

**Программа учебной дисциплины  
«Экономика международной компании»**

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

|                               |                                |
|-------------------------------|--------------------------------|
| Автор                         |                                |
| Число кредитов                | 4                              |
| Контактная работа (час.)      | 56                             |
| Самостоятельная работа (час.) | 96                             |
| Курс                          | 1                              |
| Формат изучения дисциплины    | Без использования онлайн курса |

**I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ**

Целями освоения дисциплины «Экономика международной компании в индустрии моды» являются: формирование у магистрантов теоретических знаний и приобретение практических навыков, которые позволят принимать наиболее оптимальные управленческие решения при выходе компаний на мировой рынок товаров и услуг. По завершении программы выпускники не только будут понимать суть и особенности процессов, происходящих во внешнеэкономической деятельности компании, владеть самыми передовыми технологиями управления, но и смогут формировать эффективные стратегии развития компании и применять современный международный опыт управления. В рамках предусмотренных программой встреч с лидерами бизнеса приобретается опыт управленческой практики лучших российских и иностранных компаний. В ходе проработки бизнес-кейсов закрепляются навыки решения практических задач по управлению компанией.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основы ВЭД;
- основы логистического менеджмента;
- основы страхования предпринимательской деятельности;
- основы управления стоимостью компании;
- результативный менеджмент;
- Agile 2.0.: технологии ускорения реализации проектов;
- методы оценки стратегического потенциала компании;
- современное состояние налоговой системы Российской Федерации;
- глобальное торговое регулирование;
- международные стандарты финансовой отчетности;
- международные стандарты хозяйственной деятельности;
- международное предпринимательство и формирование бизнес-идеи;

**уметь:**

- организовать управление международными коммерческими операциями;
- планировать деятельность организации и подразделений, в том числе зарубежных;

- формировать организационную структуру управления международной компании;
- разрабатывать и реализовывать проекты, направленные на развитие международной компании;
- осуществлять контроль деятельности зарубежных подразделений;
- владеть навыками создания и ведения баз данных по различным показателям;
- проводить анализ хозяйственной деятельности торгового предприятия, в том числе зарубежного в индустрии моды;
- находить пути оптимизации деятельности предприятия в индустрии моды;
- выявлять необходимые для повышения эффективности экономической деятельности организации решения;
- принимать эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений с позиции экономической выгоды организации;
- рефлексировать (оценивать и перерабатывать) освоенные научные методы и способы деятельности;
- анализировать и верифицировать экономическую информацию, оценивать полноту и актуальность информации;
- выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих задач;

**владеть:**

- навыками организации международной предпринимательской деятельности;
- навыками оценки эффективности международных проектов;
- навыками оценки эффективности управленческих решений в условиях глобализации;
- навыками применения методологии экономического анализа организации в индустрии моды;
- методами и приемами экономического анализа;
- навыками использования современных методов сбора, обработки и анализа управленческих, экономических и социальных данных, отраслевого анализа индустрии моды;
- навыками проведения конкурентного анализа в индустрии моды;
- навыками разработки бизнес-планов создания нового бизнеса за рубежом;
- навыками использования современных методик расчета и анализа индикативных показателей экономического положения организации;
- навыками самостоятельной работы, самоорганизации
- умением использовать современные менеджериальные технологии и разрабатывать новые технологии управления для повышения эффективности деятельности организации, в том числе зарубежной;
- навыком выявлять данные, необходимые для решения поставленных управленческих и предпринимательских задач; осуществлять сбор данных и их обработку.

Изучение дисциплины «Экономика международной компании в индустрии моды» базируется на следующих дисциплинах:

- стратегический менеджмент
- теория организации

- экономическая теория
- маркетинг
- логистика

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

- экономика в рамках бакалавриата
- понятие организации и их структуры
- базовые понятия, категории и инструменты экономической теории
- основы макро- и микроанализа организаций в их развитии
- роль маркетинга в стратегии фирмы,
- роль логистики в международной торговле
- мировая экономика и международная торговля

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

1. Стратегии работы с клиентами в компаниях традиционной и интернет торговли
2. Организация распределительного центра в индустрии моды
3. Операционный менеджмент в розничных компаниях индустрии моды
4. E-commerce в индустрии моды
5. Организация и планирование деятельности offline и online компаний в индустрии моды
6. Управление каналами сбыта в индустрии моды

## **II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Тема 1. История развития международного бизнеса**

Этапы становления менеджмента. Выдающиеся личности и их достижения в истории менеджмента. Научное управление. Ф.У. Тейлор. Административная школа. А.Файоль. Хотторнский эксперимент и его основные выводы. Концепция Мэйо. Практики менеджмента. Свременные школы менеджмента. Логика возникновения и функционирования организаций.

### **Тема 2. Общая характеристика фирмы**

Понятия и виды предприятий. Факторы, влияющие на производственно-хозяйственную деятельность. Внешнее окружение (поставщики, потребители, конкуренты) и внутренняя среда фирмы. Основные и поддерживающие виды деятельности. Цели деятельности предприятия. Рост стоимости бизнеса и финансовая постановка целей деятельности. Порядок образования и ликвидации предприятия. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

### **Тема 3. Среда организации. Организация, как субъект предпринимательской деятельности**

Среда функционирования организации. Среда организации: внутренний и внешний уровни. Внутренняя среда организации: 3 подхода к структурированию (ресурсно-целевой, сферный, институциональный). Сферы и формы предпринимательства. Индивидуальное предприятия, коллективное предприятие, малое предприятие, крупное предприятие в индустрии моды. Векторы деятельности.

Системные признаки организаций: международный опыт. Новая парадигма планирования. Цели: миссия, видение, стратегия. Каскадирование корпоративной стратегии. SMART – критерий для построения грамотных целей. Контроль деятельности международного предприятия в индустрии моды. Оценка окупаемости затрат. Инструменты мониторинга деятельности розничного магазина (сети). Понятие бюджетирования продаж и затрат. Коррекция бюджетных показателей. Цели и задачи контроля.

#### **Тема 4. Глобализация бизнеса. Международные стандарты управления проектами.**

Парадигма менеджмента в 21 веке. Определение понятие «менеджмент». Современные модели менеджмента. Процессный подход как концепция управленческой мысли. Функции менеджмента. Общие понятия о проектной деятельности. Инвестиционные и инновационные проекты. Модель проектно-ориентированной системы управления. Основные национальные стандарты управления проектами. Старший международный стандарт по управлению проектами ISO 21500:2012. Стандарт P2M - японский подход к управлению сложными проектами внедрения инновационных технологий на уровне предприятий в нестабильной среде. P2M-мышление – от сложной проблемы к моделям проекта. Национальный стандарт Великобритании PRINCE2 - проекты в контролируемых условиях. Семь принципов, семь тем и семь процессов. Проектный менеджмент в Китае. Китайский национальный стандарт C-PMBoK. Квалификационные стандарты и сертификация специалистов по управлению проектами IPMA, PMI, COVNET. Структура и требования стандарта PMBoKv.5. Типы и виды проектов. Жизненный цикл проекта. Взаимосвязи жизненного цикла проекта и продукта. Фазы проекта. Набор и управление командой проекта. Ключевые участники проекта. Управление стейкхолдерами проекта. Влияние организации на управление проектами. Программы и портфели проектов. Офис управления проектами (PMO). Закрытие проекта. Оценка основных средств. Износ и амортизация основных средств. Восстановление и выбытие основных средств. Учет основных средств. Показатели и анализ использования основных средств.

#### **Тема 5. Основные и оборотные средства компании. Бюджетирование и контроль деятельности организации в индустрии моды.**

Понятие оборотных средств. Классификация оборотных средств. Стоимостная оценка учета и списания оборотных средств. Управление оборотными средствами.

Структура органов управления организацией в индустрии моды. Функции органов управления в индустрии моды. Механизм управления. Задачи и формы государственного регулирования.

Планирование на предприятии. Технология планирования. Долгосрочное планирование. Составление прогнозов. Методы и показатели внутрифирменного планирования. Текущее планирование. Стратегическое планирование. Координация планов.

Персонал торговой организации. Кадровая политика предприятия. Мотивация персонала. Система грейдинга и KPI. Принципы разработки системы мотивации персонала. Системы оплаты труда персонала.

#### **Тема 6. Внешнеэкономическая деятельность, международный контракт**

Способы установления контактов продавцом (твердая оферта, свободная оферта), способы установления контактов покупателем; оформление договора. Договор

международной купли-продажи товаров, его содержание. Разновидности цен, применяемые в международной торговле. Основные задачи "ИНКОТЕРМС". Базисные условия транспортировки. Условия поставки с указанием обязанностей сторон. Расчет цены товара в зависимости от базисных условий поставки при перевозке железнодорожным и морским транспортом.

Инкассо. Чистое и документарное инкассо. Аккредитив. Покрытый (депонированный), непокрытый (гарантированный), отзывной, безотзывной, подтвержденный, неподтвержденный, трансферабельный (переводной), револьверный (возобновляемый) аккредитив. Аккредитив "с красной оговоркой". Резервный аккредитив или аккредитив стэнд – бай. Компенсационный аккредитив (встречный). Банковский перевод. Обменный курс. Текущий курс (спот-курс). Срочный (форвардный) курс. Прямая и косвенная котировка. Кросс-курс. Правила расчета кросс-курса. Форвардные операции.

### **Тема 7. Корпоративное управление в иностранных компаниях**

Корпоративный бизнес. Организационные формы корпоративной модели бизнеса. Транснациональные корпорации. Участники корпоративных отношений. Организация контроля за менеджментом со стороны акционеров. Совет директоров в системе корпоративного управления. Отношения между различными группами акционеров. Отношения компании с другими заинтересованными группами (стейкхолдерами). Основные принципы теории корпоративного управления.

Сравнительный анализ систем. Американская модель корпоративного управления. Континентальная модель (французская и немецкая). Корпоративное управление в переходных экономиках. Налоговое планирование и офшорный бизнес. Офшорные юрисдикции. Налоговые гавани.

### **Тема 8. Стратегии международного бизнеса**

Анализ среды международного бизнеса. Политическая и экономическая среда. Социокультурная среда. Риски в международном бизнесе и методы их анализа. Критерии выбора внешнего рынка. Модели выбора внешнего рынка. Последовательность выхода на внешние рынки. Стратегии выхода на внешние рынки: экспортные, промежуточные и иерархические. Преимущества и недостатки различных типов стратегий. Развитие конкурентоспособности компании на международном рынке. Внешние и внутренние факторы выбора внешнего рынка. Сегментация внешних рынков. Критерии сегментации. Макро и микросегментация. Оценка емкости рынка. Выбор целевого сегмента.

Стратегии расширения рынка. Типы стратегий проникновения на внешние рынки. Факторы выбора стратегии проникновения. Анализ транзакционных издержек. Экспортные стратегии: прямой, непрямой и совместный экспорт. Промежуточные стратегии: контрактное производство, лицензирование, франчайзинг, совместные предприятия. Иерархические стратегии.

## **III. ОЦЕНИВАНИЕ**

| Тип контроля | Параметры  |
|--------------|--|
| Текущий      | Реферат  |
| Итоговый     | Письменный экзамен 80 минут, тест. Количество дней оценки результатов контроля – 5 дней. |

Все оценки формируются по 10-балльной шкале. Способ округления оценок – арифметический, т.е. используются стандартные правила округления (до 0,5 баллов оценка округляется в меньшую сторону, после 0,5 включительно – в большую).

Накопленная оценка за освоение дисциплины на первом курсе является результирующей и складывается по следующей формуле:

$O^2_{\text{результующая}} = 0,3 * O_{\text{посещаемость лекций и семинаров}} + 0,3 * O_{\text{оценка за реферат}} + 0,4 * O_{\text{ответ на тестовое задание}}$

Результирующая оценка по итогам освоения учебной дисциплины на первом курсе выставляется преподавателем в рабочую и экзаменационную ведомости.

В диплом ставится результирующая оценка по учебной дисциплине.

#### **IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ - ТЕСТ**

1. Что из приведенного ниже входит в состав движущих факторов глобализации?
  - a. Неравномерное размещение сырья и энергетических ресурсов по территории планеты;
  - b. Особенности социально-экономических систем;
  - c. Колебание обменных валютных курсов;
  - d. Религиозные ограничения;
  - e. Вмешательство государства в экономику и политику протекционизма.
2. Какой из приведенных факторов тормозит процесс глобализации?
  - a. Ускорение темпов технологических нововведений;
  - b. Природно-климатические и экономико–географические отличия;
  - c. Развитие транспорта и коммуникаций;
  - d. Особенности социально-экономических систем;
  - e. Международное развитие труда.
3. Наибольшие риски присущи такой форме организации международного бизнеса, как ...
  - a. Лизинговому соглашению;
  - b. Локальному складированию и продаже;
  - c. Локальному производству и продаже;
  - d. Прямым иностранным инвестициям;
  - e. Международным контрактам по управлению.
4. Ключевым преимуществом и мотивом создания совместных предприятий в сравнении с другой формой организации международного бизнеса является:
  - a. Высокая зарплата персонала;
  - b. Существенный объем продаж;
  - c. Низкие зарплаты на производство товаров;
  - d. Возможность использования сильных конкурентных преимуществ партнеров (учредителей);
  - e. Все приведенное выше.
5. Преимущественно централизованные решения принимаются высшим руководством ТНК по вопросам:
  - a. Международной маркетинговой политике;
  - b. Финансов;

- c. Использование кадров экспатриантов;
  - d. Использование производственных мощностей;
  - e. По всем приведенным выше вопросам.
6. Какая из приведенных характеристик имеет наибольшее значение в модели управления человеческими ресурсами «человеческий капитал».
- a. Рабочее задание;
  - b. Характер найма;
  - c. Оценка деятельности;
  - d. Психические контракты;
  - e. Все приведенное выше.
7. Что из приведенного не входит в состав ролевых функций международного менеджера в контексте анализа внешней среды.
- a. Организатор поиска стратегических возможностей фирмы на внешних рынках;
  - b. Культурный анализ;
  - c. Дипломат;
  - d. Контролер процесса выполнения принятых управленческих решений;
  - e. Общественный деятель.
8. Что составляет завершающее звено процесса планирования коммерческой деятельности международных корпораций.
- a. Стратегия экспорта;
  - b. Стратегия импорта;
  - c. Протоколы в намерениях обеих корпораций;
  - d. Контракты купли-продажи;
  - e. Планы закупок.
9. Какие из приведенных форм расчетов чаще всего применяются международными корпорациями в коммерческих операциях.
- a. Аккредитив;
  - b. Инкассо;
  - c. Почтовый перевод;
  - d. Наличные;
  - e. Электронный перевод.
10. Какой из приведенных подразделений МНК несет ответственность за качество проведения коммерческих операций.
- a. Стратегического планирования;
  - b. Маркетинг;
  - c. Исследований и разработок;
  - d. Сбыта;
  - e. Закупок и продаж.

**Примерный перечень тем рефератов:**

1. Риски в международном бизнесе и инструменты их анализа.
2. Корпоративный бизнес.
3. Инструменты управления проектами в международной компании.
4. Применение терминов ИНКОТЕРМС в международной деятельности компании
5. Основные типы организационных структур управления компанией в индустрии моды
6. Основные этапы планирования и бюджетирования затрат розничного магазина
7. Понятие управленческой политики в розничной компании

## V. РЕСУРСЫ

### V.1 Основная литература

1. Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков. Учебник для вузов. - М.: ЮРАЙТ, 2011. - 906 с.
2. Cabral, L. (2000): Introduction to Industrial Organization, Cambridge, Massachusetts and London, England: MIT Press.
3. Кит П., Янг Ф. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. 5-е изд. /Пер.с англ. - СПб.: Питер. 2008.

### V.2 Дополнительная литература

1. Сироткина Н.Г., Шульгина Н.К., экономика предприятия: учебно - методическое пособие, Н. Новгород, 2006.
2. Экономика организации (предприятия): Учебник / под ред. Н.А. Сафронова. 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2004.
3. Дафт Р. Л. Теория организации: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. <http://proxylibrary.hse.ru:2123/index.php?page=search>
4. Виханский О.С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 5-е изд. М.: Ма-гистр: ИНФРА-М, 2014.
5. Дафт Р. Менеджмент. МВА: Учебник: пер. с англ. / Р. Дафт. – 10-е изд. С.-Петербург: Питер, 2014, стр. 10-78.
6. Друкер П. Классические работы по менеджменту: пер. с англ. / П. Друкер. М.: "Сколково": Альпина Бизнес Букс, 2008.
7. Друкер Питер, Ф., Макьярелло, Джозеф А. Д. Менеджмент: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2010.
8. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 2010.
9. Оучи У. Методы организации производства: японский и американские подходы. М.: Наука, 1993.
10. Тэйлор Ф.У. Принципы научного менеджмента. М.: Контроллинг, 1991.
11. Файоль А. Общее и промышленное управление. М.: Контроллинг, 1992.
12. Drucker, Peter F., Maciariello, Joseph A (2008). Management. Revised Edition of Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: HarperCollins.
13. Drucker, Peter F. (1999). Management challenges for the 21st century. Harperbusiness.
14. Tonn, Joan C. (2003). Mary P. Follett: Creating Democracy, Transforming Management. Yale University Press.
15. Мильнер Б.З. Теория организации- М.: ИНФРА-М, 2012. - 848 с // Доступна электронная версия на [znaniyum.ru](http://92.242.59.41:2087/bookread.php?book=325598) <http://92.242.59.41:2087/bookread.php?book=325598>
16. Веснин В.Р. Теория организации и организационного поведения. М.: Изд-во Проспект, 2014. - 172 с.
17. Гараедаги Д. Системное мышление: как управлять хаосом и сложными процессами: платформа для моделирования и архитектуры бизнеса/пер с англ. Е. Недбальская \_ Минск, Гривцов Букс, 2010. – 480 с.
18. Коллинз Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2014. – 320 с.
19. Минцберг Г. Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента. – М.: Альпина Паблицер, 2012. – 368 с.
20. Талей Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: КоЛибри, 2010
21. Беннет Н., Лемуан Д.Д. VUCA: с чем это едят и какая от этого польза? Harvard Business Review, март 2014. // Доступна электронная версия <http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-kachestvom/a13351/#ixzz3mNMueG75>



22. Харченко А. VUCA-вызову — VUCA-ответ  
<http://olekskharchenko.com/2014/05/12/vuca-vyzovu-vuca-otvet/>
23. Сайт <http://marshmallowchallenge.com/Welcome.html>
24. Дафт Р. Л. Теория организации: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012  
<http://proxylibrary.hse.ru:2123/index.php?page=search>
25. Дафт Р. Менеджмент. МВА: Учебник: пер. с англ. / Р. Дафт. – 10-е изд. С.-Петербург: Питер, 2014
26. Ицхак К. Адизес. Стили менеджмента- эффективные и неэффективные. – М.: Альпина, 2009.
27. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Учебник / Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2014.
28. The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management (2001). New York HarperBusiness.
29. Управление проектами: Учеб. пособие для вузов, 8-е изд. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге; Под общ.ред И.И. Мазура. – М. : Омега-Л, 2012.
30. Project Management Body of Knowledge version 5:Project Management Institute, Newtown Square, PA 19073-3299 USA, 2012.
31. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник, под ред. Е.Ф. Прокушева. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012. - 527 с.
32. Правила Инкотермс (Incoterms) 2010. Москва: Международная торговая палата (International Chamber of Commerce) 2010.
33. Чуланова Г.Ю. Внешнеэкономическая деятельность. – Учебно-методическое пособие. – Спб.: Спб филиал ГУ-ВШЭ, 2008 г.
34. Николюкин С.В. Внешнеторговые сделки и обычаи в международном коммерческом обороте. –М.: Юрлитинформ, 2009
35. Корпоративное управление: Учебник / В.Р. Веснин, В.В. Кафидов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 272 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Магистратура). (переплет) ISBN 978-5-16-005538-1, 500 экз.  
<http://proxylibrary.hse.ru:2144/catalog.php?bookinfo=342890>
36. Корпоративное управление: Учебник / И.Ю. Бочарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004827-7, 500 экз. <http://proxylibrary.hse.ru:2144/catalog.php?bookinfo=447217>
37. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг. – М.:Юнити-Дана. – 2012. – 320 с.  
<http://proxylibrary.hse.ru:2080/index.php?page=book&id=119592&sr=1>
38. Зобов А.М., Дегтярева Е.А., Ямпольская Д.О., Дегтерев Д.А., Орлова Л.А. Международный маркетинг. – М.: Изд-во РУДН. – 2011. 280 с.  
<http://proxylibrary.hse.ru:2080/index.php?page=book&id=115748&sr=1>
39. Моргунов В.И., Моргунов С.В. международный маркетинг. – М.: Дашков и К. – 2014. – 182 с.  
<http://proxylibrary.hse.ru:2080/index.php?page=book&id=221300&sr=1>
40. Яковлева Е.А., Шибанов М.А. Международный маркетинг. – Воронеж: Изд-во ВГЛА. – 2012. – 88 с.  
<http://proxylibrary.hse.ru:2080/index.php?page=book&id=143330&sr=1>

### У.3 Программное обеспечение

| № п/п | Наименование                         | Условия доступа                                  |
|-------|--------------------------------------|--|
| 1.    | Microsoft Windows 7 Professional RUS | <i>Из внутренней сети университета (договор)</i> |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    | Microsoft Windows 10                    |  |
|    | Microsoft Windows 8.1 Professional RUS  |  |
| 2. | Microsoft Office Professional Plus 2010 | <i>Из внутренней сети университета (договор)</i> |

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

| № п/п  | Наименование                          | Условия доступа  |
|--|---------------------------------------|--|
| <i><b>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</b></i> |                                       |  |
| 1.   | Консультант Плюс                      | <i>Из внутренней сети университета (договор)</i>                       |
| 2.   | Электронно-библиотечная система Юрайт | URL: <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a> |
| <i><b>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</b></i>         |                                       |  |
| 1.   | Открытое образование                  | URL: <a href="https://openedu.ru/">https://openedu.ru/</a>             |

#### **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