

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Аксенов Сергей Леонидович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.08.2022 09:15

Идентификатор ключа:

159e22ec4edaa8a694913d5c08c0b6671130587da9e1ac78458431fa15ad101e

автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования

«Региональный финансово-экономический институт»

Кафедра экономики и управления

Утверждаю

Декан экономического факультета

Ю.И. Петренко

«29» мая 2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины «СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Направленность: **Управление в организациях и учреждениях**

Квалификация **Бакалавр**

Факультет **экономический**

Заочная форма обучения



Курск

2020

Рецензенты:

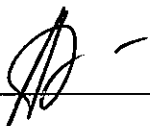
Аксенова Е.С., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления
Абушенкова М.В., старший преподаватель кафедры экономики и
управления

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г., № 7, с учетом направленности «Управление в организациях и учреждениях».

Рабочая программа предназначена для методического обеспечения дисциплины основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность «Управление в организациях и учреждениях».

«29» мая 2020 г.

Составитель:



Аксенов С.Л., д.э.н, профессор кафедры
экономики и управления

**Лист согласования рабочей программы
дисциплины «Стратегия предприятия»**

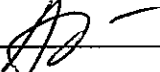
Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Направленность: Управление в организациях и учреждениях
Квалификация: Бакалавр

Факультет экономический
Заочная форма обучения


2020/2021 учебный год

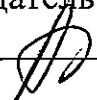
Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 8 от «29» мая 2020 г.

Зав. кафедрой _____  С.Л. Аксенов

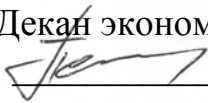
Составитель: _____  С.Л. Аксенов

Согласовано:

Начальник УМУ
_____  О.И. Петренко, «29» мая 2020 г.

Председатель методической комиссии по направленности
_____  С.Л. Аксенов, «29» мая 2020 г.

**Изменения в рабочей программе
дисциплины «Стратегия предприятия»
на 2021 – 2022 уч. год**

Утверждаю
Дека́н экономического факультета
 Ю.И. Петренко
«25» августа 2021 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) внесены изменения в список дополнительной литературы.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 1 от «25» августа 2021 г.

Зав. кафедрой  С.Л. Аксенов

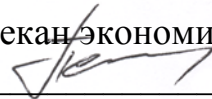
Согласовано:

Начальник УМУ  О.И. Петренко, «25» августа 2021 г.

Председатель методической комиссии по профилю

 С.Л. Аксенов, «25» августа 2021 г.

**Изменения в рабочей программе
дисциплины «Стратегия предприятия»
на 2022 – 2023 уч. год**

Утверждаю
Дека́н экономического факультета

Ю.И. Петренко
«26» августа 2022 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1) внесены изменения в перечень вопросов для самоконтроля по самостоятельно изученным темам;
- 2) внесены изменения в список интернет-ресурсов.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры экономики и управления, протокол № 1 от «26» августа 2022 г.

Зав. кафедрой 
С.Л. Аксенов

Согласовано:

Начальник УМУ 
О.И. Петренко, «26» августа 2022 г.

Председатель методической комиссии по профилю


С.Л. Аксенов, «26» августа 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	5
1. Цель и задачи изучения дисциплины.....	5
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	6
3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	7
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	19
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	28
7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	29
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины.....	31
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	32
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	34
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	35

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Стратегия предприятия» является:

- развитие стратегического мышления;
- формирование системных знаний об особенностях функционирования и стратегического управления объектом в условиях рыночной экономики;
- изучение методологии, технологии, инструментария стратегического менеджмента;
- овладение практическими навыками разработки стратегии для конкретных объектов управления.

В соответствии с обозначенными целями основными задачами, решаемыми в рамках данного курса, являются:

1. теоретическое освоение основных положений курса «Стратегия предприятия»;
2. знакомство с методологическими и организационными подходами к построению и функционированию целостной системы стратегического управления на предприятии;
3. изучение конкретных методов, способов и приемов стратегического менеджмента, а также разнообразных инструментов, воздействующих на состояние и развитие стратегических процессов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации (ПК-13);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- теоретические концепции стратегического менеджмента (З-1);
- методологические основы стратегического управления предприятием в условиях нестабильной, изменяющейся среды (З-2);
- методологию диагностики стратегической среды (З-3);
- методику формирования экономической стратегии и алгоритм ее реализации (З-4);

- методы мобилизации научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия и создания эффективного механизма управления предприятием (З-5).

Уметь:

- формировать целевые ориентиры развития бизнеса (У-1);
- моделировать сценарии развития организации с учетом изменений внешней среды (У-2);
- на практике применять научные подходы, методы системного анализа, прогнозирования и оптимизации при составлении стратегических планов (У-3);
- на основе методологии и инструментария стратегического менеджмента прогнозировать тенденции развития бизнеса и принимать управленческие решения с целью повышения конкурентоспособности предприятия (У-4).

Владеть:

- методологией проведения стратегического анализа (В-1);
- методами диагностики стратегической позиции предприятия на рынке (В-2);
- практическими навыками разработки стратегии для конкретных объектов управления (В-3);
- методикой управления стратегическими организационными изменениями (В-4).

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная учебная дисциплина включена в дисциплины по выбору вариативной части блока 1 ОПОП бакалавриата.

К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Стратегия предприятия», относятся знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения таких учебных дисциплин, как «Экономика организации», «Менеджмент».

Изучение данной дисциплины является основой для последующего изучения дисциплин: «Корпоративная культура предприятия», «Сервис предприятия».

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины при заочной форме обучения – 13 зачетных единиц (468 академических часов).

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Трудоемкость, час	
	4 курс	Всего
Общая трудоемкость	468	468
Аудиторная работа	4	4
в том числе:		
лекции	2	2
практические занятия	2	2
лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа	455	455
в том числе:		
домашние самостоятельные работы	+	+
домашние контрольные работы	+	+
Промежуточная аттестация (экзамен)	9	9

Тематический план Заочная форма обучения

№ № п./п.	Темы дисциплины	Всего часов в трудо- емкости	Аудиторные занятия (час.)				Сам. рабо- та
			В том числе				
			Всего	Лек.	Прак.	Лабор.	
	Раздел 1. Стратегический менеджмент	139	4	2	2		135
1	Понятие и сущность стратегического менеджмента	25					25
2	Методологические основы стратегического менеджмента	27	2	2			25
3	Основные этапы стратегического менеджмента	25					25
4	Стратегическое планирование	34	2		2		32
5	Модели стратегического менеджмента	28					28
	Раздел 2. Создание и организация отделов предприятия.	85					85
6	Предпосылки создания и место PR в структуре различных организаций	25					25
7	Процесс управления маркетингом	30					30
8	Стратегический маркетинг потребительского поведения	30					30
	Раздел 3. Выбор целевых рынков и позиционирование	165					165
9	Методы определения рыночных сегментов. Выбор целевых рынков и позиционирование	30					30
10	Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителя	28					28
11	Экономический аспект теории потребительского поведения	20					20
12	Изучение влияния цен на потребительское поведение	25					25
13	Влияние брендинга на потребительское поведение	32					32
14	Поведение потребителей и рынок	30					30
	Раздел 4. Стратегическое управление в государственном и муниципальном управлении	70					70

15	Стратегическое управление в государственном и муниципальном управлении	25					25
16	Правительство и политика	20					20
17	Управление в условиях стратегических изменений	25					25
ИТОГО		459					455
Итоговый контроль (экзамен)		9					
Общая трудоемкость		468					

Структура и содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность стратегического менеджмента

Понятие стратегии. Стратегия и эффективность. Концепция стратегического менеджмента. Определение стратегического управления. Соотношение понятий стратегическое и оперативное управление. Предпосылки использования стратегического менеджмента. Причины, препятствующие развитию стратегического менеджмента. Преимущества стратегического подхода к управлению.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 1, 11, 13, 14, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1; У-1; В-1.

Тема 2. Методологические основы стратегического менеджмента

Системный подход как основа разработки стратегии. Понятие системы. Основы теории систем. Принципы системности в управлении. Системный анализ и стратегические решения. Развитие инструментария системного анализа. Системный анализ и целевое управление. Теория информации и ее роль в стратегическом управлении. Современное состояние систем информации. Понятие информационного обеспечения. Информационные потоки на фирме. Требования к информации. Теория принятия решений. Процесс принятия управленческих решений. Определений целей и формулирование проблемы. Состав и содержание данных, необходимых для принятия управленческих решений.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 1, 4, 6, 7, 12, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2, З-4; У-1; В-1.

Тема 3. Основные этапы стратегического менеджмента

Задачи стратегического менеджмента. Характеристика процесса стратегического менеджмента и его этапов. Взаимосвязь стратегического управления с деятельностью функциональных подразделений фирмы.

Модель стратегического состояния организации. Политический, экономический и организационный вектора модели. Оценка пространственного положения организации в системе координат.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 8, 11, 14, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-3, З-4; У-1, У-2; В-2; В-3.

Тема 4. Стратегическое планирование

Сущность, функции и преимущества стратегического планирования. Основные виды планов. Долгосрочное и стратегическое планирование. Процесс стратегического планирования. Обязательность системного подхода и опоры на четыре взаимосвязанных части планов: система целей планирования – средства достижения (реализации) планов – содержание деятельности за весь плановый период – требуемый результат. Значение маркетинга в стратегических планах. Роль маркетинговых исследований. Проблемы стратегического планирования. Задачи специалистов по стратегическому планированию.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 5, 10, 11, 15, 18.

Интернет-ресурс: 1, 3, 5, 6, 7.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4; У-1, У-3; В-3.

Тема 5. Модели стратегического менеджмента.

Рациональные и инкрементные модели стратегий; распределение основных функций в организациях различного типа. Логический инкрементализм: управление процессом создания стратегии. Инкрементализм в стратегическом планировании и осуществлении стратегий. Рациональный исчерпывающий метод (метод корней). Метод последовательных ограниченных сравнений (метод ветвей). Стратегическая эквивалентность как возможность достижения стратегических целей разными путями. Внутренняя и внешняя среда организации, особенности их взаимодействия. Элементы внешней и внутренней среды организации, поведение элементов среды организации, их характеристика. Стратегический

анализ в организации. Потенциал организации, управления, его оценка. Конкурентные преимущества организации. Ключевые факторы успеха. Ключевые компетенции и их использование. Стратегические альтернативы. Методы оценивания стратегических альтернатив.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 6. Предпосылки создания и место PR в структуре различных организаций.

Происхождение PR внутри организаций. Создание подразделения по связям с общественностью. Пользование услугами сторонних консультантов. Роль центрального аппарата организации в деятельности службы PR. Роль PR в принятии решений. Внутреннее подразделение PR. Взаимодействие с другими подразделениями. Отдел маркетинга. Служба юридической консультации. Подразделение по трудовым ресурсам. Сторонняя консультационная фирма. Фирмы по организации связей с общественностью.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 7. Процесс управления маркетингом.

Управление маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Оценка рыночных возможностей. Разработка комплекса маркетинга. Выявление новых рынков. Стратегии проникновения на рынок: более глубокое проникновение на рынок, расширение границ рынка, разработка товара, диверсификация. Ресурсы фирмы. Отбор целевых рынков. Замеры и прогнозирование спроса. Сегментирование рынка. Отбор целевых сегментов рынка. Концентрация на одном сегменте. Ориентация на покупательскую потребность. Ориентация на группу потребителей. Обслуживание нескольких, не связанных между собой сегментов. Охват всего рынка. Позиционирование товара на рынке. Претворение в жизнь маркетинговых

мероприятий. Развитие региональных потребительских рынков в эпоху глобализации.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 8. Стратегический маркетинг потребительского поведения.

Ситуационный анализ. Анализ рынка и потребителей. Описание характеристик и анализ конечных потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Влияние внешних факторов. Определение категорий потребителей. Анализ конкурентов. Сегментирование рынков. Необходимость проведения сегментирования. Сегментирование рынка и возможности предложения потребительской ценности. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование. Сегментирование и стратегия рыночной ориентации. Сегментирование рынка и возможности предложения потребительской ценности.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 9. Методы определения рыночных сегментов. Выбор целевых рынков и позиционирование.

Метод описательных характеристик. Обращение к опыту и доступной информации. Использование компьютерных баз данных. Перекрестный табличный анализ. Метод оценки степени восприимчивости. Выбор целевых рынков и позиционирование. Элементы стратегии позиционирования. Компоновка стратегии позиционирования. Координация элементов стратегии. Оценка эффективности позиционирования. Исследования потребителей и конкурентов. Пробный маркетинг. Аналитические модели позиционирования. Взаимосвязь стратегий выбора целевых рынков и позиционирования. Адекватность стратегии позиционирования.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 10. Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителя.

Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителей. Факторы успеха. Инновационная политика. Этапы процесса планирования новых товаров Выбор целевых потребителей. Распределение ответственности за планирование новых товаров. Разработка программы поиска идей. Творчество, принципы и законы творчества. Фазы творчества.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 11. Экономический аспект теории потребительского поведения.

Потребительское поведение, особенности субъективных предпочтений. Бюджетные ограничения. Анализ предпочтений потребителя на основе теории полезности. Основные этапы решения задач с использованием теории многокритериальной теории полезности. Предельная полезность. Правило потребительского поведения и условие равновесия. Рациональный выбор потребителя. Потребительское равновесие. Предельная норма замещения. Потребительское поведение в категориях кривых безразличия. Теоретическая и практическая значимость кривых безразличия. Кривые безразличия и потребительское равновесие. Кривые безразличия и бюджетные ограничения. Потребительское равновесие и кривая спроса. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; З-4; У-3, У-4; В-3.

Тема 12. Изучения влияния цен на потребительское поведение.

Цена – важнейший фактор, влияющий на поведение потребителей. Направления проведения маркетинговых исследований в области ценообразования в контексте потребительского поведения. Девять причинных факторов, определяющих чувствительность потребителей к цене: Эффект уникальной ценности. Эффект осведомленности об аналогах. Эффект трудности сравнения. Эффект суммарных затрат. Эффект конечной пользы. Эффект распределения затрат. Эффект безвозвратных инвестиций. Эффект связи цены и качества. Эффект запаса. Изучение эластичности спроса к цене. Методы определения ценовой эластичности. Методика назначения конкурентной цены изделия по его потребительским свойствам.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 13. Влияние брендинга на потребительское поведение.

Бренд. Брендинг. Повышение делового имиджа фирмы средствами брендинга. Функциональная направленность брендов на различных этапах создания делового имиджа фирмы. Формирование капитала бренда на основе потребительских предпочтений. Четыре этапа и шесть блоков создания брендов. Пирамида покупательской ценности бренда. Идентификация бренда. Критерии индентификации бренда. Пирамида капитала бренда на основе потребительских предпочтений. Отношение к бренду и реакция на бренд.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 14. Поведение потребителей и рынок.

Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей. Этапы моделирования поведения потребителей. Эмпирическая типология потребителя. Потребительская панель. Социальная законность

прав потребителя. Права потребителей. Суверенитет потребителя. Закон о защите прав потребителя.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 15. Стратегическое управление в государственном и муниципальном управлении.

Роль стратегического управления в деятельности органов публичной власти. Особенности стратегического планирования. Стратегические бюджеты. Конкурентные преимущества стран, регионов и поселений. Миссии государства, муниципального образования и анализ ключевых факторов успеха. Потенциал территорий. Реализация стратегий органов государственной власти. Взаимозависимость публичных и бизнес стратегий. Институты общества и стратегии фирм. Конкурентные решения социальных проблем. Конкуренция бюджетных организаций.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 7, 8, 13, 15.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4, З-5; У-1, У-3; В-3.

Тема 16. Правительство и политика.

Роль PR в правительстве. Участие граждан в работе правительства. Общественная апатия. Отношения правительства и средств информации. Сообщения масс-медиа о правительстве. Правительство как коммерческое предприятие. Роль PR в некоммерческих организациях. Фонды.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 7, 8, 13, 15.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4, З-5; У-1, У-3; В-3.

Тема 17. Управление в условиях стратегических изменений.

Сопротивление системы стратегическим изменениям: его природа, источники, возможности нейтрализации. Факторы, определяющие индивидуальное и групповое сопротивление стратегическим изменениям. Источники сопротивления. Управление сопротивлением. Характеристика различных подходов к проблеме управления в условиях спонтанных изменений. Принудительный метод проведения изменений. Адаптивные изменения. Управление кризисной ситуацией. Управление сопротивлением (метод «аккордеона»). Алгоритм выбора адекватного метода управления в условиях спонтанных изменений. Методы управления спонтанными изменениями.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 2, 6, 8, 9, 12, 16.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-2, З-3, З-4, З-5; У-2, У-4; В-2, В-4.

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

Тема 1. Понятие и сущность стратегического менеджмента.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Понятие стратегии.
 - 1.2. Концепция стратегического менеджмента.
 - 1.3. Соотношение понятий стратегическое и оперативное управление.
 - 1.4. Предпосылки использования стратегического менеджмента.
 - 1.5. Причины, препятствующие развитию стратегического менеджмента.
 - 1.6. Преимущества стратегического подхода к управлению.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 1, 11, 13, 14, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1; У-1; В-1.

Тема 2. Методологические основы стратегического менеджмента.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Определение понятия системы.
 - 1.2. Принципы системности в управлении.
 - 1.3. Вопросы развития инструментария системного анализа.
 - 1.4. Теория информации и ее роль в стратегическом управлении.
 - 1.5. Информационное обеспечение и современное состояние систем информации.
 - 1.6. Теория принятия решений.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 1, 4, 6, 7, 12, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2, З-4; У-1; В-1.

Тема 3. Основные этапы стратегического менеджмента.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Задачи стратегического менеджмента.
 - 1.2. Процесс стратегического менеджмента и его этапы.
 - 1.3. Взаимосвязь стратегического управления с деятельностью функциональных подразделений фирмы.
 - 1.4. Модель стратегического состояния организации.
 - 1.5. Политический, экономический и организационный вектора модели.
 - 1.6. Оценка пространственного положения организации в системе координат.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 8, 11, 14, 17.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-3, З-4; У-1, У-2; В-2; В-3.

Тема 4. Стратегическое планирование.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Сущность, функции и преимущества стратегического планирования.
 - 1.2. Основные виды планов.
 - 1.3. Долгосрочное и стратегическое планирование.
 - 1.4. Процесс стратегического планирования.
 - 1.5. Значение маркетинга в стратегических планах.
 - 1.6. Основные проблемы стратегического планирования.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 5, 10, 11, 15, 18.

Интернет-ресурс: 1, 3, 5, 6, 7.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4; У-1, У-3; В-3.

Тема 5. Модели стратегического менеджмента.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Рациональные и инкрементные модели стратегий.
 - 1.2. Распределение основных функций в организациях различного типа.
 - 1.3. Стратегический анализ организации.
 - 1.4. Потенциал организации, управления, его оценка.
 - 1.5. Конкурентные преимущества организации.
 - 1.6. Методы оценивания стратегических альтернатив.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 6. Предпосылки создания и место PR в структуре различных организаций.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Происхождение PR внутри организаций.
 - 1.2. Создание подразделения по связям с общественностью.
 - 1.3. Роль центрального аппарата организации в деятельности службы PR.
 - 1.4. Роль PR в принятии решений.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.
Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 7. Процесс управления маркетингом.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Анализ и оценка рыночных возможностей.
 - 1.2. Стратегии проникновения на рынок: более глубокое проникновение на рынок, расширение границ рынка, разработка товара, диверсификация.
 - 1.3. Позиционирование товара на рынке.
 - 1.4. Развитие региональных потребительских рынков в эпоху глобализации.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 8. Стратегический маркетинг потребительского поведения.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Сегментирование рынков.
 - 1.2. Анализ рынка и потребителей.
 - 1.3. Сегментирование и стратегия рыночной ориентации.
 - 1.4. Сегментирование рынка и возможности предложения потребительской ценности.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 9. Методы определения рыночных сегментов. Выбор целевых рынков и позиционирование.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Выбор целевых рынков и позиционирование.
 - 1.2. Оценка эффективности позиционирования.
 - 1.3. Взаимосвязь стратегий выбора целевых рынков и позиционирования.
 - 1.4. Пробный маркетинг.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 10. Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителя.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Планирование новых товаров как возможность удовлетворения нужд потребителей.
 - 1.2. Этапы процесса планирования новых товаров, выбор целевых потребителей.
 - 1.3. Разработка программы поиска идей.
 - 1.4. Творчество, принципы и законы творчества.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13, ПК-18.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 11. Экономический аспект теории потребительского поведения.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:

1.1. Основные этапы решения задач с использованием теории многокритериальной теории полезности.

1.2. Правило потребительского поведения и условие равновесия.

1.3. Потребительское поведение в категориях кривых безразличия.

1.4. Кривые безразличия и бюджетные ограничения.

1.5. Поведение потребителя в условиях неопределенности и риска.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; З-4; У-3, У-4; В-3.

Тема 12. Изучения влияния цен на потребительское поведение.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:

1.1. Направления проведения маркетинговых исследований в области ценообразования в контексте потребительского поведения.

1.2. Девять причинных факторов, определяющих чувствительность потребителей к цене.

1.3. Изучение эластичности спроса к цене.

1.4. Методика назначения конкурентной цены изделия по его потребительским свойствам.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 13. Влияние брендинга на потребительское поведение.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Повышение делового имиджа фирмы средствами брендинга.
 - 1.2. Функциональная направленность брендов на различных этапах создания делового имиджа фирмы.
 - 1.3. Формирование капитала бренда на основе потребительских предпочтений.
 - 1.4. Отношение к бренду и реакция на бренд.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 14. Поведение потребителей и рынок.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей.
 - 1.2. Этапы моделирования поведения потребителей.
 - 1.3. Социальная законность прав потребителя.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 3, 8, 10, 12, 13, 18.

Интернет-ресурс: 1, 2, 3, 5.

Формируемые компетенции: ОПК-3, ПК-1, ПК-3, ПК-5.

Образовательные результаты: З-1, З-2; У-3, У-4; В-3.

Тема 15. Стратегическое управление в государственном и муниципальном управлении.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:

- 1.1. Роль стратегического управления в деятельности органов публичной власти.
- 1.2. Реализация стратегий органов государственной власти.
- 1.3. Взаимозависимость публичных и бизнес стратегий.
- 1.4. Институты общества и стратегии фирм.
- 1.5. Конкуренстные решения социальных проблем.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 7, 8, 13, 15.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4, З-5; У-1, У-3; В-3.

Тема 16. Правительство и политика.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Роль PR в правительстве.
 - 1.2. Отношения правительства и средств информации.
 - 1.3. Сообщения масс-медиа о правительстве.
 - 1.4. Участие граждан в работе правительства.
 - 1.5. Правительство как коммерческое предприятие.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 6, 7, 8, 13, 15.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-3, З-4, З-5; У-1, У-3; В-3.

Тема 17. Управление в условиях стратегических изменений.

Содержание самостоятельной работы:

1. Изучить следующие теоретические вопросы:
 - 1.1. Соппротивление системы стратегическим изменениям: его природу, источники, возможности нейтрализации.

1.2. Факторы, определяющие индивидуальное и групповое сопротивление стратегическим изменениям.

1.3. Подходы к проблеме управления в условиях спонтанных изменений.

1.4. Алгоритм выбора адекватного метода управления в условиях спонтанных изменений.

1.5. Основные методы управления спонтанными изменениями.

Литература:

Основная – 1, 2.

Дополнительная – 2, 6, 8, 9, 12, 16.

Интернет-ресурс: 1, 3, 4, 6, 7.

Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-5, ПК-13.

Образовательные результаты: З-2, З-3, З-4, З-5; У-2, У-4; В-2, В-4.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

См. Приложение №1 к рабочей программе.

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. - 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2020. - 466 с. [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
2. Стратегический менеджмент: Учебник / Н.А. Казакова, А.В. Александрова, С.А. Курашова, Н.Н. Кондрашева; Под ред. проф. Н.А. Казаковой. - Москва: НИЦ Инфра-М, 2020. - 320 с.: - (Высшее образование). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
3. Антонов, Г. Д. Стратегическое управление организацией : учебное пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 239 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]

Дополнительная литература

1. Савченко, А. Б. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А.Б.Савченко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
2. Родионова, В. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / В.Н. Родионова. — 3-е изд., испр. и перераб. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 106 с. — (ВО: Бакалавриат). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
3. Грушенко, В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений: Учебное пособие / В.И. Грушенко. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 288 с. (Высшее образование). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
4. Радиевский, М. В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия : учебник / М. В. Радиевский. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 377 с. — (Высшее образование). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
5. Купцов, М. М. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / М.М. Купцов. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019. - 184 с.: - (Высшее образование). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
6. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент : учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М,

2018. — 290 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
7. Портных, В. В. Стратегия бизнеса : практическое пособие / В. В. Портных. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2019. - 274 с. [Электронный ресурс: доступ через <https://znanium.com>]
 8. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 375 с. — (Высшее образование).
 9. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / А. В. Тебекин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 333 с.
 10. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 321 с. — (Высшее образование).
 11. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Юрайт, 2020. — 336 с. — (Высшее образование).
 12. Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 176 с.
 13. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 158 с. — (Высшее образование).
 14. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование).
 15. Маслов, Д. В. Малый бизнес. Стратегии совершенствования на основе управления качеством: Пособие / Маслов Д.В., Белокоровин Э.А., - 2-е изд., (эл.) - Москва : ДМК Пресс, 2018. - 193 с.
 16. Савчук, В. П. Стратегия + Финансы: базовые знания для руководителей / В. П. Савчук. — 4-е изд., электрон. — Москва : Лаборатория знаний, 2020. — 305 с.
 17. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. — М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. - 576 с.

18. Панов, А.И. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление» / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 303 с.
19. Кузнецов, Б.Т. Стратегический менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100 / Б.Т. Кузнецов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 623 с.
20. Шигаев, А.И. Контроллинг стратегии развития предприятия : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Налоги и налогообложение» / А.И. Шигаев. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 351 с.
21. Калянов, Г. Н. Консалтинг: от бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе: Учебник для вузов / Калянов Г.Н., - 2-е изд., дополн. - Москва :Гор. линия-Телеком, 2016. - 210 с.
22. Ковалев В.А. [Современный стратегический анализ](#) Учебник для вузов – 3-е изд., стер. – СПб.: Питер, 2016. – 288 с.
23. Васин С.М. Антикризисное управление: Учебное пособие / Васин С.М., Шутов В.С. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 272 с.
24. Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие / О.Н. Гукова. — Москва : ФОРУМ, 2017. — 160 с.
25. Кожухар В.М. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / Кожухар В.М. — М.:Дашков и К, 2018. - 292 с.
26. Кукукина И.Г. Методы экономической оценки устойчивости развития предприятия: монография / И.Г. Кукукина, С.В. Климова ; под ред. И.Г. Кукукиной. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 202 с.
27. Ларионов И.К. Антикризисное управление: Учебник / Под ред. Ларионов И.К. - М.:Дашков и К, 2017. - 380 с.
28. Либерман И.А. Планирование на предприятии: Учебное пособие / И.А. Либерман. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 205 с.
29. Одинцов Б.Е. Сбалансированно-целевое управление развитием предприятия: модели и технологии: монография / Б.Е. Одинцов; под ред. проф. А.Н. Романова. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 162 с.

30. Родионова В.Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / В.Н. Родионова. — 3-е изд., испр. и перераб. — М.: РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 106 с.
31. Руденко Л.Г. Планирование и проектирование организаций: Учебник для бакалавров/Л.Г. Руденко - М.: Дашков и К, 2016. - 240 с.
32. Ряховская А.Н. Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.
33. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов — М.: Дашков и К, 2018. - 468 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Регионального финансово-экономического института

<http://lib.rfei.ru/>

2. Российская Государственная Библиотека

<http://www.rsl.ru/>

3. Бизнес-словарь

<http://www.businessvoc.ru/>

4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам

<http://window.edu.ru/>

5. Портал по проблемам управления

<http://www.e-executive.ru/>

6. Агентство консультаций и деловой информации

<http://www.akdi.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и объяснений, позволяющих бакалавру оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Известно, что в структуре учебного плана значительное время отводится на самостоятельное изучение дисциплины. В рабочих программах дисциплин размещается примерное распределение часов аудиторной и внеаудиторной нагрузки по различным темам данной дисциплины.

Для успешного освоения дисциплины бакалавр должен:

1. Прослушать курс лекций по дисциплине.
2. Выполнить все задания, рассматриваемые на практических занятиях, включая решение задач.
3. Выполнить все домашние задания, получаемые от преподавателя.
4. Решить все примерные практические задания, рассчитанные на подготовку к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации особое внимание следует обратить на следующие моменты:

1. Выучить определения всех основных понятий.
2. Повторить все задания, рассматриваемые в течение семестра.
3. Проверить свои знания с помощью тестовых заданий.

На лекциях преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу. В ходе лекции бакалавр должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Самостоятельная работа бакалавров – планируемая учебная, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Цель самостоятельной работы бакалавра – научиться осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, изучить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

Целью самостоятельной работы бакалавров по дисциплине является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками решения задач и теоретическим материалом по дисциплине. Самостоятельная работа способствует развитию самостоятельности,

ответственности и организованности, творческого подхода к решению различных проблем.

Целью практического занятия является более углубленное изучение отдельных тем дисциплины и применение полученных теоретических навыков на практике.

В ходе практических занятий бакалавры под руководством преподавателя могут рассмотреть различные методы решения задач по дисциплине. Продолжительность подготовки к практическому занятию должна составлять не менее того объема, что определено тематическим планированием в рабочей программе. Практические занятия по дисциплине могут проводиться в различных формах:

1) устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия; 2) письменные ответы на вопросы преподавателя; 3) групповое обсуждение той или иной проблемы под руководством и контролем преподавателя; 4) заслушивания и обсуждение контрольной работы; 5) решение задач.

Подготовка к практическим занятиям должна носить систематический характер. Это позволит бакалавру в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Для получения более глубоких знаний бакалаврам рекомендуется изучать дополнительную литературу.

В зависимости от конкретных видов самостоятельной работы, используемых в каждой конкретной рабочей программе, следует придерживаться следующих рекомендаций.

Контрольная работа подразумевает знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.

Подготовка к написанию реферата предполагает поиск литературы и составление списка используемых источников, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; формулирование основных аспектов проблемы.

При подготовке к итоговому контролю необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Сдача экзамена предполагает полное понимание, запоминание и применение изученного материала на практике.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При осуществлении образовательного процесса используется ряд информационных технологий обеспечения дистанционного обучения, включающий, но не исчерпывающийся, технологиями онлайн и оффлайн распространения образовательной информации (почтовая рассылка печатных материалов и бланков тестирования или электронных версий образовательных материалов на физических носителях, либо интерактивный доступ к материалам через интернет, доступ к электронно-библиотечным системам института и сторонних поставщиков), технологиями взаимодействия студентов с преподавателем (видео-лекции и семинары, групповые и индивидуальные консультации через интернет, индивидуальные консультации по телефону), технологиями образовательного контроля (интерактивные онлайн тесты в интернет, оффлайн тесты с использованием персональных печатных бланков).

Для реализации указанных технологий используется набор программного обеспечения и информационных систем, включающий, но не ограничивающийся, следующим списком.

1. операционные системы Microsoft Windows (различных версий);
2. операционная система GNU/Linux;
3. свободный офисный пакет LibreOffice;
4. система управления процессом обучения «Lete e-Learning Suite» (собственная разработка);
5. система интерактивного онлайн тестирования (собственная разработка);
6. система телефонной поддержки и консультаций сотрудниками колл-центра «Центральная служба поддержки» (собственная разработка);
7. система онлайн видео конференций Adobe Connect;
8. электронно-библиотечная система «Знаниум»;
9. интернет-версия справочника «КонсультантПлюс»;
10. приложение для мобильных устройств «КонсультантПлюс: Студент»;
11. иные ИСС.

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Аудиторная база (лекционная аудитория, аудитория для проведения практических занятий, виртуальные классные комнаты на портале РФЭИ)
2. Организационно-технические средства и аудиовизуальный фондовый материал, мультимедийное оборудование.
3. Комплекты видеофильмов, аудиокниг, CD-дисков по проблемам дисциплины.
4. Интернет.