

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра индустрии сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«23» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.03.1 Стратегический анализ поведения потребителей на
рынке услуг

Направление подготовки/специальность: 43.04.02 - Туризм

Профиль/направленность/специализация: Экономико-правовое обеспечение
туристского бизнеса

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2023

Тамбов, 2023

Авторы программы:

Кандидат экономических наук, Мачалкин Сергей Евгеньевич

Доктор экономических наук, профессор Кузнецов Игорь Анатольевич

Кандидат педагогических наук, Грицков Павел Михайлович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 - Туризм (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «15» июня 2017 г. № 556).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры индустрии сервиса и туризма «___» _____ 20__ г. Протокол № ____

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «23» июня 2023 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистратуры.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
- D Руководство экскурсионной организацией - D/01.7 Определение концепции и стратегии развития экскурсионной организации	ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления	Выполняет прогнозирование развития сферы туризма и туристской деятельности в разрезе различных уровней управления, в том числе на основе форсайт-технологий
- С Стратегическое управление развитием гостиничного комплекса - С/01.7 Анализ и оценка деятельности гостиничного комплекса	ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	Проводит выбор научных концепций, методов исследования и моделирования конкурентной среды предприятия

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		1	2	3	4

1	Менеджмент в индустрии гостеприимства	+			
2	Методы принятия управленческих решений в сфере туризма			+	
3	Организационно-управленческая практика				+
4	Прогнозирование и планирование туристской деятельности			+	
5	Стратегический маркетинг в индустрии туризма		+		
6	Стратегическое управление и проектирование в сфере туризма		+		
7	Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке	+	+		

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		1	2	3	4
1	Методы принятия управленческих решений в сфере туризма			+	
2	Организационно-управленческая практика				+
3	Организация и управление гостиничным и ресторанным бизнесом			+	
4	Организация санаторно-курортного дела			+	
5	Прогнозирование и планирование туристской деятельности			+	
6	Стратегический маркетинг в индустрии туризма		+		

7	Стратегическое управление и проектирование в сфере туризма		+		
8	Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке	+	+		
9	Управление гостиничными цепями			+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 43.04.02 - Туризм.

Дисциплина «Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг» изучается в 3 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 2 з.е.

Заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа	12
Лекции (Лекции)	6
Практические (Практ. раб.)	6
Самостоятельная работа (СР)	56
Зачет	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		3	3	3	
3 семестр					
1	Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг	1	1	9	Опрос; Практическое задание; Собеседование
2	Стратегический анализ внешней среды организации: методы (техники) анализа макросреды организации	1	1	9	Опрос; Кейс

3	Стратегический анализ внутренней среды организации: методы (техники) анализа микросреды (отрасли) организации	1	1	10	Опрос; Реферат
4	Основные составляющие анализа внутренней среды организации	1	1	9	Опрос; Кейс; Собеседование; Подготовка электронной презентации
5	Анализ конкурентных стратегий организации	1	1	10	Опрос; Кейс
6	Стратегическое управление и планирование	1	1	9	Собеседование; Тестирование

Тема 1. Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг (ПК-3)

Лекция.

Философия бизнеса организации: стратегическое видение, миссия и стратегические цели организации. Понятие «стратегический анализ» и необходимость его применения. Понятие «стратегия». Процесс разработки стратегии. Поведение потребителей на рынке услуг

Практическое занятие.

Кейс-задание

Ситуация 1. Философия компании IBS

Ситуация 2. Миссия компании IBS

Корпорация Байер

Ситуация 1. Миссия холдинга Bayer

Задания для самостоятельной работы.

Цель - усвоение базовых понятий и концепций современного стратегического анализа.

Задачи: Детально изучить процесс разработки и внедрения стратегии и развернутый вид алгоритма разработки стратегии.

Краткое содержание и рекомендации:

В процессе самостоятельной работы необходимо дать четкие ответы на следующие вопросы:

1. В чем заключается управление организациями на основе видения?
2. Каково назначение видения?
3. Каково требование к содержанию видения?
4. Дайте определение такой категории, как «видение».
5. Опишите процедуру разработки видения.
6. Дайте определение миссии организации.
7. Каково назначение миссии?
8. В чем основное содержание миссии организации?
9. Каково требование к содержанию миссии?
10. Опишите процедуру разработки миссии.
11. Дайте определение цели организации.
12. Каково назначение цели организации?

13. В чем основное содержание целей организации?
14. Каково требование к содержанию целей?
15. Опишите процедуру разработки целей.
16. Что можно отнести к базовым критериям целей организации?
17. В чем заключаются цели организации как системы?
18. Каково назначение стратегии организации?
19. В чем основное содержание стратегии?
20. Каково требование к содержанию стратегии организации?

Тема 2. Стратегический анализ внешней среды организации: методы (техники) анализа макросреды организации (ПК-3)

Лекция.

PESTplus-анализ – основной метод (техника) анализа макросреды организации. Факторы PESTplus-анализа.

Практическое занятие.

Кейс - Корпорация Nokia

Ситуация 1. Основная информация о компании Nokia

Ситуация 2. Основная стратегия компании Nokia

Ситуация 3. Миссия компании Nokia

Ситуация 4. Стратегия продвижения на рынок и позиционирование

Задания для самостоятельной работы.

Цель – подробное изучение содержания метода PESTplus-анализ.

Задачи: рассмотрение факторов, влияющих на состояние макросреды организации в среднесрочной и долгосрочной перспективе, и проведение анализа в соответствии с образующими их компонентами.

Краткое содержание и рекомендации:

Политический фактор. При анализе политики внимание должно концентрироваться на выяснении следующего: какие программы пытаются провести в жизнь различные партии; какова степень общественного недовольства и насколько сильны оппозиционные политические структуры; какая идеология определяет политику правительства, как правительство относится к различным отраслям экономики и регионам страны, насколько стабильно правительство и насколько оно в состоянии проводить свою политику в жизнь; какие группы лоббирования существуют в органах государственной власти и каковы их интересы; какие изменения в законодательстве и правовом регулировании возможны в результате принятия новых законов и правовых норм, регулирующих экономические процессы.

Экономический фактор. Анализ экономики предполагает оценку ряда показателей: величина валового национального продукта; темпы инфляции; уровень безработицы; производительность труда; нормы налогообложения; нормы накопления и т.п.

Кроме того, нужно обращать внимание на такие компоненты, как: общий уровень экономического развития; добываемые природные ресурсы; климат; тип и уровень развитости конкурентных отношений; величина заработной платы.

Социальный фактор. При анализе выясняется влияние таких социальных явлений и процессов, как: отношение людей к работе и качеству жизни; существующие в обществе обычаи и верования; разделяемые людьми жизненные ценности; демографическая структура общества; рост населения; уровень образования, в том числе уровень образованности рабочей силы; мобильность людей и т.п.

Технологический фактор. При изучении технологического фактора рассматриваются возможные изменения в технологической сфере, способные отразиться на деятельности организации, создавая для организации как дополнительные возможности и преимущества, так и ограничения. Организация должна эффективно приспосабливаться к технологическим изменениям и использовать их для получения преимуществ на конкурентном рынке. Наиболее очевидным проявлением влияния технологических изменений на организацию является спрос на продукт и используемый для его производства технологический процесс.

Правовой фактор. При анализе правовой составляющей следует обращать внимание на следующие вопросы: степень правовой защищенности объектов права; динамизм и тенденции изменения правовой среды; уровень общественного контроля над деятельностью правовой системы; степень обязательности действия правовых норм; сфера действия правовых норм и существующие исключения из правил; степень неотвратимости санкций по отношению к организации, нарушившей нормы.

Тема 3. Стратегический анализ внутренней среды организации: методы (техники) анализа микросреды (отрасли) организации (ПК-3)

Лекция.

Общий анализ отрасли. Анализ конечных потребителей. Анализ конкурентной ситуации и других значимых факторов.

Практическое занятие.

Кейс-задание

SWOT-анализ компании Bayer

Кейс-задание

SWOT-анализ ОАО «МТС»

Задания для самостоятельной работы.

Цель - изучение методов стратегического анализа микросреды организации (отраслевой уровень).

Задачи: углубленное изучение основных компонентов, подвергающихся анализу на отраслевом уровне.

Краткое содержание и рекомендации:

- 1) углубленное изучение основных компонентов, входящих в общий анализ отрасли;
- 2) углубленное изучение основных компонентов, входящих в анализ конечных потребителей;
- 3) углубленное изучение основных компонентов, входящих в анализ конкурентной ситуации и других значимых факторов;
- 4) специальные и универсальные техники, применяемые для анализа факторов микросреды организации.

Особое внимание следует обратить на связь факторов составляющей Общий анализ отрасли с техниками анализа макросреды.

Необходимо учесть, что при проведении анализа конечных потребителей должны использоваться данные, полученные при анализе макросреды (PESTplus анализ).

При анализе конкурентной ситуации используется известная модель пяти сил Майкла Портера.

Кроме упомянутой модели Портера к анализу микросреды могут быть применены еще и модель цепочки создания ценности, концепция ключевых факторов успеха, то есть характеристик, которыми компания должна обладать для успешного ведения бизнеса в конкретной отрасли, а также различные методы оценки инвестиционной привлекательности. Поэтому при самостоятельной проработке данной темы необходимо сделать краткий конспект по модели Портера, цепочки создания ценностей и основным методам инвестиционной привлекательности бизнеса

Тема 4. Основные составляющие анализа внутренней среды организации (ПК-1)

Лекция.

Общее описание бизнеса. Ревизия процессов. Оценка текущей стратегии

Практическое занятие.

1. Методы исследования профиля конкурентных позиций организации Цель занятия – изучение и обсуждение этапов проведения стратегического анализа и выбора конкретной стратегии по отдельным бизнесам диверсифицированной компании

Задания для самостоятельной работы.

Цель – изучение методов стратегического анализа внутренней среды организации.

Задачи: рассмотреть содержание основных компонентов внутренней среды организации.

Краткое содержание и рекомендации:

1. изучение содержания факторов, определяющих «Общее описание бизнеса»;
2. детальное рассмотрение составляющих компоненты «Ревизия процессов», протекающих в организации;
3. изучение факторов составляющей «Оценка текущей стратегии» и техник, применяемых при этом.

Тема 5. Анализ конкурентных стратегий организации (ПК-1)

Лекция.

Конкурентные преимущества организаций и принципы управления конкурентоспособностью. Методы изучения профиля конкурентных позиций организации. Характеристика типовых конкурентных стратегий. Инновационные стратегии современных предприятий.

Практическое занятие.

Кейс-задание

Рыночные стратегии компании Coca-Cola

Кейс-задание

Конкурентные стратегии компании Siemens

Задания для самостоятельной работы.

Цель – закрепление материала лекции по данной теме.

Задачи: Рассмотреть принципы и механизм управления конкурентоспособностью, методы изучения профиля конкурентных позиций организации, характеристики типовых конкурентных стратегий и инновационные стратегии современных предприятий.

Краткое содержание и рекомендации:

- 1 Принципы управления конкурентоспособностью. Конкурентные преимущества.
- 2 Механизм управления конкурентоспособностью.
- 3 Метод перечня критериев.
- 4 Методы анализа «GAP». Метод «PDS».
- 5 Модель Мак-Кинси «7S». Модель «Дженерал Электрик»/«Мак-Кинси».
- 6 Модель ADL-LC. Матрица БКГ.
- 7 Запланированные и эмерджентные инновационные стратегии.
- 8 Классификация инновационных стратегий по объектам инноваций.
- 9 Имитационные стратегии инновационной деятельности.
- 10 Конкурентные инновационные стратегии. Методы реализации стратегии опережения.

Тема 6. Стратегическое управление и планирование (ПК-1)

Лекция.

Сущность и принципы стратегического управления корпорацией. Сущность процесса стратегического планирования. Метод сценарного планирования. Управление портфельной стратегией корпорации. Управление деловой и функциональной стратегиями.

Практическое занятие.

Кейс-задание

Компания «Сибнефть»

Задания для самостоятельной работы.

Цель - изучение основных положений концепции стратегического управления и планирования корпорацией, включая методологическое обеспечение данного процесса.

Задачи: Детально рассмотреть сущность и принципы стратегического управления корпорацией, сущность процесса стратегического планирования, метод сценарного планирования, управление портфельной стратегией корпорации, управление деловой и функциональной стратегиями.

Краткое содержание и рекомендации:

Проанализировать взаимосвязь понятий «стратегия», «стратегическое планирование» и «стратегическое управление».

Сущность процесса стратегического планирования.

Приемы формального стратегического планирования.

Метод сценарного планирования как инструмент формального стратегического планирования.

Управление портфельной стратегией организации (корпорации).

Управление деловой и функциональной стратегиями.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Кейс

Тема 2. Стратегический анализ внешней среды организации: методы (техники) анализа макросреды организации

Тема: Разработка стратегии компании

Общая учебная цель. Приобретение практических навыков в разработке стратегии компании на конкретном примере.

Частные учебные цели отдельных фрагментов (этапов) игры:

- проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ);
- проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок);
- проведение анализа внутренней среды компании
- проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании;
- выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню.

Подготовка игры

Игра начинается после завершения лекционного курса и самостоятельного изучения специальной литературы, указанной преподавателем.

Руководитель игры (преподаватель)

1. Распределяет участников на группы по 4-6 человек в каждой группе. В каждой группе формируют:

- высшее руководство (руководитель группы по разработке стратегии) - 1 человек (наиболее подготовленный студент);
- специалистов соответствующих служб (финансисты, маркетологи, менеджеры) – 3-5 человек.

2. Дает задание на проведение деловой игры, основная часть которого - описание технологического и финансово-экономического фона игры с перечнем условий (исходных данных), в которых находится компания. Задание может быть выдано участникам заранее (за 7 дней до начала игры), но при ограниченности времени оно может включаться во временной регламент игры.

Технологический фон игры

Несмотря на все разнообразие техник, приемов и методов, облегчающих анализ среды и разработку стратегии, сама разработка - процесс творческий. Действительно, если использовать только известные приемы, вряд ли удастся получить оригинальный результат. Поэтому ко всем техникам, приведенным в нашем курсе лекций, надо относиться только как к инструменту, способному облегчить, но никоим образом не подменить творческую сторону процесса разработки стратегии.

Условия игры

1. Каждая группа участников должна иметь перечень документов в соответствии с предложенным заданием.
2. Руководитель группы для выполнения анализа и расчетов по отдельным этапам в соответствии со сценарием игры назначает ответственного специалиста экономической службы из состава участников группы.
3. Проведение игры предусматривает упрощенную схему: предложения по методике и практике расчетов движутся снизу (от исполнителя) вверх (руководитель группы) и директивным методом сверху вниз.
4. Окончательные результаты стратегического анализа формирует руководитель группы вместе с участниками, ответственными за отдельные этапы игры, в ходе производственного (учебного) совещания.

Регламент (расписание) игры

1. Общее время игры - 6 часов (1 час - 45 мин).
2. Вступительное слово руководителя игры и формирование групп из участников (с назначением руководителя группы) - 15 мин.
3. Постановка задачи (задание на игру) - 15 мин.
4. Разработка первого этапа сценария - «Проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ)» - 30 мин.
5. Разработка второго этапа сценария - «Проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок)» - 45 мин.
6. Разработка третьего этапа сценария - «Проведение анализа внутренней среды компании» - 90 мин.
7. Разработка четвертого этапа сценария - «Проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании» - 30 мин.
8. Разработка пятого этапа сценария - «Выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню» - 30 мин.
9. Обсуждение итогов игры с оценкой работы отдельных групп - 15 мин.

Выход (итоги) игры

Оформленные расчеты показателей эффективности инвестиционного проекта.

Оценка работы групп

1. Максимальное число баллов при правильном расчете соответствующих показателей, а также соблюдении общего регламента - 10 баллов.
2. За каждую ошибку методического характера снижается 2 балла.
3. За каждую ошибку арифметического характера снижается 1 балл.
4. Каждое обращение к руководителю игры (преподавателю) после постановки задания на игру в целях оказания методической или какой-либо другой помощи снижает оценку на 1 балл.

Сценарий игры

1. Руководитель игры выделяет пять основных этапов ее проведения в следующей последовательности:
 - проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ);
 - проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок);
 - проведение анализа внутренней среды компании
 - проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании;
 - выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню.

2. После разработки отдельных этапов руководитель группы совместно с ответственными исполнителями оформляет итоговые документы по каждому фрагменту игры.

Тема 4. Основные составляющие анализа внутренней среды организации

Тема: Разработка стратегии компании

Общая учебная цель. Приобретение практических навыков в разработке стратегии компании на конкретном примере.

Частные учебные цели отдельных фрагментов (этапов) игры:

- проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ);
- проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок);
- проведение анализа внутренней среды компании
- проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании;
- выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню.

Подготовка игры

Игра начинается после завершения лекционного курса и самостоятельного изучения специальной литературы, указанной преподавателем.

Руководитель игры (преподаватель)

1. Распределяет участников на группы по 4-6 человек в каждой группе. В каждой группе формируют:
 - высшее руководство (руководитель группы по разработке стратегии) - 1 человек (наиболее подготовленный студент);
 - специалистов соответствующих служб (финансисты, маркетологи, менеджеры) – 3-5 человек.
2. Дает задание на проведение деловой игры, основная часть которого - описание технологического и финансово-экономического фона игры с перечнем условий (исходных данных), в которых находится компания. Задание может быть выдано участникам заранее (за 7 дней до начала игры), но при ограниченности времени оно может включаться во временной регламент игры.

Технологический фон игры

Несмотря на все разнообразие техник, приемов и методов, облегчающих анализ среды и разработку стратегии, сама разработка - процесс творческий. Действительно, если использовать только известные приемы, вряд ли удастся получить оригинальный результат. Поэтому ко всем техникам, приведенным в нашем курсе лекций, надо относиться только как к инструменту, способному облегчить, но никоим образом не подменить творческую сторону процесса разработки стратегии.

Условия игры

1. Каждая группа участников должна иметь перечень документов в соответствии с предложенным заданием.
2. Руководитель группы для выполнения анализа и расчетов по отдельным этапам в соответствии со сценарием игры назначает ответственного специалиста экономической службы из состава участников группы.
3. Проведение игры предусматривает упрощенную схему: предложения по методике и практике расчетов движутся снизу (от исполнителя) вверх (руководитель группы) и директивным методом сверху вниз.
4. Окончательные результаты стратегического анализа формирует руководитель группы вместе с участниками, ответственными за отдельные этапы игры, в ходе производственного (учебного) совещания.

Регламент (расписание) игры

1. Общее время игры - 6 часов (1 час - 45 мин).
2. Вступительное слово руководителя игры и формирование групп из участников (с назначением руководителя группы) - 15 мин.
3. Постановка задачи (задание на игру) - 15 мин.

4. Разработка первого этапа сценария - «Проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ)» - 30 мин.
5. Разработка второго этапа сценария - «Проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок) – 45 мин.
6. Разработка третьего этапа сценария – «Проведение анализа внутренней среды компании» - 90 мин.
7. Разработка четвертого этапа сценария – «Проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании» - 30 мин.
8. Разработка пятого этапа сценария - «Выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню» - 30 мин.
9. Обсуждение итогов игры с оценкой работы отдельных групп – 15 мин.

Выход (итоги) игры

Оформленные расчеты показателей эффективности инвестиционного проекта.

Оценка работы групп

1. Максимальное число баллов при правильном расчете соответствующих показателей, а также соблюдении общего регламента - 10 баллов.
2. За каждую ошибку методического характера снижается 2 балла.
3. За каждую ошибку арифметического характера снижается 1 балл.
4. Каждое обращение к руководителю игры (преподавателю) после постановки задания на игру в целях оказания методической или какой-либо другой помощи снижает оценку на 1 балл.

Сценарий игры

1. Руководитель игры выделяет пять основных этапов ее проведения в следующей последовательности:
 - проведение анализа макросреды компании (PEST-анализ);
 - проведение анализа микросреды компании (отраслевой рынок);
 - проведение анализа внутренней среды компании
 - проведение SWOT-анализа и определение стратегических альтернатив в развитии компании;
 - выбор базовой стратегии и переход к оперативному уровню.
2. После разработки отдельных этапов руководитель группы совместно с ответственными исполнителями оформляет итоговые документы по каждому фрагменту игры.

Тема 5. Анализ конкурентных стратегий организации

"Чем заниматься, чтобы преуспеть?"

Уральская компания "Очки для вас" присутствуем на рынке более 20 лет, изначально компания была основана как производственная. Впоследствии стала развивать свою розничную сеть продаж. В производственном направлении перспективной областью является изготовление индивидуализированных рецептурных очковых линз. Индивидуальные средства коррекции зрения в среднем дают клиенту качество в полтора раза лучше, чем стандартные. По стране доля индивидуальных линз составляет 2,5% в объемах продаж очковой оптики, в нашей сети — 35 — 40%.

Какую портфельную стратегию необходимо выбрать компании?

Следует ли развивать масштабнее розничную сеть?

Какое конкурентное преимущество следует формировать компании и какие барьеры могут ее защитить?

Опрос

Тема 1. Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг

1. Этапы формирования системы стратегического управления.
2. Взгляд ученых в области менеджмента на сущность стратегического управления.

3. Развитие стратегического управления на российских предприятиях.

Тема 2. Стратегический анализ внешней среды организации: методы (техники) анализа макросреды организации

1. Факторы составляющей «Анализ прочих значимых факторов». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.
2. Составляющие анализа внутренней среды организации. Факторы составляющей «Общее описание бизнеса».
3. Техники, применяемые для анализа составляющей «Общее описание бизнеса». Вертикальная и горизонтальная интеграция.
4. Цепочка создания ценности. Основные и вспомогательные процессы (по М. Портеру).
5. Факторы составляющей «Оценка текущей стратегии». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.

Тема 3. Стратегический анализ внутренней среды организации: методы (техники) анализа микросреды (отрасли) организации

1. Профиль конкурентной позиции организации. Метод перечня критериев.
2. Профиль конкурентной позиции организации. Методы анализа «GAP». Метод «PDS».
3. Профиль конкурентной позиции организации. Модель Мак-Кинси «7S». Модель «Дженерал Электрик»/«Мак-Кинси».
4. Профиль конкурентной позиции организации. Модель ADL-LC. Матрица БКГ.
5. Стратегический SWOT-анализ: сущность и содержание. Составляющие «Сильных и слабых сторон».
6. Стратегический SWOT-анализ: сущность и содержание. Составляющие «Возможности и угрозы внешней среды».
7. Стратегические направления конкуренции.

Тема 4. Основные составляющие анализа внутренней среды организации

1. Управленческий анализ.
2. Цели и методы управленческого анализа.
3. Методологические принципы управленческого анализа и уровни его проведения.
4. Анализ положения компании.
5. Стратегические и финансовые индикаторы работы компании.
6. Определение внутренних сильных и слабых сторон организации.
7. Выявление внешних благоприятных возможностей и угроз.
8. SWOT-анализ и методика его использования в практике управления.

Тема 5. Анализ конкурентных стратегий организации

1. Конкурентное преимущество.
2. Основные пути определения конкурентных преимуществ.
3. Формы конкурентных преимуществ.
4. Источники конкурентных преимуществ.
5. Пять основных конкурентных стратегий.
6. Стратегия лидерства на основе низких издержек.
7. Стратегия дифференциации, или индивидуализации.
8. Направления дифференциации.
9. Стратегия наилучшей стоимости.
10. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе низких издержек.
11. Стратегия концентрации на узком сегменте или нише рынка на основе дифференциации.
12. Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентоспособности.

13 Использование оборонительных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.

Подготовка электронной презентации

Тема 4. Основные составляющие анализа внутренней среды организации

1. Характеристика типовых конкурентных стратегий.
2. Запланированные и эмерджентные инновационные стратегии.
3. Классификация инновационных стратегий по объектам инноваций.
4. Имитационные стратегии инновационной деятельности.
5. Конкурентные инновационные стратегии. Методы реализации стратегии опережения.
6. Сущность и принципы стратегического управления организацией (корпорацией). Взаимосвязь понятий «стратегия», «стратегическое планирование» и «стратегическое управление».
7. Управление портфельной стратегией организации (корпорации).
8. Управление деловой и функциональной стратегиями.
9. Этапы выбора стратегии корпорации (блок-схема алгоритма выбора).
10. Метод выбора базовых стратегий организации (метод стратегического куба).
11. Сущность процесса стратегического планирования.
12. Приемы формального стратегического планирования.
13. Метод сценарного планирования как инструмент формального стратегического планирования.
14. Основные объекты управления стратегическими изменениями.
15. Схема управления изменениями.
16. Сопротивление изменениям в организациях.
17. Подходы для преодоления сопротивления изменениям.
18. Содержание программы управления стратегическими изменениями.

Практическое задание

Тема 1. Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг

Проведите стратегический анализ поведения потребителей конкретной туристической услуги на региональном рынке

Реферат

Тема 3. Стратегический анализ внутренней среды организации: методы (техники) анализа микросреды (отрасли) организации

1. Стратегическое управление организацией в условиях рынка.
2. Формирование стратегических зон хозяйствования организации.
3. Стратегический анализ потенциала организации.
4. Анализ внешней и внутренней среды организации.
5. Процесс стратегического планирования в организации.
6. Инструменты стратегического анализа и оценки организации.
7. Разработка стратегии организации.
8. Экономическая стратегия фирмы.
9. Методы реализации стратегии.
10. Человеческий фактор в реализации стратегии.
11. Механизмы принятия стратегических решений в организации.

Собеседование

Тема 1. Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг

1. Барьеры принятия стратегических решений в организации.
2. Исследовательские инструменты, используемые менеджером для информационной поддержки стратегического развития организации.
3. Основные этапы построения стратегии инновационно-технологического развития организации. Ключевые ресурсы, используемые при формировании стратегии.
4. Особенности стратегического менеджмента в организациях малого бизнеса.
5. Построение классификации стратегических решений в управлении внешнеэкономической деятельностью организации.
6. Проблемы стратегического анализа деятельности предприятий, ориентированных на международную деятельность.
7. Разработка стратегии антикризисного управления для организации, объявленной банкротом.
8. Организация менеджером процесса реализации стратегических изменений в организации.
9. Оценка российской практики реализации задач стратегического менеджмента. Сравнительный анализ российского и зарубежного опыта.

Тема 4. Основные составляющие анализа внутренней среды организации

- 1 Стратегический анализ затрат и цепи издержек.
- 2 Сравнение затрат по основным видам деятельности.
- 3 Стратегические возможности достижения конкурентоспособности в издержках.
- 4 Анализ цепи издержек, компетентность и конкурентоспособность.
- 5 Определение конкурентных позиций компании.
- 6 Количественные оценки конкурентоспособности компании.
- 7 Стратегические проблемы компании и разработка полного плана стратегических действий на основе результатов анализа ситуации в компании, в отрасли и состояния конкуренции.

Тема 6. Стратегическое управление и планирование

1. В чем сущность и содержание управленческого анализа?
2. Перечислите элементы методической базы управленческого анализа.
3. Как проводить оценку эффективности действующей стратегии компании?
4. Какие существуют модели проведения SWOT-анализа в практике управления компаниями?
5. Как выбрать критерии оценки конкурентоспособности компании?
6. Как оценить конкурентоспособность компании по уровню цен и издержек?

Тестирование

Тема 6. Стратегическое управление и планирование

1. Стратегический менеджмент как отрасль управленческой науки возник:

- a) в начале XX века
 - b) в 60-е годы XX века
 - c) в 70-е годы XX века
 - d) в 80-е годы XX века
 - e) в 90-е годы XX века
2. Какие из перечисленных методов (инструментов) стратегического менеджмента помогут разработать стратегии низких издержек:
- a) метод кривой опыта
 - b) метод отказа от дорогостоящих продуктов и услуг
 - c) метод эффекта масштаба
 - d) метод совершенствования технологии производственного процесса
 - e) все перечисленное

3. Каковы, на ваш взгляд, первоочередные задачи маркетинговой стратегии корпорации для среды стабилизирующегося рынка:

- a) ориентация на приобретение слабых конкурентов
- b) смещение акцента на способы ресурсосбережения
- c) разработки стратегии ценообразования, базирующегося на ценовой политике конкурента
- d) экономия затрат на маркетинг
- e) выход на внешние рынки
- f) все перечисленное

4. Стратегический анализ внешней среды позволяет ответить на следующие вопросы:

- a) какие экономические характеристики имеют первостепенное значение для отрасли
- b) какие конкурентные силы действуют в отрасли и насколько они сильны
- c) может ли компания конкурировать по издержкам, по стоимости
- d) какие компании занимают конкурентные позиции и оценить их силы
- e) что является для компании сильными, слабыми сторонами, благоприятными возможностями и угрозами:
- f) как работает используемая стратегия
- g) все перечисленное

5. Какие из перечисленных факторов влияют на высоту барьеров входа в отрасль конкурентам:

- a) лояльность покупателей торговой марки
- b) абсолютное лидерство по издержкам
- c) экономия на масштабах
- d) все перечисленные

6. Какие из перечисленных факторов определяют воздействия поставщиков на рынок:

- a) продукт, который они поставляют, имеют мало заменителей
- b) расходы по переходу на новый ресурс велики
- c) компаний, покупающих ресурс, мало и они не велики по размеру
- d) все перечисленные

7. Стратегический ситуационный анализ позволяет:

- a) оценить, может ли компания конкурировать по стоимости
- b) оценить конкурентные позиции компании
- c) оценить конкурентные силы, действующие на компанию
- d) выявить сильные и слабые стороны компании, благоприятные возможности и угрозы
- e) оценить работу используемой стратегии
- f) определить, какие стратегические действия определяют лицо компаний
- g) все перечисленное

8. На какие из ниже сформулированных вопросов позволяет ответить SWOT- анализ:

- a) использует ли компания внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в своей стратегии и какие из сильных сторон могут стать отличительными преимуществами
- b) какие ключевые факторы будут определять успех в конкурентной борьбе
- c) какие угрозы должны в первую очередь беспокоить менеджмент и какие стратегические действия должен он предпринять для защиты
- d) все перечисленное

9. Какие стратегические действия может использовать компания при возникновении стоимостных проблем в исходных звеньях цепочки ценностей:

- a) предпринять интеграцию меру
- b) использовать более привлекательные формы для участников каналов распределения
- c) добиваться более благоприятных целей поставщиков

10. Какие стратегические действия может использовать компания при возникновении стоимостных проблем во внутренних промежуточных звеньях цепочки ценности:

- a) инвестировать средства в ресурсосберегающие технологии
- b) уменьшить издержки за счет экономии в других частях цепочки
- c) повысить производительность труда и оборудования

все перечисленное

11. Основной недостаток модели Мак-Кинси:

- a) сложность разработки
- b) широта охвата
- c) множественность трактовки
- d) субъективность
- e) длительный период разработки

12. Цели должны удовлетворять следующим требованиям(5):

- a) конкретность
- b) достижимость
- c) согласованность
- d) глобальность
- e) устремленность в среднесрочную и долгосрочную перспективу
- f) измеримость
- g) срочность
- h) адаптивность

13. Конкурентный статус фирмы является результатом взаимодействия трех факторов:

- a) относительный уровень стратегических капитальных вложений
- b) конкурентная стратегия фирмы
- c) стабильность структуры рынка
- d) мобилизационные возможности(потенциал)фирмы
- e) продолжительность жизненных циклов

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-1, ПК-3)

Типовые вопросы зачета

1. Основные составляющие анализа микросреды организации. Факторы составляющей «Общий анализ отрасли».
2. Специальные и универсальные техники, применяемые для анализа составляющей «Общий анализ отрасли».
3. Маркетинговые исследования как универсальная техника при проведении общего анализа отрасли.
4. Факторы составляющей «Анализ конечных потребителей». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.
5. Факторы составляющей «Анализ конкурентной ситуации». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.
6. Факторы составляющей «Анализ прочих значимых факторов». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.
7. Составляющие анализа внутренней среды организации. Факторы составляющей «Общее описание бизнеса».
8. Техники, применяемые для анализа составляющей «Общее описание бизнеса». Вертикальная и горизонтальная интеграция.
9. Цепочка создания ценности. Основные и вспомогательные процессы (по М. Портеру).
10. Факторы составляющей «Оценка текущей стратегии». Техники, применяемые для анализа данной составляющей.
11. Конкурентоспособность и конкуренция. Пять конкурентных сил (по М. Портеру).

12. Принципы управления конкурентоспособностью. Конкурентные преимущества.
13. Механизм управления конкурентоспособностью.
14. Профиль конкурентной позиции организации. Метод перечня критериев.
15. Профиль конкурентной позиции организации. Методы анализа «GAP». Метод «PDS».
16. Профиль конкурентной позиции организации. Модель Мак-Кинси «7S». Модель «Дженерал Электрик»/«Мак-Кинси».
17. Профиль конкурентной позиции организации. Модель ADL-LC. Матрица БКГ.
18. Стратегический SWOT-анализ: сущность и содержание. Составляющие «Сильных и слабых сторон».
19. Стратегический SWOT-анализ: сущность и содержание. Составляющие «Возможности и угрозы внешней среды».
20. Стратегические направления конкуренции.

Типовые задания для зачета (ПК-1, ПК-3)

1. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний.
2. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений.
3. Потребительская ориентация организации: внешний и внутренний маркетинг.
4. Процесс принятия потребительского решения и его факторы.
5. Факторная модель потребительского поведения .
6. Факторы глобализации рынков.
7. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение
8. Демография и культура в потребительском поведении.
9. Ценностная компонента культуры потребительского сегмента.
10. Культурные вариации в потребительском поведении.
11. Особенности кросс-культурных и глобальных маркетинговых стратегий: потребительский аспект.
12. Интеррыночная сегментация: факторы и примеры использования.
13. Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение.
14. Критерии и границы социального класса.
15. Измерение социального статуса потребителей: однокритериальные и мультикритериальные показатели.
16. Критерии выбора шкалы оценки социального статуса потребителей.
17. Типы групп влияния на потребительское поведение.
18. Формы влияния референтных групп на потребительский выбор.
19. Модели процессов персонального влияния.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-1	На высоком уровне выполняет прогнозирование развития сферы туризма и туристской деятельности в разрезе различных уровней управления, в том числе на основе форсайт-технологий.
	ПК-3	На высоком уровне организует, координирует и контролирует деятельность по разработке бизнес- планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений
«не зачтено»	ПК-1	Демонстрирует не достаточный уровень знаний в выполнении прогнозирования развития сферы туризма и туристской деятельности в разрезе различных уровней управления, в том числе на основе форсайт-технологий.

«не зачтено»	ПК-3	Демонстрирует не достаточный уровень знаний в организации, координации и контроле деятельности по разработке бизнес-планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений
--------------	------	---

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учеб. пособие. - М.: [Федеральное агентство по туризму], 2014. - 304 с.
2. Морозов М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В. Экономика туризма : учебник. - М.: [Федеральное агентство по туризму], 2014. - 306 с.
3. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Кормишова А.В. Стратегический менеджмент в индустрии туризма : учеб. пособие. - М.: КНОРУС, 2014. - 152 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Скобкин С. С. Менеджмент в туризме : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 366 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453849>

6.3 Иные источники:

1. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>
3. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки - <http://obrnadzor.gov.ru>
4. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
5. Каталог образовательных ресурсов сети Интернет - www.catalog.iot.ru
6. Словари и энциклопедии он-лайн - <http://dic.academic.ru>
7. Интернет-энциклопедии - <http://www.rubicon.com/>
8. Библиотека ГОСТов - www.vsegost.com
9. Всемирная туристская организация (UNWTO) - <http://www.unwto.org>
10. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) - <http://www.wttc.org>
11. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации - <http://www.russiatourism.ru>
12. Ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туриндустрии - www.ratanews.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Операционная система "Альт Образование"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

LiteManager Pro - Server

Skype

Альт-Инвест сумм

Statistica Base 10 for Windows RU

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
4. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
5. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
6. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
7. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prlib.ru>
8. Научная электронная библиотека Российской академии естествознания. – URL: <https://www.monographies.ru>
9. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.