Программа учебной дисциплины
«Стратегии в менеджменте»

Утверждена
Академическим советом ООП
Протокол № 1 от «06» июня 2017г.

Автор	Татарченко Лев Владимирович
Число кредитов	3
Контактная работа (час.)	56
Самостоятельная работа (час.)	58
Курс	1
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Курс направлен на рассмотрение в системном единстве и взаимосвязанности основных элементов: бизнес-модель, позиционирование, стратегии, создание и распределение ценностей. Модели бизнеса и методы стратегического управления, определяя соответствие между этими элементами и стратегическую архитектуру корпорации, обеспечивают целостность и результативность компании.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- классические и современные концепции теории стратегии, принципы построения и анализа моделей бизнеса, методы и механизмы стратегического анализа и управления организациями различных отраслей и форм собственности;
- содержание и характеристики глобальных и региональных тенденций и факторов, влияющих на конкуренцию и социально-экономическое развитие регионов, отраслей, компаний и сфер деятельности;
- структуру и основные элементы моделей бизнеса, корпоративных и конкурентных стратегий, стратегий партнерства компаний;
- основные понятия, базовые модели, методы и инструменты стратегического анализа, стратегического выбора и трансформации стратегии в действия;
- базовые методологические принципы, лежащие в основе научного познание;
- специальную терминологию, в том числе на английском языке, используемую в научной коммуникации;
- принципы организации и проведения научного исследования в менеджменте, а также представление основных научных результатов;
- концепции, модели и инструменты разработки корпоративной стратегии, стратегии бизнеса и функциональной стратегии организации;
- модели и методы анализа бизнес среды и рынков для целей разработки стратегий организации;

уметь:

- анализировать и использовать результаты фундаментальных и прикладных исследований в области стратегического менеджмента;
- анализировать сложные и динамично развивающиеся процессы;

- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию, необходимую для выработки и обоснования стратегических решений с использованием сценарного и проектного подходов;
- проводить комплексный сценарно - стратегический анализ с учётом изменений, обусловленных переходом к экономике знаний и «сетевой» экономике;
- преодолевать междисциплинарные барьеры и комбинировать разные аналитические подходы;
- исследовать и обобщать результаты стратегического управления компаниями, систематизировать их и представлять в форме презентаций;
- произвести методологическую оценку определенного подхода или научной теории в сфере управления;
- вести устную и письменную коммуникацию на иностранном языке;
- формулировать и проверять научные гипотезы, выбирать и обосновывать инструментальные средства в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления;
- использовать современные методы6 приемы, инструментарий разработки и реализации корпоративной стратегии, стратегии бизнеса и функциональной стратегии организации;
- оценить долговременные результаты управленческой деятельности;

владеть:

- навыками применения методологии стратегического менеджмента и процессного подхода к управлению организацией в индустрии моды;
- навыками использования техник и инструментов сценарного и стратегического анализа, обоснования и выбора стратегий;
- навыками согласования стратегических решений и разработки проектов реализации стратегий;\
- навыками работы с материалами статистической отчетности, аналитических данных и интернет - информации компаний, реализуемых моделей бизнеса, выполняемых ими стратегических планов, проектов и программ.
- навыками критического мышления;
- навыками организации и проведения научного исследования в менеджменте;
- методиками представления и защиты полученных научных результатов;
- навыками обоснования и согласования стратегических решений в условиях неопределенности;
- умением рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности;
- навыком предлагать концепции, модели, изобретать и использовать новые способы и инструменты профессиональной деятельности;
- умением повышать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры;
- умением принимать управленческие решения, оценивать их возможные последствия и нести за них ответственность;
- способностью анализировать, верифицировать информацию, оценивать ее информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности;
- способностью организовать многостороннюю (в том числе, межкультурную) коммуникацию и управлять ею;
- навыками выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента, обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по избранной теме;

- умением выявлять данные, необходимые для решения поставленных исследовательских задач в сфере управления; осуществлять сбор данных, как в полевых условиях, так и из основных источников социально-экономической информации: отчетности организаций различных форм собственности, ведомств и т.д., баз данных, журналов, и др., анализ и обработку этих данных, информацию отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях;
- способностью формулировать и проверять научные гипотезы, выбирать и обосновывать инструментальные средства, современные технические средства и информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной научной задачей в сфере управления, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;
- способностью использовать методы количественного и качественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования в сфере управления;
- умением представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада;
- умением разрабатывать корпоративную стратегию, стратегию бизнеса и функциональные стратегии организации;
- способностью выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку.

Изучение дисциплины «Стратегии в менеджменте» базируется на следующих дисциплинах:

- микроэкономика, институциональная экономика и теория отраслевых рынков (уровень бакалавриата)
- теория и экономика фирмы (уровень бакалавриата)
- стратегический менеджмент (уровень бакалавриата)
- маркетинг и маркетинговые исследования (уровень бакалавриата)
- методология научных исследований

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знания теории стейкхолдеров
- знания основ стратегического менеджмента, методов исследования и механизмов управления.
- знания современных концепций теории фирмы, рынков и конкуренции
- способности интегрировать новые знания и знания смежных дисциплин в менеджериальную практику
- способности понимать и использовать результаты научных исследований и умений по работе с аналитическими и статистическими данными о состоянии и развитии рынков и организаций

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

1. Маркетинг в индустрии моды;
2. Стратегия управления торговой маркой. Брендинг в сфере люкс;
3. Менеджмент и маркетинг в индустрии моды;

4. Управление эффективностью бизнеса в индустрии моды;
5. Управление каналами сбыта в индустрии моды: online, offline, omnichannel;
6. Стратегический менеджмент знаний и инноваций;
7. Модели стратегических изменений;
8. Эволюция стратегического менеджмента.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теория стратегии: основные элементы, базовые концепции и модели

Истоки и эволюция теоретических концепций и практического стратегического менеджмента. Концепции ресурсной и рыночной ориентации стратегий; EVR-конгруэнтности; сетевых взаимодействий, стратегических дилемм и парадоксального подхода. Эволюция методологии конкуренции. Концепция coopetition. Источники конкурентного преимущества и их динамика. Эволюция понятий стратегия и стратегическое планирование. Стратегический процесс. Уровни, виды и модели стратегий организации. Базовые элементы модели стратегического управления. Плановая, инкрементальная, адаптивная и предпринимательская модели стратегических решений и действий. Адаптивный и активный стиль стратегического поведения организации. Новые проблемы и приоритеты в ориентации стратегий: ценность, инновации, скорость, гибкость.

Тема 2. Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ

Внутренняя и внешняя эффективность фирмы, ее связь с ключевыми факторами успеха и конкурентными преимуществами. Концепции менеджмента и маркетинга, ориентированные на ценность (стоимость). Критерии устойчивости конкурентного преимущества. Цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Модели сетей ценностей в отраслях новой экономики и в сфере услуг. Стратегические приоритеты при создании ценности для покупателей: зоны превосходства, ценностные ориентиры. Эволюция типологии конкурентных стратегий.

Тема 3. Стратегическое позиционирование компании

Ключевые факторы успеха и позиционные преимущества. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера, Д Аакера, Г. Минцберга. Внутренние и внешние параметры стратегической позиции компании. Источники уникальности стратегической позиции. Ограничения моде- лей позиционирования в современных условиях. Особенности позиционирования глобальных и сетевых компаний.

Тема 4. Стратегический анализ и диагностика компании: концепции и модели

Цели и задачи стратегического анализа и диагностики. Стратегические горизонты. Основные направления и этапы анализа внешней и внутренней среды компании. Качественные и количественные методы стратегического анализа. Влияние стиля управления (плановый, адаптивный и предпринимательский) на содержание задач и методы стратегического анализа. Выявление сложности, неопределенности и динамичности внешней среды. Ситуационный анализ. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. Возрастание роли экологических, инфраструктурных и правовых факторов –PEESTI (PESTEL)-анализ. Модели конкурентного анализа: модели расширенной конкуренции и детерминантов международной конкурентоспособности. Оценка привлекательности отрасли и рынка. Анализ стратегических групп. Концепция

КФУ – факторов для развития бизнеса, будущего и успешности компании. Матрица конкурентного профиля рынка. Анализ стратегического отклика: матрицы EFEM, IFEM. Анализ взаимовлияния макро и микро-факторов, включая региональные и международные

Тема 5. Сценарный анализ и планирование

Исследование изменений внешней среды и стратегической перспективы методами сценарного анализа. Виды сценариев. Роль и особенности прогнозных и нормативных сценариев. Вероятностные характеристики и временные горизонты сценариев. Методические подходы и типовые этапы построения сценариев. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями. Сценарно - стратегические планы.

Тема 6. Внутрифирменный стратегический анализ

Стратегические способности и потенциал: ресурсы, динамические способности, компетенции компании. Связь с ключевыми факторами успеха. Уникальность и ценность ресурсов и способностей. Корневые, ключевые и отличительные компетенции. Роль траекторий эволюционного развития компаний. Компоненты стратегического потенциала компании. Факторы, характеризующие потенциал и компетенции компании. Организационная диагностика: цели, задачи и основные аспекты внутрифирменного анализа. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р.Гранту, Дж. Барни, Г.Хамел и К.К.Прахалад. VRIO - анализ уникальности и ценности ресурсов, способностей и компетенций, GAP- анализ, динамический SWOT- анализ положения организации. Анализ источников конкурентных преимуществ компании, внутренних элементов бизнес-моделей, стратегий, инновационных и операционных процессов. Анализ стратегического распада модели бизнеса. Стратегический анализ издержек и создания ценностей для покупателей. Оценка степени удовлетворенности акционеров.

Тема 7. Методы комплексной диагностики стратегической и конкурентной позиции компании

Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. Анализ внешней и внутренней сбалансированности компании. Матрица стратегического отклика организации. Оценка стратегического успеха. Анализ конкурентной позиции компании. Конкурентный профиль компании: матрица и модель сравнительного анализа преимуществ конкурирующих компаний. Конкурентный GAP–анализ и динамический SWOT–анализ компаний- конкурентов. SPACE – анализ. Диагностика проблемной ситуации. Выявление проблем, причин и факторов, наиболее значимых для развития, успеха или провала компании.

Тема 8. Теоретические и методические аспекты стратегического выбора и формирования стратегий

Виды стратегий и общие принципы их формирования. Особенности интерактивных и кооперативных стратегий. Международные стратегии. Формулирование и осуществление стратегии: процессы и решения. Критерии оценки стратегий. Концепция стейкхолдеров. Особенности установления стратегических целей и приоритетов для разных временных горизонтов. Модель стратегического выбора. Базовые стратегические альтернативы на сетевом, корпоративном и бизнес уровнях, их особенности в условиях глобализации и гиперконкуренции. Стратегические приоритеты и решения при выборе стратегической позиции и изменению бизнес - модели компании. Стратегическая карта позиционирования компании. GAP-анализ и стратегические альтернативы на этапе реализации стратегий. Учет вероятностной природы стратегических процессов и ситуаций. PIMS - модель

анализа стратегического опыта компаний. Динамический SWOT – анализ стратегических альтернатив, учет сценарных факторов.

Тема 9 Методы обоснования и выбора портфельных стратегий

Портфельные стратегии: особенности и модели. Анализ бизнес и продуктового портфеля компании. Влияние стратегических решений по бизнес-портфелю компании на ее стоимость. Сценарии развития бизнес-портфеля. Этапы портфельного анализа. Сравнительная характеристика портфельных матриц. Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах. Обоснование инвестиционных стратегий с использованием матрицы ADL. Учет влияния стадии жизненного цикла отрасли на факторы, определяющие конкурентную позицию компании на рынке. Ограничения, проблемы и способы преодоления ограничений матричного подхода. Портфельный куб и матрица стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.

Тема 10. Согласование стратегических решений

Принципы согласования сценариев со стратегией (по М.Портеру). Стратегический выбор с учетом сценариев и стиля руководства. Сценарно-стратегическая матрица. Взаимосвязь производственных, маркетинговых, инновационных и инвестиционных решений и их влияние на выбор конкурентной стратегии. Анализ и согласование решений при выборе маркетинговых, инвестиционных и бизнес-стратегий компании с учетом сценариев развития рыночной ситуации.

Тема 12. Стратегические планы, программы и проекты: методы формирования и реализации

Эволюция содержания и процессов стратегического планирования компаний. Концепция ситуационного плана. Модель разработки стратегического плана. BSC как карта стратегического плана и система управления реализацией стратегии. Стратегия как портфель проектов. Стратегия «простых правил». Стратегия голубого океана. Реализация стратегии: процессы и решения. Внешние и внутриорганизационные стратегические изменения. Стратегический контроль. Стратегические программы и проекты. Программы и проекты стратегического партнерства: цели, основные задачи, критерии стратегического соответствия. Программа выявления и устранения препятствий (опыт компании GE).

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Оценки по всем формам контроля выставляются по 10-балльной шкале, 4 балла – минимальная результирующая оценка за курс.

Студенты обязаны посещать все лекции и семинары, изучить до начала занятия рекомендуемую литературу и методические рекомендации, участвовать в дискуссиях.

Текущий контроль учитывает активность студента в аудитории, его работу в составе группы, правильное решение задач в контрольной работе, эссе и выполнение домашнего задания. Студент должен продемонстрировать понимание концептуальных моделей, современных постановок задач стратегического управления, и навыки самостоятельной аналитической работы.

Домашняя работа. Демонстрация способности проводить анализ эволюции бизнес-модели отрасли в зависимости от изменения различных факторов макросреды, обосновывать целесообразность изменения бизнес-модели конкретной компании в зависимости от бизнес-модели отрасли и различных факторов конкурентной среды. Владение навыками стратегического анализа деятельности компаний различных отраслей и форм собственности.

Кейс-анализ компании и рынка. Демонстрация способности проводить кейс-анализ компании и рынка, выявить проблемную ситуацию конкретной компании, разработать сценарии развития рыночной ситуации для разных временных горизонтов, обосновать стратегические решения и меры для разре- шения выявленных проблем. Владение навыками сценарно-стратегического анализа, определения системных взаимосвязей целей и задач стратегического управления в организациях различных видов и форм собственности.

Промежуточный контроль – устный экзамен по первому разделу в первом модуле. Студент должен продемонстрировать способности анализа бизнес-модели с применением подходов и инструментов стратегического менеджмента

Итоговый контроль - письменный экзамен по второму разделу в третьем модуле. Студент должен продемонстрировать способности проводить кейс-анализ практической ситуации и применять модели и инструменты стратегического менеджмента.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Примеры тем для самостоятельного исследования (домашнего задания)

1. Эволюция бизнес-моделей в альтернативной энергетике
2. Бизнес-модель сервисной компании холдинга
3. Анализ бизнес модели розничной сети, торгующей продуктами питания
4. Эффективность открытой бизнес-модели
5. FREE как бизнес-модель
6. Способы сохранения денежного потока в зависимости от позиционирования компании
7. Эффективность бизнес-модели типа «многосторонняя платформа»
8. Эффективность разделения бизнес-модели
9. Анализ бизнес-моделей дистанционной торговли
10. Эффективность аутсорсинга в бизнес-модели производственной компании
11. Бизнес-модель «длинный хвост»: анализ сильных и слабых сторон
12. Использование SWOT-анализа для модернизации бизнес-модели

Примеры тем индивидуальных проектов (при проведении кейс-анализа):

1. Приоритеты в развитии и управлении компанией в стратегической перспективе
2. Способы увеличения ценности компании в стратегической перспективе
3. Стратегии компании, согласованные со сценариями развития ситуации в перспективе
4. Стратегические решения и мероприятия по реализации стратегии:

   - по повышению ценности компании (с позиции акционеров и инвесторов), по конкурентному поведению и позиционированию на новых сегментах рынка в соответствии

- по созданию и развитию корневых компетенций компании
- по проведению внешних стратегических изменений
- по повышению лояльности покупателей как источника конкурентных преимуществ
- по использованию инноваций как источника конкурентных преимуществ
- по повышению экономичности компании для усиления конкурентных позиций
- по развитию компетенций для новых сфер бизнеса и создания принципиально новой продукции
- по повышению эффективности бизнес - портфеля (на основе результатов портфельного анализа и анализа стратегического отклика)
- по развитию потенциала и компетенций для усиления конкурентных позиций на рынках будущего
- по развитию корневых компетенций для повышения скорости разработки новых продуктов и освоения новых рынков в долгосрочной перспективе

V. РЕСУРСЫ

V.1 Основная литература

1. Бек Н.Н. Модели бизнеса и методы стратегического менеджмента. Раздел 2. Методические материалы к лекциям и практическим занятиям, М.: ВШЭ, 2015.
2. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления. С-Пб.: ИД СПБУ, 2006.
3. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Пер. с англ. М.: БИНОМ.
4. Грант Р.М. Современный стратегический анализ. Пер. с англ. 5 - е изд. - С-Пб.: Питер, 2008.
5. Johnson, G; Scholes, K and Whittington, R (2006) Exploring Corporate Strategy, 7th ed. Essex: Pearson Education, ch 1 Джонсон Д., Шоулз К., Уиттингтон Р. Корпоративная стратегия: теория и практика. Пер с англ. ИД Вильямс, 2007.
6. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2001.
7. Barney, J. B. (2006) Strategic management and competitive advantage. Pearson Education.
8. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. М, С-Пб, Киев: Вильямс, 2000.
9. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2002.

V.2 Дополнительная литература

1. Репин В., Елиферов В., «Процессный подход к управлению», издательство Иванов и Фербер, 2013.
2. Barney, J. B. Strategic management and competitive advantage. Pearson Education, 2006.
3. Becerra, M. Theory of the firm for strategic management. Cambridge [etc.] Cambridge University Press, 2009.
4. Коллис Д. Монтгомери С. Корпоративная стратегия. М.: Олимп – бизнес, 2007.
5. Хамел Г., Прахалад К.К., Конкурируя за будущее, Пер. с англ., М.: Олимп - Бизнес, 2002.
6. Г. Хамел, К.Прахалад, Г. Томас, Д.О, Нил, Стратегическая гибкость. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2005.
7. Faulkner D., Campbell A., The Oxford handbook of strategy: 2 volume set Oxford: Oxford University Press, 2003.
8. Wit de B., Meyer R. Strategy: Process, Content, Context an International Perspective. London: International Thomson Business Press, 2010.
9. Гарретт Б. Дюссож П. Стратегические альянсы. Пер. с франц., М.: ИНФРА - М, 2002.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
11. Тофлер Э. Шок будущего. Третья волна. Метаморфозы власти. Пер. с англ. М.: Аст, 2004.
12. Янсен Феликс. Эпоха инноваций. Пер. с англ., М.: ИНФРА - М, 2002.
13. Grant RM. Toward a knowledge-based theory of the firm. Strategic Management Journal, 1996.
14. Williamson, O.E. Strategizing, economizing and economic organization. Strategic Management Journal, Winter Special Issue, 1991.
15. Трейси М., Вирсема Ф. Маркетинг ведущих компаний. М.: Вильямс, 2007.

16. Прахалад К.К., Рамасвами. Будущее конкуренции. Пер. с англ., 2006.
17. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. М, С-Пб, Киев: Вильямс, 2000.
18. А.Сливоцки. Миграция ценности. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.
19. Сливоцки А., Моррисон Д., Андельман Б. Зона прибыли, М.: Эксмо, 2006.
20. Сток Д., Штерн, К. BCG. Стратегии, которые работают. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005.
21. Porter M. (1985), Competitive Advantage: creating and Sustaining Superior Performance. - New York: Free Press. М Портер. Конкурентное преимущество. Пер с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
22. Шанк Дж. Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности. Пер. с англ. С-Пб: Бизнес Микро, 1999.
23. Минцберг Г. Руководство по стратегическому позиционированию, В кн. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2001.
24. Barney, J. B. (2006) Strategic management and competitive advantage. Pearson Education.
25. Минцберг Г. Альстрэнд Б. Лэмпел Д. Школа стратегий. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2000.
26. Сливоцки А., Моррисон Д., Андельман Б. Зона прибыли, М.: Эксмо, 2006.
27. Трейси М., Вирсема Ф. Маркетинг ведущих компаний. М.: Вильямс, 2007.
28. Румпельт Р. Оценка бизнес - стратегии // Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2001.
29. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Пер. с англ. М.: БИНОМ, 2005.
30. Линдгрен Матс, Бандхольд Ханс. Сценарное планирование: связь между будущим и стратегией. Пер. с англ, М.: Олимп бизнес, 2009.
31. Кортни Хью, Керкленд Джейн, Вигери Патрик. Стратегия в условиях неопределенности. // Вестник McKinsey, 2002.
32. Ансофф И. Стратегическое управление. Пер. с англ. М.: Экономика, 1989.
33. Аакер Дэвид А. Стратегическое рыночное управление. Пер. с англ. С-Пб.: Питер, 2002.
34. Mercer D. «Scenarios made easy», Long Range Planning, vol. 28, №4, 1995 7. Фаэй Л., Рэнделл Р. Курс MBA по стратегическому менеджменту. 2-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
35. Schoemaker Paul J.H.. «Multiple Scenario Development: its conceptual and behavioral foundation», Strategic Management Journal, volume14, issue 3, 1993.

V.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS Microsoft Windows 10 Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	*Из внутренней сети университета (договор)*
2.	Microsoft Office Professional Plus 2010	*Из внутренней сети университета (договор)*

V.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
	Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы	
1.	Консультант Плюс	*Из внутренней сети университета (договор)*

2.	Юрайт	*Из внутренней сети университета (договор)*

V.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением