	5
Введение	8
Глава 1. Классификация источников информации	14
1.1. Информационные агентства	16
1.2. Средства массовой информации	24
1.3. Специализированные базы данных	39
1.3.1. Информационно-поисковая система «Артефакт»	41
1.3.2. Информационно-аналитическая система «Галактика-Zoom»	46
1.3.3. Информационная система «Россия»	55
1.3.4. Другие информационные системы	61
1.4. Поисковые Internet-системы, Internet-каталоги и метапоисковые системы	64
1.4.1. Классификация поисковых средств	64
1.4.2. Яндекс	73
1.4.3. Апорт	75
1.4.4. Rambler	78
1.5. Обыкновенные Web-сайты	84
Глава 2. Методы и приемы получения информации	89
2.1. Общие положения	89
2.2. Критерии выбора баз данных и поисковых систем	90
2.3. Типовой алгоритм поиска	91

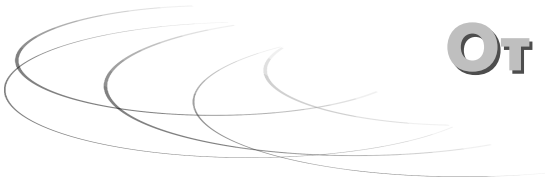
2.4. Основные понятия языков запросов	92
2.4.1. Операнды	92
2.4.2. Скобки	94
2.4.3. Операторы	94
2.4.4. Запрос по полям (зонам)	97

Глава 3. Аналитическая обработка информации 99

3.1. Оценка информации	99
3.2. Методы и приемы аналитической обработки информации	102
3.3. Основные типовые задачи	104
3.3.1. Поиск данных о личности	105
3.3.2. Поиск информации о фирме	120
3.3.3. Поиск информации о политической или общественной организации	123
3.3.4. Аналитические справки о состоянии отраслей промышленности	140
3.4. Идеи Шерлока Холмса – в жизнь	159
3.5. Контент-анализ текстов	161
3.5.1. Простейший контент-анализ	162
3.5.2. Выполнение контент-анализа с помощью системы «Артефакт»	164
3.5.3. Проведение контент-анализа с помощью системы «Галактика-Zoom»	169

Заключение 181

Литература 182



От авторов

Omne ignotum pro magnifico est.
Tacit. «Agricola»¹

Наше пособие адресовано самому широкому кругу читателей и посвящено тому, как лучше и с наименьшими затратами получить информацию с помощью Internet. Надеемся, что оно будет интересно сотрудникам самых разных фирм, занимающихся сбором информации, аналитикам, предлагающим различные стратегии построения бизнеса, и обычным гражданам, желающим узнать как можно больше о нашем прекрасном мире.

Руководителю любого уровня для принятия правильных управленческих решений необходимы логика, интуиция и информация. Допустим, логике можно научиться. Интуиция – чутье от Бога, она или есть или ее нет, а вот информация необходима всем и всегда.

После осознания сказанного возникает вопрос: откуда эффективнее всего можно черпать информацию в настоящее время? Далее выясняется, что информация – продукт скоропортящийся, дорогостоящий, и ее получением и обработкой должен постоянно заниматься квалифицированный персонал. Например, базы данных становятся действительно полезными для решения реальных задач только после того, как их объем перерастает некую критическую границу. Чтобы ее достичь, нужно потратить очень много сил и средств. Это могут позволить себе даже не все крупные компании. Где же выход? До недавнего времени его не существовало. Однако менее десяти лет назад

¹ Все неизвестное представляется величественным (Тацит, «Agricola»).

появился Internet – уникальное явление в человеческой жизни. В его необъятных просторах есть, наверное, вся или почти вся информация. Однако найти ее там далеко не просто.

Эта книга посвящена описанию источников информации в Internet, а также методам и приемам ее поиска и обработки. В настоящее время уже написаны сотни, а может быть, тысячи подобных книг о том, как искать сайты в Internet – некоем самостоятельном и самодостаточном мире. Ведь не секрет, что сегодняшний Internet многим разработчикам высоких технологий напоминает «башню из слоновой кости». Мир, существующий там, скорее, плод фантазии и результат самовыражения молодых и талантливых людей. Очень большая (если не бо́льшая) часть его ресурсов имеет весьма опосредованное отношение к реальной жизни. Это похоже на сладкий миф, идеальное или, наоборот, критическое, негативное представление окружающей нас действительности. Одним словом – виртуальная реальность в полной ее красе. Однако и в Internet имеется сегмент, содержащий полезную для практической жизни информацию. Методам ее нахождения и эффективного использования посвящена наша книга.

Преимущество такого подхода особенно ощутимо для представителей малого и среднего бизнеса. Они получают доступ к колоссальнейшим информационным хранилищам либо почти бесплатно (так как нет необходимости платить за хранение и обновление информации, требуется лишь весьма умеренная сумма за пользование Internet), либо оплатив удаленный доступ к онлайн-базам данных (что на несколько порядков дешевле содержания своего собственного информационного центра).

Рассказывая о *конкурентной разведке* как о совокупности приемов сбора и обработки информации законными и этичными методами, книга в основном посвящена той ее части, которая может быть проведена с помощью Internet. В книге приводится классификация возможных источников информации в Internet:

- информационных агентств;
- средств массовой информации;
- специализированных онлайн-баз данных;
- поисковых систем и каталогов.

Так как в одном небольшом издании невозможно описать все информационные агентства и средства массовой информации, то рассматривались наиболее типичные источники этого класса. Подобным же образом были продемонстрированы принципы применения