Негосударственное образовательное учреждение высшего образования

«Московский институт юриспруденции»

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03 «Стратегический анализ деятельности организации»

Направление: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): «Менеджмент организации»

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры экономики, менеджмента и таможенного дела

28 августа 2023 г., протокол №01

Заведующий кафедрой
доктор экономических наук, профессор Федорова И.Ю.

Подписано цифровой подписью: НОУ ВО "МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ ЮРИСПРУДЕНЦИИ"
DN: ИНН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru, ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г. Москва, STREET="ул. Неглинная, д. 23", O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная налоговая служба
Причина: Я утвердил этот документ, ректор Бойко В.Л.
Дата: 17 Ноябрь 2023 г. 9:25:27

Москва
2023

1. Наименование и цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Стратегический анализ деятельности организации» являются формирование научных представлений о методах стратегического анализа организации, имеющих конкретно практическое содержание, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата

Дисциплина «Стратегический анализ деятельности организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1.

Успешному изучению учебной дисциплины «Стратегический анализ деятельности организации» способствуют знания, умения и владения полученные обучающимися при изучении таких дисциплин, как: «Статистика», «Маркетинг», «Организация, нормирование и оплата труда на предприятии», «Экономика и социология труда», «Менеджмент организации» и другие.

Полученные знания, навыки и умения при изучении дисциплины «Стратегический анализ деятельности организации» обучающиеся смогут использовать при изучении таких дисциплин, как: «Бизнес-планирование в организации», «Стратегический менеджмент в организации», «Управление проектами», «Проектирование организаций», а также при прохождении практики и государственной итоговой аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине «Стратегический анализ деятельности организации» развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением интерактивных лекций по темам: *тема № 3. Комплексный анализ: SWOT-анализ, PEST- анализ, тема № 4. Конкурентный анализ,* проведением групповых дискуссий на практических занятиях, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов по темам: *тема № 7. Анализ эффективности функционирования организации, тема № 8. Анализ конкурентного потенциала,* содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата

3.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы приведен в таблице 1.

Таблица 1

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
Универсальные		
Общепрофессиональные		
Профессиональные		ПК-1 Способен формировать возможные решения на основе разработанных для них целевых показателей ПК-4 Способен осуществлять тактическое управление процессами в организации

3.2 Компетенции и индикаторы их достижения, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Компетенции и индикаторы их достижения, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 2.

Таблица 2

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
ПК-1	ПК-1.2	Анализирует внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации
ПК-4	ПК-4.2	Изучает изменяющиеся внешние и внутренние условия для разработки стратегии организации

3.3 Результаты обучения по дисциплине (модулю)

В результате изучения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- сущность стратегического анализа;
- внешние и внутренние факторы;
- элементы макро и микросреды,
- структур рынков и конкурентной среды отрасли;
- методы анализа для принятия стратегических управленческих решений;
- методики стратегического анализа;
- методологии стратегического анализа и выбора стратегических альтернатив.

Уметь:

- использовать методы и модели стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;
- использовать результаты анализа внешних и внутренних факторов для выбора стратегии организации;
- использовать результаты анализа конкурентов для разработки стратегии;
- определять принадлежность компании к стратегической группе при стратегическом позиционировании;
- оценивать воздействие макро и микро среды на функционирование организаций;

Владеть:

- методами стратегического анализа;
- навыками анализа внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность организации;
- практикой применения стратегического анализа для принятия правленческих;
- навыками количественного и качественного анализа информации при принятии стратегических управленческих решений,
- построения организационно-управленческих стратегических моделей на основе проведения анализа внешних и внутренних факторов.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Дисциплина предполагает изучение 8 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

Формы контроля – **экзамен:** заочная форма обучения на 3 курсе.

4.1. Общий объем учебной дисциплины

№	Форма обучения	Семестр / Курс	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем			Сам. работа	Промеж. аттестация
			в з.е.	в часах	всего	лекции	практ. занятия		
1	Заочная	3 курс	5	180	16	6	10	155	Экзамен – 9

4.2 Распределение учебного времени по темам и видам учебных занятий

4.2.1 Заочная форма обучения

№	Наименование разделов, тем учебных занятий	Всего часов	Контактная работа с преподавателем			Самост. работа	Результаты обучения
			всего	лекции	практ. занятия		
1.	Тема № 1. Стратегический анализ в системе стратегического управления	17	1	1		16	ПК-1.2
2.	Тема № 2. Анализ макросреды (общей среды) микросреды (оперативной среды).	22	2	1	1	20	ПК-1.2
3.	Тема № 3. Комплексный анализ: SWOT-анализ, PEST- анализ.	22	2	1	1	20	ПК-1.2
4.	Тема № 4. Конкурентный анализ	22	2	1	1	20	ПК-1.2 ПК-4.2
5.	Тема № 5. Методики проведения стратегического анализа.	22	2		2	20	ПК-4.2
6.	Тема № 6. Портфельный анализ. Методология портфельного анализа	22	2	1	1	20	ПК-4.2
7.	Тема № 7. Анализ эффективности функционирования организации	22	2		2	20	ПК-4.2
8.	Тема № 8. Анализ конкурентного потенциала	22	3	1	2	19	ПК-1.2
	Экзамен	9					
	Всего по дисциплине	**180**	**16**	**6**	**10**	**155**	

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам

5.1 Темы и содержание лекционных занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание лекционного курса
1.	Тема № 1. Стратегический анализ в системе стратегического управления	Предпосылки возникновения и сущность стратегического управления. Основные этапы стратегического управления. Содержание и взаимосвязь основных этапов стратегического управления.
2.	Тема № 2. Анализ макросреды (общей среды) микросреды (оперативной среды).	Сущность и значение анализа макросреды. Факторы макросреды. Источники получения информации о макросреде. Сущность и компоненты микросреды.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание лекционного курса
		Методы анализа микросреды.
3.	Тема № 3. Комплексный анализ: SWOT-анализ, PEST- анализ.	Назначение комплексного анализа. SWOT- анализ как инструмент обобщения результатов стратегического анализа и формирования поля стратегических ориентиров организации. Понятие и виды конкурентных преимуществ.
4.	Тема № 4. Конкурентный анализ	Сущность конкурентного анализа. Определение набора стратегий в конкурентной борьбе.Бенчмаркинг.
5.	Тема № 5. Методики проведения стратегического анализа.	Отраслевой анализ. Анализ стратегических групп. Анализ стоимостных цепочек.
6.	Тема № 6. Портфельный анализ. Методология портфельного анализа	Методология портфельного анализа Классические модели конкурентного позиционирования:
7.	Тема № 7. Анализ эффективности функционирования организации	Управление организацией как социально-экономической системой. Понятие эффективности экономической системы. Эффективность и цели системы, целевая эффективность. Технологическая (ресурсная) эффективность. Внутренняя эффективность.
8.	Тема № 8. Анализ конкурентного потенциала	Устойчивость конкурентного преимущества. Потенциал ресурсов и способностей организации как источников конкурентных преимуществ.

Литература: основная: 1; дополнительная: 1-2.

5.2 Темы практических занятий

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Тип	Содержание занятий семинарского типа
1.	Тема № 1. Стратегический анализ в системе стратегического управления	С	Подходы к классификации стратегий. Роль и место стратегического анализа в системе стратегического управления.
2.	Тема № 2. Анализ макросреды (общей среды) микросреды (оперативной среды).	С	Методы анализа макросреды. Источники получения информации о микросреде. Модель 5 сил М.Портера.
		ПЗ	PEST-анализ, PEST+M - анализ, STEEP - анализ, PESTEL - анализ
3.	Тема № 3. Комплексный анализ: SWOT-анализ, PEST-анализ.	С	Матрица взаимовлияний. Определение стратегических альтернатив. Ключевые факторы успеха
		ПЗ	Анализ возможностей и угроз. Определение сильных и слабых сторон. Выбор стратегических альтернатив
4.	Тема № 4. Конкурентный анализ	С	Количественные и качественные показатели, характеризующие структуру рынка. Чек-лист конкурентного анализа.
		ПЗ	Методы конкурентного анализа (построение карты стратегических групп, сопоставление цепочек ценностей, оценка конкурентной силы).
5.	Тема № 5. Методики проведения стратегического	С	Анализ **продуктового портфеля компании.** SNW анализ. Модель 7S McKinsey:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Тип	Содержание занятий семинарского типа
	анализа.		Стратегический анализ диверсифицированной компании
6.	Тема № 6. Портфельный анализ. Методология портфельного анализа	С	Матрица БКГ. Матрица Дженерал Электрик - Маккинзи. Матрица Хофера-Шенделя. Матрица Ансоффа. Матрица ADL/LC
		ПЗ	Позиционирование бизнес-единиц в матрицах БКГ и Дженерал Электрик - Маккинзи.
7.	Тема № 7. Анализ эффективности функционирования организации	С	Дихотомия «результативность-эффективность» Ч. Барнарда. Показатели эффективности стейкхолдер- организаций и методы их расчета. Построения организационно-управленческих стратегических моделей на основе проведения анализа
8.	Тема № 8. Анализ конкурентного потенциала	С	Модель структуры рыночного потенциала. Использование зарубежного опыта: Хосин Канри, метод Эйджил

Литература для подготовки к практическим занятиям:
основная: 1; дополнительная: 1-2.

5.3 Пример комплекта заданий для проведения практических занятий по дисциплине

Кейсы (ситуации и задачи с заданными условиями)

Тема 3. Комплексный анализ :SWOT-анализ
Ситуация 1
«Производство джинсовой одежды»»:

Основные отличительные черты джинсовой одежды COLIN’S - реальная цена одежды, доступная людям разных возрастов, профессий и социальных групп; качество и отменный дизайн; использование современных технологий в производстве и дизайне одежды. Ассортимент джинсовой одежды COLIN’S - джинсовые: куртки, рубашки, жилеты, юбки, сарафаны, шорты, комбинезоны; хлопчато- бумажный и шерстяной трикотаж: топы, футболки, толстовки, свитера; верхняя одежда: жакеты, куртки; детская одежда; разнообразные аксессуары; модели авангардного направления.

Diesel - одежда для молодых и дерзких. В настоящее время Diesel, пожалуй, самая молодая компания, получившая признание модной индустрии. Торговая марка Diesel появилась более 20 лет назад, производит кроме джинсовой одежды, повседневную одежду для молодых, а также различные аксессуары.

Если Вы выбираете Diesel, то гарантированно получаете продукцию высокого качества, поскольку покупаете одежду у передовой дизайнерской компанией, лидера в создании новых материалов и методов производства.

Сегодня более 6000 торговых точек и 200 фирменных магазинов компании Diesel представлены более, чем в 80 странах мира.

Торговая марка Diesel предлагает 4 линии одежды:

Diesel Style Lab - высококлассная повседневная одежда, которая стала первым выпуском марки.

D-Diesel - коллекция, которая сфокусирована на одежде из денима.

Diesel Kids - одежда, предназначенная для детей, которые не хотят, чтобы их таковыми считали. Яркие цвета, эксклюзивность, модные линии.

55-DSL - спортивная одежда для любителей приключений и активного отдыха.

GLORIA JEANS - компания-создатель модных джинсовых брендов, успешно осваивающая сегменты одежного рынка модный casual и city life style, - ведет свою историю с конца 80х годов. GLORIA JEANS - это два супербренда: Gee Jay и Gloria Jeans. Gee Jay - модный молодежный

бренд

одежды. Изначально это была марка одежды для мальчиков, затем марка выросла в бренд модной универсальной джинсовой одежды «unisex» для подростков и молодежи, с 2004 года это не только джинсовая одежда, это модный casual и city life style для молодых мужчин и мальчиков. Gloria

Jeans - это идеальная мода по идеальной цене для девушек, молодых женщин и девочек. Девочкам марка гарантирует комфорт и защиту, девушкам - моду и стиль, молодым женщинам дарит отличную одежду на все случаи жизни. Сегодня GLORIA JEANS - это не только одежда для

детей, но и модный, динамичный стиль для активной, идущей в ногу со временем молодежи.

Levi Strauss - известная джинсовая компания. Повседневная одежда, а именно брюки, юбки, куртки, футболки, рубашки, бейсболки, ремни.

Знаменитая джинсовая одежда под маркой <501> заслужила признания у молодежи всего мира.

Levi Strauss известная компания производящая denim, повседневную одежду casual, обувь и аксессуары. Приемущественно это джинсовая одежда. Первые джинсы были сшиты Леви Страусс в 1853 году.

Jeans Symphony. Появившись совсем недавно в 1995 году, компания Jeans Symphony к настоящему времени имеет в своем арсенале пять сетей магазинов: JS Casual, Pierre Cardin Menswear, Camaieu, MUSTANG, Tom Tailor.

JS Casual - то есть Jeans Symphony Casua - отображает стиль коллекций, представленных в магазинах этой сети. В JS Casual можно найти и классические, и модные джинсовые бренды с мировым именем.

Коллекции всегда дополнены актуальными аксессуарами и обувью. В магазинах можно найти повседневную одежду известных мировых брендов, таких как: G-Star, Diesel, Pepe Jeans, Pierre Cardin Jeanswear, Mustang, Firetrap, CK Jeans, Lee, Wrangler, Guess, Levi's, Tom Tailor, Pioneer, Gin Tonic, Big Star, Ben Sherman, Buffalo by David Bitton, Kowalsky, Mioko & Fresh и т.д.

MUSTANG - Одежда немецкой марки MUSTANG продается в 44 странах и с каждым днем становится популярней. В MUSTANG отлично сочетаются классика и самые модные идеи для тех, кто хочет выразить в одежде новый жизненный стиль и новые эмоции. MUSTANG

- в авангарде мировой моды. Это - первые женские модели джинсов, первые джинсы из вельвета, первые стрейчевые джинсы в Европе. Сегодня MUSTANG предлагает полноценные мужские и женские коллекции, включающие в себя джинсовую одежду, куртки, юбки, платья, свитера, белье, обувь и аксессуары.

Pierre Cardin Menswear - марка классической и повседневной мужской одежды, предлагает комфорт, стиль, качество и носит имя великого кутюрье - мэтра французской моды Пьера Кардена.

Tom Tailor. Компания Tom Tailor строго контролирует качество выпускаемой одежды, благодаря чему эта торговая марка стала одним из ведущих поставщиков одежды. Дизайнеры Tom Tailor создают модели одежды для динамичных людей, ведущих активный образ жизни. Каждая новая коллекция Tom Tailor отражает самые последние тенденции моды.

Вопросы к ситуации:

1. Каковы конкурентные преимущества организаций, предлагающих одежду?
2. Используя приведенные в статье сведения, а также информацию из других источников проведите SWOT-анализ организаций.
3. Какие рекомендации Вы могли бы дать организациям по развитию их бизнеса?

Тема 4. Конкурентный анализ

Ситуация 2.

На рисунке представлена карта стратегических групп конкурентов в розничной торговле ювелирными изделиями.

Размеры окружностей приблизительно пропорциональны рыночным долям каждой группы конкурентов.

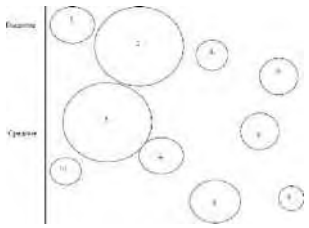

Рис.1 Карта стратегических групп конкурентов в розничной торговле ювелирными изделиями.

1 Мелкие независимые ювелиры

2 Общенациональные, региональные и местные ювелирные фирмы и магазины ювелирных товаров (около 10 тыс. фирм, включая такие широко известные, как Tiffany's и Cartier)

3 Дорогие престижные магазины (Saks Fifth Avenue, Neiman-Marcus, Nordstrom's, Parisian)

4 Крупные универмаги(Macy's? Jordan-Marsh, Dillard's, Blomingdale's, May, Marshall-Field's, Rich's, Dayton-Hudson, Lazarus)

5 Общенациональные сети ювелирных магазинов (Carlyle & Co, Gordon's) Местные ювелиры (около 10 тыс. магазинов)

6 Сети розничных магазинов (J. C. Penney, Sears, Montgomery-Ward)

7 Продающие в кредит ювелиры (lorch's, Kay's, Busch's)

8 Магазины, торгующие по каталогам (Service Merchandise) Магазины, продающие по ценам ниже рыночных (mervin's, Cohoes(N. Y.), Marshall's)

9 Магазины сниженных цен(Kmart, Target, Wal-Mart, Venture)

10 Уличные продавцы.

Вопросы к ситуации:

1 Какие организации являются более явными конкурентами?

2 Какие организации можно объединить в стратегические группы конкурентов?

3 Можно ли применить данную матрицу для розничной торговли ювелирными изделиями Вашего региона?

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа направлена на формирование готовности к самообразованию, создания базы для непрерывного образования, развития созидательной и активной позиции обучающегося.

Самостоятельная работа обучающихся включает работу с учебной литературой, конспектирование и оформление записей по лекционному курсу, завершение и оформление практических работ, подготовку к практическим работам (сбор и обработка материала по предварительно поставленной проблеме).

Виды самостоятельной работы:

1. Чтение основной и дополнительной литературы.
2. Самостоятельное изучение материала по литературным источникам.
3. Работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы.
4. Поиск необходимой информации в сети Интернет.
5. Конспектирование источников.
6. Реферирование источников.
7. Выполнение заданий проблемно-тематического курса по дисциплине.
8. Подготовка к промежуточной аттестации.

6.1 Темы рефератов, докладов и эссе

Темы рефератов

1. Анализ внешней среды прямого и косвенного воздействия.
2. Анализ сильных и слабых сторон организации.
3. Анализ конкурентоспособности продукции и организации
4. Анализ альтернатив выбора стратегии
5. Анализ политических и экономических факторов.
6. Метод SPACE (Strategic Position and AQion Evaluation)
7. Развитие портфельных методов: Модель Hofer/Schendel. ,
8. Модель Shell/DPM
9. Модель VRIO Дж. Барни.
10. Модифицированный VRIO-анализ стейкхолдер-организации.
11. Стратегический анализ издержек
12. Корпоративный профиль организации

Темы докладов и презентаций

1. Информационный проект (доклад)
2. Практическая методология стратегического анализа
3. Проблемы использования стратегического анализа в России?
4. Драйверы начала процесса стратегического планирования
5. Сессии стратегического планирования как форма организации разработки стратегии
6. Технологии опросов на этапе стратегической диагностики
7. Методы и технологии стратегического анализа активов корпорации: проблемы применения
8. Методы и технологии стратегического анализа: проблемы применения
9. Реконструкция цепочки ценностей или экономия в ее звеньях?
10. Проблемы информационного обеспечения процесса стратегического аудита
11. Использование консалтинга в стратегическом управлении российскими компаниями
12. Экспертные оценки в стратегическом анализе: методы получения, обработка, ограничения, применение
13. Технологии стратегического финансового анализа (на материалах конкретной организации)
14. Как можно дополнить конкурентный анализ М.Портера
15. Новые возможности портфельного анализа.

6.2 Темы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание самостоятельной работы
1.	Тема № 1. Стратегический анализ в системе стратегического управления	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Предпосылки развития стратегического менеджмента на российских предприятиях. Связь стратегического и управленческого анализа. Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
2.	Тема № 2. Анализ макросреды (общей среды) микросреды (оперативной среды).	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Особенности изменения внешней среды в условиях турбулентности и неопределенности. Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
3.	Тема № 3. Комплексный анализ: SWOT-анализ, PEST-анализ.	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Метод SPACE (Strategic Position and AQion Evaluation) как альтернатива: SWOT-анализу Выполнение индивидуального задания по теме занятия.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание самостоятельной работы
4.	Тема № 4. Конкурентный анализ	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Виды конкурентных рынков, основные критерии. Закон «жертвы» Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
5.	Тема № 5. Методики проведения стратегического анализа.	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: EFAS форма, Сценарное планирование. Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
6.	Тема № 6. Портфельный анализ. Методология портфельного анализа	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Развитие портфельных методов: Модель Hofer/Schendel., Модель Shell/DPM Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
7.	Тема № 7. Анализ эффективности функционирования организации	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Стратегический анализ издержек Корпоративный профиль организации Выполнение индивидуального задания по теме занятия.
8.	Тема № 8. Анализ конкурентного потенциала	Подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям). Изучение теоретического материала: Модель VRIO Дж. Барни. Модифицированный VRIO-анализ стейкхолдер-организации. Выполнение индивидуального задания по теме занятия.

6.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
Занятия лекционного типа	В процессе занятия лекционного типа обучающийся должен усвоить и законспектировать название темы, учебных вопросов и основные блоки теоретического материала, то есть, сделанные преподавателем теоретические посылки (гипотезы), их аргументацию и выводы. В случае, если какое – либо положение не совсем понятно обучающемуся или представляется недостаточно убедительным целесообразно задавать преподавателю уточняющие вопросы. Наличие у обучающегося конспекта лекции обязательно. Материалы лекции являются основой для подготовки к практическим занятиям. Для эффективности обучения в ходе участия в занятии лекционного типа следует писать конспект лекций. Написание конспекта лекций требует соблюдения ряда правил: краткость, схематичность, последовательность фиксации основных положений, выводов, формулировок, обобщений; необходимо помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Важно проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, выделить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на занятии семинарского типа.
Занятия семинарского типа (практические занятия)	Основной целью практических занятий является контроль усвоения пройденного материала, хода выполнения обучающимися самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению, заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных обучающимися докладов и сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми обучающимися группы. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, изучение рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Самостоятельная работа /индивидуальные задания	Самостоятельная работа преследует цель закрепить, углубить и расширить знания, полученные обучающимися в ходе аудиторных занятий, а также сформировать навыки работы с научной, учебной и учебно – методической литературой, развивать творческое, продуктивное мышление обучаемых, их креативные качества. Изучение основной и дополнительной литературы является наиболее распространённой формой самостоятельной работы обучающихся применяется при рассмотрении всех тем. Результаты анализа основной и дополнительной литературы в виде короткого конспекта основных положений той или иной работы отражаются в рабочей тетради, что даёт основания в отдельных источниках называть эту форму самостоятельной работы «заполнением рабочей тетради». Следует учитывать, что в ряде случаев изучение литературы осуществляется в процессе подготовки обучающихся к занятиям семинарского типа, в ходе выполнения курсовых работ и написания эссе, подготовки реферативного обзора. В данном случае самостоятельный отчёт о проделанной работе не требуется. В случае, если изучение конкретной темы не предусматривает перечисленных форм, то результаты изучения литературы отражаются в рабочей тетради и представляются преподавателю для проверки. При выполнении заданий практического характера необходимо следовать предложенному алгоритму выполнения задания. При необходимости (в ходе решения проблемных, поисковых и исследовательских задач) на основе имеющихся знаний и учений самостоятельно разрабатывать алгоритм решения поставленной задачи.
Реферат/ доклад, эссе, курсовая работа	*Реферат*: Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться с требованиями к структуре и оформлению реферата. *Структура и содержание реферативного обзора.* Реферативный обзор на выбранную тему выполняется, как правило, по следующим периодическим изданиям за последние 1-2 года, а также с использованием аналитической информации, публикуемой на специализированных интернет-сайтах. По каждой статье оформляется реферативная справка по следующему плану: 1. Автор (Ф.И.О.), сведения об авторе (место работы, должность, ученая степень); 2. Название статьи или материала; 3. Проблема, которую рассмотрел автор в статье; 4. Актуальность проблемы;

Вид учебных занятий	Методические указания для обучающихся
	5. Содержание проблемы; 6. Какое решение проблемы предлагает автор; 7. Прогнозируемые автором результаты; 8. Выходные данные источника (периодическое издание: название, год, месяц, страницы; адрес электронного ресурса). 9. Отношение обучающегося к предложению автора. Объем справки по одной статье с точным указанием названия статьи и источника составляет 1–2 страницы. В заключительной части обзора обучающийся дает короткое (0,5–1 страница) резюме обо всех отреферированных статьях. *Курсовая работа*: изучение научной, учебной, нормативной и другой литературы. Отбор необходимого материала; формирование выводов и разработка конкретных рекомендаций по решению поставленной цели и задачи; проведение практических исследований по данной теме. Инструкция по выполнению требований к оформлению курсовой работы находится в методических материалах по дисциплине.
Подготовка к экзамену (зачету)	При подготовке к экзамену (зачету) необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Фонд оценочных средств для текущего контроля

7.1.1 Средства оценивания в ходе текущего контроля

– собеседования в ходе практических занятий по вопросам, указанным в п. 5.2;
– обсуждение рефератов, рекомендованных для самостоятельной работы по темам, указанным в п. 6.1;
– доклады и контрольные вопросы в ходе практических занятий, указанным в п. 5.2.

7.1.2 Примеры тестов для проверки текущих знаний обучающихся

1. Основная цель функциональной стратегии:
   а) разработка миссии организации
   б) разработка целей и задач в подразделениях организации +
   в) определение сроков реализации продукции
   г) выявление потребностей персонала

2. Стратегия низких издержек особенно успешна, если:
   а) эластичность спроса по цене высока +
   б) эластичность спроса по цене низка
   в) эластичность спроса по цене нулевая
   г) издержки в основном состоят из издержек на заработную плату

3. Стратегия дифференциации особенно успешна:
   а) в условиях массового спроса +
   б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара +
   в) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности

г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу

4. Стратегия сегментации особенно успешна при:
   а) торговле однородным товаром +
   б) производстве товаров массового спроса
   в) оказании элитных услуг
   г) организации торговли в маленьком городе

5. Основные элементы стратегии:
   а) система целей +
   б) производство
   в) маркетинг
   г) рынок
6. Основная задача инновационной стратегии:
   а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
   б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
   в) разработка и внедрение новой продукции +
   г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

7. Основная задача производственной стратегии:
   а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
   б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
   в) развитие и модернизация производства +
   г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

8. Основная задача инвестиционной стратегии:
   а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов +
   б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
   в) реконструировать существующее производство
   г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

9. Основная задача маркетинговой стратегии:
   а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
   б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
   в) реконструировать существующее производство +
   г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

10. Основная задача внешнеэкономической стратегии:
   а) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
   б) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
   в) реконструировать существующее производство
   г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров +

7.2 Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации.

7.2.1 Вопросы для промежуточной аттестации

1. Понятие стратегии, уровни разработки стратегических решений
2. Сущность и содержание стратегического анализа
3. Краткая характеристика факторов макросреды бизнеса
4. Методы стратегического анализа макросреды
5. Основные экономические характеристики отрасли
6. Структурный анализ отрасли. Модель пяти сил М. Портера
7. Подходы к определению границ отраслевого анализа
8. Карта стратегических групп как инструмент анализа конкурентов
9. Анализ конкурентов по четырем диагностическим компонентам М. Портера.
10. Стратегический анализ и сегментация потребителей

№	Вопросы	Ответы
1.	Понятие стратегии, уровни разработки стратегических решений	Стратегия — это план действий, который разрабатывается для достижения определенных целей и обеспечения долгосрочного успеха организации. Она определяет общие направления и принципы работы, а также включает в себя выбор оптимальных путей и методов достижения поставленных целей. Уровни разработки стратегических решений: 1. Корпоративный уровень 2. Бизнес-уровень 3. Функциональный уровень Каждый уровень стратегического планирования взаимосвязан и влияет на другие уровни. Организация должна разрабатывать стратегии на всех трех уровнях, чтобы обеспечить согласованность и эффективность деятельности.
2.	Сущность и содержание стратегического анализа	Стратегический анализ — это процесс изучения внутренних и внешних факторов организации, чтобы определить ее текущую позицию и возможности для разработки эффективной стратегии. Он предшествует разработке стратегического плана и включает в себя следующие основные аспекты: 1. Анализ внешней среды 2. Анализ внутренних ресурсов и способностей 3. Анализ конкурентной позиции 4. Анализ ожидаемых изменений В результате стратегического анализа формулируются основные выводы, которые могут служить основой для разработки стратегии организации. Он помогает выявить проблемы, достоинства и возможности организации, а также определить направления действий для достижения поставленных целей.
3.	Краткая характеристика факторов макросреды бизнеса	Факторы макросреды бизнеса включают широкий спектр внешних факторов, которые оказывают влияние на деятельность организации. Они отражают состояние экономики, политическую обстановку, социальные тенденции, технологические изменения и другие аспекты, которые могут повлиять на бизнес-процессы. Краткая характеристика основных факторов макросреды бизнеса включает:

		1. Политические факторы 2. Экономические факторы 3. Социокультурные факторы 4. Технологические факторы 5. Экологические факторы Каждый из этих факторов макросреды может оказывать непосредственное или косвенное влияние на бизнес-среду и развитие организации. Понимание этих факторов позволяет предвидеть изменения и адаптировать стратегии и подходы организации для достижения успеха.
4.	Методы стратегического анализа макросреды	Для анализа макросреды и выявления факторов, которые могут повлиять на бизнес-среду, можно использовать следующие методы стратегического анализа: 1. PESTEL-анализ: это метод, который позволяет изучить политические, экономические, социальные, технологические, экологические и юридические факторы, оказывающие влияние на организацию. 2. SWOT-анализ: хотя SWOT-анализ обычно используется для анализа внутренней среды организации, он также может быть полезен для изучения макросреды. 3. Сценарное планирование: этот метод предполагает разработку различных сценариев будущего, основанных на возможных изменениях в макросреде. 4. Анализ конкурентов: изучение конкурентной среды является важным аспектом стратегического анализа макросреды. 5. Анализ потребителей: изучение потребительского поведения и требований также является важным методом анализа макросреды. Эти методы стратегического анализа помогают организациям лучше понять макросреду и ее влияние на бизнес-процессы. Они помогают выявить возможности и угрозы, а также разработать стратегии, которые помогут организации быть готовой к переменам и достичь своих целей.
5.	Основные экономические характеристики отрасли	Основные экономические характеристики отрасли могут включать следующие аспекты: 1. Рыночный объем и тенденции роста: это размер рынка отрасли и его потенциал для дальнейшего развития. 2. Конкурентная структура: описывает конкурентную ситуацию в отрасли, включая количество и мощность конкурентов, степень концентрации рынка и типы конкурентных стратегий, которые используются. 3. Технологический прогресс: отрасли сильно зависят от технологического прогресса, так как новые технологии могут менять спрос, производственные процессы и подходы к маркетингу. 4. Барьеры к входу и выходу: рассматриваются факторы, которые могут затруднить вход на рынок новым игрокам или сократить возможность выхода

		из отрасли. 5. Степень вертикальной интеграции: отрасли могут различаться по степени вертикальной интеграции, то есть насколько компании находятся под одним руководством и контролем на разных стадиях производства или сервисного обслуживания. 6. Цикличность и сезонность: отрасли могут подвержены цикличности или сезонности спроса. Эти экономические характеристики помогают понять основные аспекты функционирования отрасли, ее потенциал для роста и прибыльности, а также конкурентные и рыночные условия.
6.	Структурный анализ отрасли. Модель пяти сил М. Портера	Структурный анализ отрасли – это метод, разработанный Майклом Портером, который позволяет исследовать конкурентную силу и привлекательность отрасли. Он основан на модели пяти сил, которые влияют на конкурентное положение и прибыльность компании. 1. Сила конкурентов в отрасли 2. Угроза появления новых конкурентов 3. Угроза заменителей 4. Позиция поставщиков 5. Влияние покупателей Структурный анализ отрасли и модель пяти сил М. Портера помогают понять конкурентное положение компании и определить возможности и угрозы внутри отрасли. Он может быть использован для разработки стратегий, принятия решений о входе на новые рынки или изменении бизнес-модели.
7.	Подходы к определению границ отраслевого анализа	Определение границ отраслевого анализа является важным шагом в проведении структурного анализа отрасли. 1. Метод продукта/услуги: этот подход основан на классификации по виду предлагаемых продуктов или услуг. 2. Метод клиента/рынка: в этом подходе границы отрасли определяются на основе сегментации клиентов или рыночных сегментов. 3. Метод конкурентов: при использовании этого подхода границы отрасли определяются на основе конкуренции между компаниями и организациями. 4. Метод вертикальной интеграции: в этом подходе границы отрасли определяются на основе уровня вертикальной интеграции в производственной цепочке 5. Метод ключевых компетенций: данный подход фокусируется на ключевых навыках, технологиях или компетенциях, которые делают компанию успешной или конкурентоспособной. Выбор метода определения границ отраслевого анализа зависит от целей и объема исследования. В некоторых случаях может быть полезно комбинировать несколько подходов для получения более полного и точного представления о структуре отрасли.

8.	Карта стратегических групп как инструмент анализа конкурентов	Карта стратегических групп является инструментом анализа конкурентов и позволяет визуализировать конкурентную структуру отрасли. Она помогает выявить различные сегменты или группы конкурентов, которые принимают похожие стратегические решения и имеют схожее положение на рынке. Карта стратегических групп включает основные компоненты, такие как: 1. Оси: на карте стратегических групп используются две оси, которые отображают ключевые факторы конкуренции в отрасли. 2. Круги или точки: каждый конкурент отражается на карте с помощью круга или точки, где его позиция определяется по значениям на осях. 3. Линии связи: линии связи между конкурентами на карте указывают на их взаимосвязь и взаимодействие на рынке. Преимущества использования карты стратегических групп в анализе конкурентов: 1. Идентификация конкурентных групп 2. Анализ стратегий 3. Выявление потенциальных слабостей и возможностей 4. Прогнозирование изменений в отрасли В целом, карта стратегических групп является полезным инструментом для проведения анализа конкурентов, который помогает визуализировать и понять структуру и динамику конкуренции в отрасли.
9.	Анализ конкурентов по четырем диагностическим компонентам М. Портера.	Майкл Портер выделил четыре диагностических компонента для анализа конкурентов, которые позволяют более глубоко изучить структуру и динамику конкуренции в отрасли. Эти компоненты включают: 1. Угроза новых конкурентов: анализируется вероятность появления новых компаний на рынке и их потенциал для конкуренции с существующими игроками. 2. Угроза заменителей: рассматривается возможность замены продуктов или услуг, предлагаемых в отрасли, на альтернативные решения или технологии. 3. Власть поставщиков: анализируется влияние поставщиков на отрасль, так как они могут контролировать доступ к необходимым ресурсам и влиять на цены и условия сделок. 4. Власть покупателей: оценивается влияние покупателей на отрасль, их способность влиять на цены, требования и условия сделок Анализ конкурентов по этим диагностическим компонентам позволяет понять структуру и динамику конкуренции в отрасли, выявить уязвимые места или потенциальные возможности для компании. Он помогает определить стратегические факторы, которые могут быть использованы для

		достижения конкурентного преимущества и разработки эффективной стратегии.
10.	Стратегический анализ и сегментация потребителей	Стратегический анализ и сегментация потребителей – это два взаимосвязанных процесса, которые помогают организациям лучше понять свою целевую аудиторию и разработать эффективные стратегии маркетинга. Стратегический анализ включает в себя осмотр внешних и внутренних факторов, которые могут повлиять на организацию. В рамках стратегического анализа изучаются макросреда, отраслевая конкуренция, ключевые компетенции и другие факторы, которые могут влиять на бизнес-процессы. Результаты стратегического анализа могут использоваться для формулирования стратегии организации. Сегментация потребителей – это процесс деления рынка на подгруппы (сегменты) с общими характеристиками и потребностями. Цель сегментации потребителей заключается в том, чтобы понять различные группы потребителей и разработать маркетинговые стратегии, которые наилучшим образом удовлетворят их потребности. Сегментация может производиться на основе различных факторов, таких как география, демография (возраст, пол, доход), психография (интересы, ценности) и поведение потребителей.

7.2.2 *Тестирование промежуточной аттестации*

1. Соотношение стратегического планирования и стратегического менеджмента:
а) стратегический менеджмент — это разработка стратегического плана и управление стратегическими изменениями
б) стратегическое планирование — элемент стратегического менеджмента +
в) стратегический менеджмент и стратегическое планирование объединяются в стратегическом маркетинге

2. Вертикальная интеграция:
а) увеличивает капитальные вложения в ту отрасль, где работает компания +
б) обеспечивает свободу выбора поставщиков
в) позволяет использовать опыт фирмы в разных сферах бизнеса
2. Среднесрочным целям соответствует плановый горизонт сроком в:
а) 5-10 лет
б) 3-5 лет +
в) 1 год

3. Совокупность способностей работников (знаний, умений, ценностей, навыков и т.д.) и возможностей их раскрытия, развития и использования – это … потенциал организации:
а) технологический
б) экономический
в) интеллектуальный +

4. Одна из стадий технологического процесса стратегического управления:
а) стадия реализации стратегии +

б) стадия математического анализа
в) стадия обдумывания стратегии

5. Соотношение понятий «стратегический план» и «долгосрочный план»:
а) стратегический план — это разновидность долгосрочного плана
б) долгосрочный план определяет сроки и объекты выполнения стратегических целей и задач +
в) долгосрочный и стратегический план — это одно и то же

7. К числу характеристик отраслевой привлекательности при проведении стратегического анализа относится:
а) нестабильность конкуренции в отрасли
б) нестабильность спроса
в) потенциальный размер рынка +

10. Для таких альянсов характерно заключение соглашения о сотрудничестве между компаниями без их слияния:
а) политических
б) стратегических +
в) функциональных

11. Стремление компании к уникальности в каком-либо отношении, важном для клиентов, является:
а) дифференциацией +
б) дезинтегрированием
в) дифференциальностью
12. Организации находятся в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания, так ли это:
а) отчасти
б) да +
в) нет

13. Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне, так ли это:
а) да +
б) отчасти
в) нет

14. Процесс постановки целей в стратегическом менеджменте происходит:
а) сверху вниз и по горизонтали
б) снизу вверх
в) сверху вниз +

15. Миссия компании должна определять:
а) сферу деятельности компании +
б) стратегические и финансовые цели
в) ожидаемые издержки и прибыль
16. Определение потребностей покупателя, групп покупателей, технологического и функционального исполнения, — это определение … деятельности:
а) матрицы
б) сферы +
в) плана

17. Процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства:
а) дифференциация

б) сегментирование
в) диверсификация +

18. Родственные предприятия объединяются в …-группу, управление которой передается одному лицу:
а) план
б) бизнес +
в) макси

19. Ресурсы и организационные характеристики становятся сильными сторонами, если они представляют собой … и даже лидерства в отрасли:
а) управленческий потенциал
б) технологический потенциал
в) потенциал конкурентного преимущества +

20. Соглашения о сотрудничестве между компаниями без их слияния:
а) стратегические базы
б) стратегические альянсы +
в) стратегические стимулы

21. Воздействие технологических факторов среды можно оценивать как процесс созидания нового и … старого:
а) разрушения +
б) модернизации
в) воспроизводства

22. Как называется стратегия в отношении финансов по отдельному виду деятельности компании:
а) корпоративная
б) функциональная +
в) операционная

23. Сценарный анализ интегрирует данные анализа внешней и внутренней среды компании, так ли это:
а) отчасти
б) нет
в) да +

24. Ассортиментный набор, предлагаемый в рамках стратегии лидерства по издержкам:
а) удовлетворение особых нужд сегмента
б) качественный базовый продукт +
в) гармоничная номенклатура

25. Важным элементом организационной культуры является … этических норм и ценностей:
а) план
б) индивид
в) система +

26. Совокупность направленной и адаптированной стратегии – это такая стратегия:
а) возникающая
б) реальная +
в) реактивная

27. Условия, при выполнении которых фокусирование обеспечивает компании конкурентные преимущества, — это условия … фокусирования:
а) целесообразности +
б) нецелесообразности
в) планового

28. К факторам мезосреды относится:
а) планировщики
б) производство
в) поставщики ресурсов +

29. Фактор внешней среды, за которым организация должна следить в области науки, техники и передовых технологий
а) экономический фактор
б) рыночный фактор
в) технический фактор

30. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий ее развития, это:
а) стратегическое планирование
б) стратегия
в) SWOT – анализ +
стратегическое управление

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная литература

1. Ушакова, О. А. Стратегическое планирование : учебное пособие / О. А. Ушакова, О. А. Иневатова, С. А. Дедеева. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 258 с. — ISBN 978-5-7410-1342-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/54161.html

8.2 Дополнительная литература

1. Бозо, Н. В. Территориальное планирование. Часть I. Стратегическое планирование : учебное пособие / Н. В. Бозо. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. — 211 с. — ISBN 978-5-7782-2301-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/45043.html
2. Методы и модели стратегического управления предприятием / Е. В. Акимова, Д. А. Акимов, Е. В. Катунцов, А. Б. Маховиков. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 183 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/47670.html Селезнева, Ж. В. Стратегическое планирование развития городского хозяйства : учебное пособие / Ж. В. Селезнева. — Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 118 с. — ISBN 978-5-9585-0511-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/20521.html

8.3 Периодические издания для направления Менеджмент:

1. Вопросы экономики

2. Российская газета

8.4 Электронные библиотечные системы, электронные образовательные ресурсы и базы

1. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) «ZNANIUM.COM»**
   Режим доступа**: http://www.znanium.com/**
   Авторизация по логину и паролю, полученному в библиотеке.
   Доступ возможен с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

2. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) «IPR BOOKS»**
   Режим доступа: **https://** www.iprbookshop.ru /
   Авторизация в читальном зале библиотеки и далее доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

3. **Справочная Правовая Система КонсультантПлюс**
   Режим доступа**: http://www.consultant.ru/**
   Доступ в компьютерных классах, учебном зале судебных заседаний, читальном зале библиотеки.

4. **Справочная Правовая Система Гарант**
   Режим доступа**: http://www.garant.ru/**
   Доступ в компьютерных классах, учебном зале судебных заседаний, читальном зале библиотеки.

5. **Президент Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/page3.html**
   Доступ свободный

6. **Правительство Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/ministry/isp-vlast44.html**
   Доступ свободный

7. **Федеральное собрание Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.gov.ru/main/page7.html**
   Доступ свободный

8. **Счетная палата Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://audit.gov.ru/**
   Доступ свободный

9. **Генеральная прокуратура Российской Федерации**
   Режим доступа: **http://www.genproc.gov.ru/**
   Доступ свободный

10. **Уполномоченный по правам человека в Российской Федерации**
    Режим доступа: **http://ombudsmanrf.org/**
    Доступ свободный

11. **Официальный сайт мэра Москвы**
    Режим доступа: **https://www.mos.ru/**
    Доступ свободный

12. **Московская городская Дума**
    Режим доступа: **https://duma.mos.ru/ru/**

Доступ свободный

13. **Правительство Московской области**
Режим доступа: **https://mosreg.ru/**
Доступ свободный

14. **Московская областная Дума**
Режим доступа: **https://www.mosoblduma.ru/**
Доступ свободный

15. **Федеральный информационный фонд стандартов (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.gostinfo.ru/pages/Maintask/fund/**
Доступ свободный

16. **Портал открытых данных Российской Федерации (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://data.gov.ru/**
Доступ свободный

17. **Федеральная государственная информационная система территориального планирования (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **https://fgistp.economy.gov.ru/**
Доступ свободный

18. **База предприятий, компаний и организаций РФ по различным областям деятельности**
Режим доступа: **http://www.baza-r.ru/enterprises/**
Доступ свободный

19. **База данных по культурным ресурсам, культурным наследиям Министерства культуры РФ**
Режим доступа: **http://opendata.mkrf.ru/opendata/**
Доступ свободный

20. **Информационно-справочная система Административно-управленческого портала**
Режим доступа: **http://www.aup.ru/**
Доступ свободный

21. **База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства**
Режим доступа: **https://ofd.nalog.ru/**
Доступ свободный

22. **«История России - Федеральный портал История.РФ» (база данных материалов по истории) (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.histrf.ru**
Доступ свободный

23. **Безопасность жизнедеятельности (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.kornienko-ev.ru/BCYD/index.html**
Доступ свободный

24. **Информационно образовательный портал по безопасности (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://0bj.ru/**
Доступ свободный

25. **Основы безопасности жизнедеятельности. Научно-методический и информационный**

журнал (профессиональная база данных)
Режим доступа: **http://spasedu.ru/студентам/**
Доступ свободный

26. **Информационный ресурс Охрана труда (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://ohrana-bgd.ru/**
Доступ свободный

27. **Информационный ресурс** Административно-управленческий портал
Режим доступа: **http:**// www.aup.ru/management
Доступ свободный

28. **Судебные и нормативные акты РФ - база судебных актов, судебных решений и нормативных документов (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://sudact.ru/**
Доступ свободный

29. **Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **https://sudrf.ru/**
Доступ свободный

30. **База данных показателей муниципальных образований (профессиональная база данных)**
Режим доступа: **http://www.gks.ru/dbscripts/munst/**
Доступ свободный

31. **Информационно-справочная система Федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент»**
Режим доступа: **http://ecsocman.hse.ru/docs/27572260/**
Доступ свободный

32. **Информационно-справочная система Университетской информационной системы «Россия» (УИС Россия)**
Режим доступа: **https://uisrussia.msu.ru/**
Доступ свободный

9. Перечень лицензионного программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины

1. Операционная система Microsoft Win Pro 7.
2. Офисный пакет приложений Microsoft Office,
3. Microsoft Power Point.
4. ПО 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.
5. OpenOffice (Apache OpenOffice):

Модуль	Название	Статус	Назначение
	Apache OpenOffice.org Writer	Свободно распространяемое программное обеспечение	Текстовый процессор и визуальный редактор HTML
	Apache OpenOffice.org Calc	Свободно распространяемое программное обеспечение	Табличный процессор
	Apache OpenOffice.org Impress	Свободно распространяемое программное обеспечение	Программа подготовки презентаций

Модуль	Название	Статус	Назначение
	Apache OpenOffice.org Base	Свободно распространяемое программное обеспечение	Механизм подключения к внешним СУБД и встроенная СУБД HSQLDB
	Apache OpenOffice.org Draw	Свободно распространяемое программное обеспечение	Векторный графический редактор
	Apache OpenOffice.org Math	Свободно распространяемое программное обеспечение	Редактор формул

10. Материально-техническая база, необходимая для освоения дисциплины

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, специализированная учебная мебель, переносное видеопроекционное оборудование, презентационный учебный материал.

Специализированная учебная аудитория «Компьютерный класс» для проведения занятий лекционного и семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы, курсового проектирования, специализированная учебная мебель, переносное видеопроекционное оборудование, презентационный учебный материал.

Экран. Доска. Наглядные учебные пособия.

Библиотека. Читальный зал. Помещение для самостоятельной работы. Автоматизированные рабочие места обучающихся с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть интернет.

11. Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программа может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья различных нозологий по личному заявлению обучающегося (законного представителя) на основании рекомендаций заключения психолого-медико-педагогической комиссии.

Обучающимся инвалидам и лицам с ОВЗ по заявлению предоставляются специальные технические средства, услуги ассистента (помощника), оказывающего необходимую техническую помощь.

Автор (составитель):

Рабочая программа разработана коллективом кафедры экономики, менеджмента и таможенного дела