

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Е. В. Нехода

Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент

по направлению подготовки

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
Менеджмент

Форма обучения
Очная

Квалификация
Бакалавр

Год приема
2020

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП И.А. Павлова
Председатель УМК В.В. Маковеева

Томск – 2020

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

ПК-1 Способен участвовать в анализе, обосновании и выборе управленческих решений.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-4.1 Применяет основные методы определения возможностей и угроз во внешней среде организации, выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций.

ИПК-1.2 Анализирует внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации или бизнес-процесса.

Результаты освоения дисциплины:

– знает последовательность действий в процессе планирования и осуществления стратегии организации;

– понимает особенности принятия стратегических решений на различных уровнях управления организацией;

– владеет методами стратегического анализа и оценки моделей стратегического развития.

2. Задачи освоения дисциплины

Задачи сформированы на основе результатов освоения дисциплины и предопределяют выполнение следующих образовательных результатов:

– описывать систему стратегического управления в современных организациях (РД 1);

– проводить стратегический анализ предлагаемыми инструментами (РД 2);

– оценивать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности (РД 3).

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.07

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Седьмой семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Общий менеджмент, Международный бизнес, Маркетинг.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 16 ч.

-практические занятия: 30 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Раздел 1. Основы стратегического управления в современных организациях

1. Стратегическое управление организацией

Стратегический менеджмент как самостоятельная исследовательская область и управленческая практика. Существующие подходы к стратегическому управлению. Этапы развития стратегического менеджмента. Эволюция парадигм управления. Связь стратегического менеджмента со стратегией. Различия между стратегическим и оперативным управлением. Стратегическое мышление. Эффективный стратегический менеджмент. Ключевые элементы концепции стратегического управления в современных условиях. Индустрия4.0 и стратегическое управление.

2. Общая характеристика факторов, определяющих стратегический выбор компании

Нестабильность внешней среды и деятельность компании. Стратегическая установка. Стратегическое видение. Параметры стратегического видения и его преимущества. Стратегические альтернативы. Ценности и миссия компании. Формулирование миссии: причины и рекомендации. Ключевые цели и задачи организации. Особенности стратегических целей. Постановка целей по SMART. Стратегия компании. Мифы о стратегии. Природа стратегических решений. Запрограммированные и незапрограммированные решения.

3. Этапы стратегического управления

Стратегический анализ, стратегический выбор и реализация стратегии как ключевые этапы стратегического управления. Стратегический анализ: понятие и компоненты (цель, задачи, ожидания и полномочия, анализ внешней обстановки, анализ внутренних ресурсов). Стратегический выбор: понятие и компоненты (выработка вариантов стратегии, оценка вариантов стратегии, выбор стратегии, стратегические линии поведения и планы). Реализация стратегии: понятие, проблемы и мероприятия (разработка варианта действий при непредвиденных обстоятельствах, разработка организационной структуры, выбор системы управления организацией, политика организации, выбор организационного объединения и систем контроля).

4. Уровни стратегического управления

Стратегия компании. Пирамида разработки стратегии для диверсифицированной компании. Корпоративная стратегия. Бизнес-стратегия. Функциональная стратегия. Операционная стратегия. Пирамида разработки стратегии для однопрофильной компании. Консолидация усилий по выработке стратегии. Критерии успешной стратегии.

5. Стратегическое изменение

Роль изменений в стратегическом управлении. Виды стратегических изменений. Модели стратегических изменений. Стадии реализации. Стратегирование: сущность, преимущества и недостатки. Модель стратегирования.

Раздел 2. Стратегический анализ и применяемые методы

1. Анализ внешней среды

Микро- и макросреда компании. Роль анализа внешней среды. BANI-мир и лидерство в нем. Вызовы BANI-мира и его влияние на стратегические решения бизнес-структур.

2. Макроокружение организации

PESTLE-анализ. Количественная и качественная оценка. Отраслевой анализ. Определение доминирующих в отрасли экономических характеристик. Внеотраслевые возможности для бизнес-структур сегодня. Деятельность экосистем.

3. Конкурентное окружение организации

Структурный анализ конкурентного окружения. Модель конкуренции М. Портера. Угроза проникновения на рынок потенциальных конкурентов. Власть покупателей. Власть поставщиков. Угрозы со стороны заменителей товара или услуги. Уровень конкурентной борьбы между традиционными конкурентами. Продуктовые и географические границы товарного рынка. Барьеры для входа на рынок (экономические и административные ограничения, стратегия поведения компаний, направления на создание барьеров входа на рынок, наличие среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов вертикально-интегрированных компаний). Рыночная власть.

Анализ затрат конкурентов: выявление стратегических факторов, управляющих затратами; анализ затрат, моделирование затрат конкурента.

Карты стратегических групп.

Общие конкурентные стратегии: лидерство по затратам, индивидуализация (дифференциация) и фокусирование. Ключевые факторы успеха.

4. Анализ внутренней среды компании

Ключевые элементы внутренней среды. Цели (задачи). Структура организации. Финансовые ресурсы. Трудовые ресурсы. Производственная деятельность. Сбыт. Исследования и разработки. Системы и процедуры. Информационное обеспечение, необходимое для исследования внутренних факторов. Использование управленческого учета. Анализ ключевых компетенций и конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха и устойчивое конкурентное преимущество. Этапы процесса оценки преимуществ и недостатков. Результативность использования ресурсов. SNW-анализ. Анализ гибкости и навыков. Модель формирования стоимости М. Портера. VRIO-анализ.

5. Ситуационный анализ

Необходимость проведения ситуационного анализа в рамках стратегического управления. Оценка применяемой стратегии. **Gap-анализ.** SWOT-анализ. Идентификация стратегических походов для выработки дальнейших действий. Метод экспертных оценок.

6. Анализ выгодного стратегического положения

Определение наиболее выгодного стратегического положения. SPACE-модель. Адаптация и использование лучшего опыта в деятельности компании. Бенчмаркинг. Выявление новых трендов и прогнозирование их востребованности у конечного потребителя в будущем.

7. Управление заинтересованными сторонами

Концепция заинтересованных сторон. Существующие определения заинтересованных сторон. Выявление заинтересованных сторон. Составление карты заинтересованных сторон, карты отношений и списка 9С. Анализ заинтересованных сторон: цели, матрица власть и интерес Менделоу/Джонсона, матрица власть и интерес Прайса. Девять карт заинтересованных сторон по Скоулзу. Управление заинтересованными сторонами.

Раздел 3. Корпоративные стратегии и возможности для их реализации

1. Классические стратегии

По уровням разработки стратегий. Базовые (базисные, эталонные) стратегии. Конкурентные стратегии. Стратегии слияния и поглощения. Международные стратегии. Стратегические хозяйственные зоны. Стратегические ошибки.

2. Стратегии внутреннего роста современных компаний

Факторы, влияющие на выбор стратегий внутреннего роста. Виды стратегий внутреннего роста. Концентрация, развитие рынка, разработка (обновление) продукта и диверсификация как стратегии внутреннего роста (понятие, преимущества и недостатки, применение российскими компаниями).

3. Стратегии внешнего роста современных компаний.

Факторы, влияющие на выбор стратегий внешнего роста. Диверсификация (концентрическая и конгломератная) и интеграция (горизонтальная и вертикальная) как стратегии внешнего роста (понятие, преимущества и недостатки, применение российскими компаниями).

4. Международные стратегии современных компаний.

Факторы, влияющие на принятие решений о международной стратегии. Трудности реализации данных стратегий. Направления международного стратегического развития. Международные стратегии и финансовое планирование.

5. Корпоративные стратегии слияния и поглощения.

Корпоративные стратегии слияния и приобретения: определение, мотивы, формы. Сопротивление приобретению и разделение компании.

6. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании

Использование матричного анализа. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ). Матрица «Привлекательность отрасли – конкурентоспособность» (матрица GeneralElectric (GE) /McKinsey). Матрица «Продукт – рынок» И. Ансоффа. Признаки дисбаланса и устойчивого развития. Стратегия входа на рынок. Стратегия ухода с рынка. Создание портфеля и выбор оптимального портфеля. Корректировка стратегии.

7. Стратегии сегодня

Стратегия голубого океана. Цифровая (диджитал) стратегия. Стратегия в области устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности. Климатическая стратегия. Стратегии 2020. Обдуманная и срочная стратегии. Стратегии и действия.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, подготовки домашних заданий, решении кейсов, ситуационных задач, ответов на вопросы, выполнения трех самостоятельных практических работ.

Текущий контроль по дисциплине включен в систему оценивания результатов обучения по дисциплине (таблица 1).

Таблица 1 – Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Способ оценивания	Критерий	Оценка изменяется пропорционально отклонению и весу
Посещение лекционных занятий	Присутствие в аудитории, б.	0,5 б. – 2 ч. контактной работы (от 0 до 3,5 б.)
Посещение практических занятий (не более 22 ч.*)	Присутствие в аудитории, б.	0,5 б. – 2 ч. контактной работы (от 0 до 5,5 б.)
Практическая работа «Основы стратегического управления в современных организациях» (ментальная карта, РД1)	Оформленная и представленная работа, б.	От 0 до 5 б.
Практическая работа «Стратегический анализ компании» (аналитическая записка, РД2)	Оформленная и представленная работа, б.	От 0 до 5 б.
Практическая работа «Оценка стратегии и ее выбор» (презентация и устный доклад, РД3)	Оформленная и представленная работа, б.	От 0 до 5 б.

Экзамен (письменный, РД 1, РД 2, РД 3)	Заполненный и сданный экзаменационный билет, б.	От 0 до 20 б.
Итого		От 0 до 44 б.

*Посещение четырех практических занятий не оценивается.

Кроме того, текущий контроль проводится на каждом практическом занятии, где активность обучающегося обозначается определенным цветом:

- голубой цвет: обучающийся отсутствовал по уважительной причине (например, болезнь, на основании первичных документов, высланных на электронную почту преподавателя), долг можно отработать на консультации;

- красный цвет: обучающийся отсутствовал / был не готов / молчал, для отработки будет специальный день долгов;

- белый цвет: обучающийся себя не проявил на занятии, можно отработать на консультации;

- желтый цвет: обучающийся принимал активное участие в выполнении заданий.

При подведении итогов для положительной оценки не должно быть красных зон, может быть одна голубая или белая.

Текущий контроль по дисциплине фиксируется в электронной таблице, выложенной в соответствующем курсе Moodle, проставляется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация в виде письменного экзамена включена в систему оценивания результатов обучения по дисциплине.

Каждому обучающемуся выдается экзаменационный бланк с 4 заданиями, на которые необходимо дать ответ в течение 70 минут. Каждое задание оценивается от 0 до 5 б. и направлено на достижение образовательных результатов по дисциплине (два задания на РД 2, по одному – на РД 1, РД 3).

Все задания формируются на основе содержания дисциплины и источников, рекомендованных для изучения во время прохождения дисциплины. Во время экзамена можно пользоваться собственными источниками на бумажных носителях, но нельзя – электронными средствами.

Результаты по дисциплине, включая проверенные экзаменационные билеты, размещаются в течение двух дней после дня проведения экзамена в Moodle.

Примерный перечень заданий:

1. Опишите, каким образом факторы внешней среды влияют на разработку и реализацию стратегии?

Обосновать свой ответ и привести примеры, используя не менее 4 факторов (РД 1).

2. Сравните, пожалуйста, между собой матрицы «Власть и интерес Менделоу/Джонсона», «Власть и интерес Прайса», «Девять карт заинтересованных сторон по Скоулзу».

Необходимо выбрать не менее 4-х критериев, обосновав их, и сделать выводы (РД 2).

3. Созданная компания (основная функция – продажа специальных автоматизированных принадлежностей, в частности, кресел для передвижения людей с ограниченными физическими возможностями) планирует самостоятельно проектировать, создавать и реализовывать такие необходимые приспособления, тем самым регулярно совершенствовать конструкцию и грамотно использовать обратную связь от

определенного круга потребителей. При этом она планирует заниматься еще и импортом этой продукции, регулярным ее сервисным обслуживанием и сдачей оборудования в прокат.

Необходимо предложить стратегию развития компании. С чего бы Вы начали разработку стратегии данной компании? Пожалуйста, опишите все Ваши шаги. Вы описываете свои действия применительно к предложенной компании (РД 3).

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Итоговая оценка формируется исходя из максимального балла по дисциплине (44 б.) и процента набранных от него баллов каждым обучающимся (таблица 3). Баллы, набранные обучающимися по дисциплине, фиксируются в электронной таблице, выложенной в соответствующем курсе Moodle.

Таблица 3 – Формирование итоговой оценки по дисциплине

Итоговая оценка	Процент набранных баллов
Удовлетворительно	51 % – 66 % (включая 66, (9))
Хорошо	67 % – 83 % (включая 83, (9))
Отлично	84 % – 100 %
Неудовлетворительно	Менее 51 %

Обучающиеся, имеющие по итогам текущего контроля 1 и более задолженностей и/или не выполнившие экзаменационные задания и/или не явившиеся на экзамен, проходят промежуточную аттестацию на основе устного опроса по контрольным вопросам, которые дублируют содержание дисциплины, структурированное по темам

Примеры вопросов.

1. Что представляет собой структурный анализ конкурентного окружения (РД 1)?
2. Нарисуйте, пожалуйста, матрицу Бостонской консалтинговой группы (БКГ) и опишите механизм ее составления (РД 2).
3. Приведите, пожалуйста, примеры использования стратегий внутреннего роста российскими компаниями (не менее 3) (РД 3).

Количество вопросов формируется следующим образом: 5 базовых + определенное количество дополнительных (оно зависит от количества долгов, т.е 1 «красная зона» равна 1 дополнительному вопросу).

Для получения оценки:

- «отлично» нужно верно ответить на все вопросы;
- «хорошо» допускается 1 неправильный ответ;
- «удовлетворительно» – 2 неправильных ответа.
- «неудовлетворительно» – 3 неправильных ответа.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=25501>.

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Заданиям к практическим занятиям и обязательным работам по дисциплине, представленные в электронном учебном курсе.

г) Материалы по лекциям, корпоративным видео, обучающим видео, представленные в электронном учебном курсе.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А.Т.Зуб. – 4е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021.–375с.– (Высшее образование). – ISBN978-5-534-03013-6.– Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ez.lib.tsu.ru/bcode/488958> (дата обращения:07.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

б) дополнительная литература:

Учебники и учебные пособия:

– Голубков Е.П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е.П.Голубков. – Москва: Издательство Юрайт, 2020.– 290с. – (Высшее образование).– ISBN978-5-534-03369-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – С. 89-91.– <https://urait-ru.ez.lib.tsu.ru/book/strategicheskiiy-menedzhment-468863> (дата обращения: 07.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

– Ковалев В.А. Современный стратегический анализ: [учебник для обучающихся по программам высшего профессионального образования направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент»] / В.А.Ковалев. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2016. – 286,[1] с. : ил., табл. – (Учебник для вузов).– (Стандарт третьего поколения). – С.28-92.

– Менеджмент в действии / BZRR716 Менеджмент в действии: в 7 книгах: Учеб. пособие / Пер. с англ. Под. общ. ред. В.Н. Голубкина. –Жуковский: МИМЛИНК, 2013. – Книга1. Введение в менеджмент. – С.27-40.

– Современный стратегический анализ : учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова[и др.]; под общей ред. проф., д-ра экон. наук Е.Ю. Кузнецова. – Екатеринбург: Изд-воУрал.ун-та, 2016.– С.43-46.

– Тебекин А.В. Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / А.В.Тебекин. – 2-е изд., перераб.и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 333с. – (Бакалавр. Прикладной курс).– ISBN978-5-9916-5133-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].– С.163-165. – <https://urait-ru.ez.lib.tsu.ru/book/strategicheskiiy-menedzhment-478107> (датаобращения:07.09.2021). – Режим доступа: по подписке.

Статьи из периодических изданий:

– Банги С. Пять мифов о стратегии // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание.– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 24 июня 2019.– URL: <https://hbr-russia.ru/management/strategiya/804845> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Берк Эндрю Стелван Андре Турик Рой Голубой океан против «пяти сил» Портера // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020.– 13 августа 2010.– URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a10697> (дата обращения: 16.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– В Starbucks я делаю то, что приносит мне радость// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 08 октября 2019.– URL:<https://hbr-russia.ru/liderstvo/lidery/813118> (дата обращения: 11.10.2019). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Верховский Н., Соболев С. Цифровые неудачники : почему диджитал-трансформации заканчиваются провалом // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 06 апреля 2020.– URL:<https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/827263> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– ВильенаВ., ДжойаД. Поставщики под ударом общественного мнения// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 26 мая 2020. – URL:<https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/etika-i-reputatsiya/831080>(дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: для зарегистр.

пользователей.

– Иванющенкова М., Фуколова Ю. Мы тут стратегии разрабатываем, а похоронные венки уже вынесли// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание.– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 13 февраля 2020.– URL:<https://hbr-russia.ru/liderstvo/lidery/821870> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Ким Ч., Моборн Р. Стратегия голубого океана// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 15марта 2010. – URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a10531>(дата обращения: 16.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– КимЧ., Моборн Р. Стратегия // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание.– Электрон. дан. – М., 2004-2020.– 23ноября 2009.– URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a10017>(дата обращения: 16.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Коулберн И. Как Индустрия4.0 меняет бизнес в мире и России// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 11 марта 2020. – URL:<https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/ekonomika/824880>(дата обращения: 17.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Майкл Р. Новое понимание конкуренции: от пяти сил – к одной// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание.– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 01ноября2013. – URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a13021> (дата обращения: 08.04.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Мезенцев М. Uber в поле// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 16 августа 2019. – URL:<https://hbr-russia.ru/innovatsii/startapy/807861> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Нуйи И., Говиндараджан В. Перейти на светлую сторону// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание.– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 26 мая 2020. – URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/831045> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Олди Дж., Джанфрате Дж. Климатическая стратегия как защита от будущих потрясений// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 22 ноября 2019.– URL:<https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/815245> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Пешкова И. Когда корабль идет ко дну// Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 18сентября 2019.– URL:<https://hbr-russia.ru/management/upravlenie-izmeneniyami/810039> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Портер М. Как строить стратегию на основе пяти конкурентных сил // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 27 октября 2008.– URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/a9333> (дата обращения: 17.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Спитцер С.У., Мэндик Дж.Что нужно знать о рейтингах устойчивого развития // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 26 августа 2019 .– URL:<https://hbr-russia.ru/management/korporativnyu-opyt/809916> (дата обращения: 29.05.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Ферр Н., Шипилов А. Переход на цифру не требует перестройки // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 28 августа 2019.– URL:<https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/807916> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Харрис М.,Тейлер Б. Одержимые метриками: как цифры вытесняют цель // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 21 октября 2019. – URL:<https://hbr-russia.ru/management/strategiya/812364> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Херли Р. Чем грозит безудержное новаторство // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 15 января 2020.– URL:<https://hbr-russia.ru/innovatsii/upravlenie-innovatsiyami/817410> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Чернозатонская Е. Без конкуренции мы бы лениво ползли // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 2 июля 2019.– URL:<https://hbr-russia.ru/innovatsii/tekhnologii/802303> (дата обращения: 02.04.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

– Чулок А. Что ждет бизнес в эру бессмертия? // Harvard Business Review Россия: электронное периодическое издание .– Электрон. дан. – М., 2004-2020 .– 17 февраля 2020. – URL:<https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/nauka/821963> (дата обращения: 01.03.2020). – Режим доступа: для зарегистр. пользователей.

в) ресурсы сети Интернет:

– Rbc.ru : деловой портал. – [Б. м.], 1995-2022. – URL: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).

– Ведомости : деловое издание. – [Б. м.], 1999-2022. – URL: <https://www.vedomosti.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).

– Готовые шаблоны // PowerBranding.ru – Электрон. дан. – [Б. м.], 2000-2017. – URL: <http://powerbranding.ru/shablony/> (дата обращения: 12.08.2020).

– Корпоративные сайты российских и международных компаний, некоммерческих организаций, международных организаций, аналитических агентств.

– Матрица SPACE // Dekanblog: блог Мурзинова А.В. – Электрон. дан. – [Б. м.], 2009-2020. – URL: <https://www.dekanblog.ru/matrica-space/> (дата обращения: 12.08.2020).

– Морская капуста удивляет европейцев // Euronews по русски: [YouTube канал]. – [Б. м.], 2020. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WgIHyMhRFhE> (дата обращения: 10.06.2020). – Формат изобр.: MP4.

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакетпрограмм. Включаетприложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (GoogleDocs, Яндекс диск и т.п.).

– публично доступные онлайн-платформы для дизайна и публикаций.

– публично доступные онлайн-платформы для создания ментальных карт.

б) информационные справочные системы:

– Электронные ресурсы Научной библиотеки Томского государственного университета. – [Б. м.], 2022. – URL: <https://login.ez.lib.tsu.ru/menu> (дата обращения: 22.02.2022).

– КонсультантПлюс : справочная правовая система. – [Б. м.], 1997-2022. – URL: <https://www.rbc.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).

в) профессиональные базы данных:

– Информационный ресурс СПАРК : сетевое издание. – [Б. м.], 2022. – URL: <https://www.spark-interfax.ru/>(дата обращения: 22.02.2022).

– Harvard Business Review Россия : сетевое издание. – [Б. м.], 2022. – URL: <https://hbr-russia.ru/> (дата обращения: 22.02.2022).

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютерной техникой, демонстрационным, проекционным оборудованием и доступом к сети Интернет.

Аудитории для проведения практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные компьютерной техникой, демонстрационным, проекционным оборудованием и доступом к сети Интернет.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

15. Информация о разработчиках

Редчикова Наталия Александровна, канд. экон. наук, доцент кафедры СМиМ ИЭМ ТГУ.