

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

Факультет инновационных технологий

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

С. В. Шидловский

Рабочая программа дисциплины

Стратегический менеджмент в инновационных организациях

по направлению подготовки / специальности

27.03.05 Инноватика

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Управление инновациями в наукоемких технологиях

Форма обучения

Очная

Квалификация

инженер-аналитик/инженер-исследователь

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

О.В. Вусович

Председатель УМК

О.В. Вусович

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК 3 – Способен осуществлять выбор продуктовой ниши и разработку продуктовой стратегии

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОПК 3.3 Умеет разрабатывать продуктовые стратегии, основанные на продуктах, имеющих наилучшие рыночные перспективы

2. Задачи освоения дисциплины

– изучить сущность стратегического менеджмента, его основные составляющие, методологические основы анализа внутренней и внешней среды предприятия, классификацию стратегий предприятия;

– изучить методы и способы предвидения изменений в стратегических зонах хозяйствования, разработки корпоративных стратегий, стратегий бизнеса, функциональных и оперативных стратегий в условиях неопределенности и непредсказуемости изменений во внешней среде;

– освоить навыки стратегического анализа факторов внешней и внутренней среды и инструменты стратегического управления, анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

– овладеть навыками диагностики и разработки стратегий предприятия.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

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

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

Девятый семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Менеджмент», «Экономические основы предпринимательской деятельности», «Теория систем управления»

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

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

-лекции: 24 ч.

-практические занятия: 24 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

ТЕМА №1. Основные понятия стратегии управления организацией. Стратегический анализ, классификация стратегий

Понятие стратегии. Анализ внешней и внутренней среды бизнеса, элементы внешней и внутренней среды организации. Определение критических точек организационной среды. Критические точки в деятельности российских фирм. Формирование базы данных о внутренней и внешней среде организации, техника анализа. Источники анализа, оценка информации и внутренней и внешней среде. Определение направления движения. Определение стратегических целей организации.

Стратегический анализ в организации: анализ разрыва, анализ издержек и кривая опыта, анализ динамики рынка, модель продукт-рынок. Портфельные модели анализа стратегии. Варианты стратегии в рамках матрицы БКГ, анализ ПИМС, модель Мак-кинси. Конкурентный анализ по М. Портеру.

Формулирование стратегии. Общие стратегии, функциональные стратегии, стратегии конкуренции. Функциональные, корпоративные и глобальные стратегии. Ограничения при формулировании стратегий. Методы формулирования и разработки стратегий

Стратегия деловой единицы и общефирменная стратегия. Соотношения стратегического и тактического менеджмента – методы их согласования и установления системы взаимосвязей.

Специфика выработки и реализации стратегий инновационных компаний

ТЕМА №2 Методы формирования корпоративных, функциональных, глобальных стратегий

Стратегия связанной и несвязанной диверсификации, стратегия откачки капитала и ликвидации. Стратегия изменения курса и реструктуризации. Стратегия международной диверсификации, глобализации. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий

Особенности методического подхода к стратегическому управлению диверсифицированной организацией.

Направления наступательной стратегии - понятие, направления. Оборонительные стратегии. Стратегия вертикальной интеграции. Стратегии организаций, занимающих различные отраслевые позиции – стратегия для лидеров (стратегия перманентного нападения, укрепления и защиты, демонстрации силы); стратегии для организаций, следующих за лидером (стратегия вакантной ниши, специализации, выделения отличий, спокойного следования, роста посредством приобретений, отличительного имиджа); стратегия для слабых организаций и организаций в кризисном состоянии (оборонительная, агрессивной защиты, снятия урожая, немедленного выхода из бизнеса, стратегия глобальной экономии). Стратегия конкуренции во фрагментарных отраслях. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий

Стратегия минимизации издержек - условия ее эффективной реализации. Стратегия диверсификации – горизонтальная и вертикальная. Стратегия фокусирования. Стратегия инноваций. Стратегия оперативного реагирования. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий

ТЕМА №3 Особенности формирования стратегий различных типов фирм

База и границы эффективности крупного производства. Специфика издержек крупной фирмы. Стратегия обслуживания массового спроса Ограничения деятельности виолентов. Стратегия подавления конкурентов. От «льва» к «бегемоту» - эволюционный путь виолента. Типичный жизненный путь виолента.

Предпосылки создания дифференцированного продукта. Факторы и виды дифференциации товаров Стратегия по отношению к конкурентам. Эволюционный путь пациентов. Выбор пациентной или виолентной стратегии

Роль эксплерентов в развитии НТП, рутинный кругооборот и инновации. Сравнительные характеристики радикальных и улучшающих нововведений. Организация работы над радикальными нововведениями. Эволюция эксплорента – дорыночный этап. Этап рыночного успеха и массового производства

Локальные потребности и их роль на рынке, черты локальных потребностей. Стратегия борьбы с конкурентами и разновидности фирм-мышей. Преимущества малой фирмы. Коммутанты как ограничитель неэффективного крупного производства. Коммутанты подражатели. Неустойчивость коммутантов.

Конкуренция и устройство современного рынка. Сообщество фирм и кризисы. Конкурентное сообщество фирм и устойчивость экономики. Конкуренция и научно-технический прогресс – роль каждого типа фирм. Механизм формирования кластеров. ТНК как виолент и эксплорент.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Примерная тематика заданий для самоподготовки

Самостоятельная деятельность студента рассматривается как вид учебного труда, позволяющего целенаправленно формировать и развивать его самостоятельность для решения поставленных задач.

Самостоятельная (внеаудиторная) работа состоит в проработке теоретического материала, подготовке к практическим занятиям, в выполнении индивидуальных и командных проектных работ. Она включает следующие разделы:

1. Текущая проработка теоретического материала учебников и лекций.
2. Подготовка к практическим занятиям.

1. Российское сообщество конкурентов - выбор стратегии

Цель изучения заключается в ознакомлении студентов с основными подходами по определению эффективной стратегии функционирования компании в конкурентной среде

Задачи:

- изучение теоретических основ выбора стратегии на основании взаимодействия компаний разных типов;
- приобретение практических навыков разработки стратегий.

Вопросы для изучения:

- учет особенностей формирования конкурентной среды в директивной экономике;
- порядок становления конкурентных отношений;
- модели конкурентных войн в российской экономике

Вопросы для проверки:

1. Определите положение каждого типа компании в директивной экономике.
2. Каковы были последствия отсутствия конкурентов в советской экономике.
3. Что послужило предпосылками для формирования конкурентных отношений в российской экономике
4. Через какие этапы происходили первые конкурентные войны в России

2. Особенности разработки стратегических планов в условиях неопределенности

Цель изучения данной темы заключается в ознакомлении студентов с основными принципами и приемами организации стратегического планирования с учетом неопределенности среды бизнеса

Задачи:

- изучение теоретических основ организации стратегического планирования
- приобретение практических навыков определения эффективности функционирования предприятия в условиях неопределенности;

Вопросы для изучения:

- Принципы организации плановой деятельности на уровне структурных подразделений предприятия в условиях неопределенности;
- Обеспечение единства и взаимосвязи информационных потоков между подразделениями предприятия;
- Критерии оценки эффективности системы планирования в условиях неопределенности

Вопросы для проверки:

1. Схемы организационных работ по составлению планов в условиях неопределенности.
2. Особенности планирования на специализированных и диверсифицированных предприятиях Японии.
3. Организация работы по контролю за выполнением планов и внесение корректив в соответствии с изменениями среды организации.
4. Показатели эффективности организации стратегического планирования в условиях неопределенности.

3. Конкурентоспособность фирмы и пути ее достижения

Цель изучения данной темы заключается в формировании у студентов понимания необходимости обеспечения конкурентоспособности функционирования различных типов фирм

Задачи:

- изучение основных подходов к обеспечению конкурентоспособности
- изучение порядка реализации принципа компенсации;
- определение поля стратегий для различных компаний

Вопросы для изучения:

- Цикл жизни фирмы;
- Пациентная, виолентная, коммутантная стратегии существования на рынке;

- Особенности формирования стратегий конкуренции

Вопросы для проверки:

1. Назовите особенности каждого вида стратегий.
2. Как определить ценность товара для производителя и потребителя.
3. Какие факторы учитываются при выработке стратегии конкуренции

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в девятом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух вопросов. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Анализ внешней и внутренней среды бизнеса, элементы внешней и внутренней среды организации
2. Определение критических точек организационной среды. Критические точки в деятельности российских фирм
3. Формирование базы данных о внутренней и внешней среде организации, техника анализа
4. Источники анализа, оценка информации и внутренней и внешней среде
5. Определение стратегических целей организации
6. Стратегический анализ в организации: анализ разрыва
7. Анализ издержек и кривая опыта
8. Анализ динамики рынка
9. Модель продукт-рынок
10. Портфельные модели анализа стратегии
11. Варианты стратегии в рамках матрицы БКГ
12. Анализ ПИМС
13. Модель Мак-кинси
14. Конкурентный анализ по М. Портеру
15. Формулирование стратегии
16. Общие стратегии, функциональные стратегии, стратегии конкуренции
17. Функциональные, корпоративные и глобальные стратегии
18. Ограничения при формулировании стратегий
19. Методы формулирования и разработки стратегий
20. Стратегия деловой единицы и общефирменная стратегия
21. Соотношения стратегического и тактического менеджмента – методы их согласования и установления системы взаимосвязей
22. Стратегия связанной и несвязанной диверсификации, стратегия откачки капитала и ликвидации
23. Стратегия изменения курса и реструктуризации
24. Стратегия международной диверсификации, глобализации
25. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий
26. Особенности методического подхода к стратегическому управлению диверсифицированной организацией
27. Направления наступательной стратегии - понятие, направления
28. Оборонительные стратегии

29. Стратегия вертикальной интеграции
30. Стратегии организаций, занимающих различные отраслевые позиции – стратегия для лидеров
31. Стратегии для организаций, следующих за лидером
32. Стратегия для слабых организаций и организаций в кризисном состоянии
33. Стратегия конкуренции во фрагментарных отраслях
34. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий
35. Стратегия минимизации издержек - условия ее эффективной реализации
36. Стратегия диверсификации – горизонтальная и вертикальная
37. Стратегия фокусирования
38. Стратегия инноваций
39. Стратегия оперативного реагирования
40. Методы выбора, формулирования и определения этапности реализации данных стратегий
41. База и границы эффективности крупного производства. Специфика издержек крупной фирмы
42. Стратегия обслуживания массового спроса
43. Стратегия подавления конкурентов
44. Предпосылки создания дифференцированного продукта. Факторы и виды дифференциации товаров
45. Стратегия по отношению к конкурентам
46. Эволюционный путь пациентов
47. Выбор пациентной или виолентной стратегии
48. Роль эксплерентов в развитии НТП, рутинный кругооборот и инновации
49. Сравнительные характеристики радикальных и улучшающих нововведений
50. Организация работы над радикальными нововведениями
51. Эволюция эксплорента – дорыночный этап. Этап рыночного успеха и массового производства
52. Локальные потребности и их роль на рынке, черты локальных потребностей
53. Стратегия борьбы с конкурентами и разновидности фирм-мышей. Преимущества малой фирмы
54. Коммутанты как ограничитель неэффективного крупного производства
55. Коммутанты подражатели
56. Конкуренция и устройство современного рынка
57. Сообщество фирм и кризисы. Конкурентное сообщество фирм и устойчивость экономики
58. Конкуренция и научно-технический прогресс – роль каждого типа фирм
59. Механизм формирования кластеров
60. ТНК как виолент и эксплерент

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» выставляется, при условии глубокого и прочного знания материала курса, исчерпывающего, последовательного, четкого и логически выстроенного ответа. При ответе на вопрос студент не только излагает материал, но умеет увязывать теорию с практикой, приводить примеры иллюстрирующие ответ. Студент свободно справляется с вычислительными задачами, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал из различных источников литературы, правильно обосновывает свои решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения заданий по формированию профессиональных компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, при условии твердого знания материала. Отвечая, студент грамотно и по существу, излагает материал курса, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические знания при решении практических задач, решает типовые задачи без ошибок, может затрудняться с ответом при видоизменении заданий, испытывает трудности в приведения практических примеров.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, когда он имеет знания только основного материала, использует в ответах не точные формулировки, при ответе есть нарушения логической последовательности в изложения вопроса, студент испытывает сложности при выполнении практических заданий, затрудняется связать теорию с практическими примерами.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает большей части программного материала, неуверенно отвечает на вопрос, допускает грубые ошибки, не может решить типовые задачи.

Или

Оценка/балл	Характеристики действий обучающегося
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил практическую задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональные понятия. Сформировано понимание сути вопроса, логичность изложения, научная точность и полнота ответа, умение аргументировать свою точку зрения, способность привести примеры
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил практическую задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональные понятия. Сформировано понимание сути вопроса, логичность изложения, научная точность и полнота ответа, умение аргументировать свою точку зрения, способность привести примеры, но в ответе присутствуют отдельные содержательные ошибки
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил практическую задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя в основном профессиональные понятия. Сформировано понимание сути вопроса, логичность изложения, но отсутствует умение аргументировать свою точку зрения и способность привести примеры, наличие систематических содержательных ошибок
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу. Не понимает сути вопроса, не может ответить на вопрос

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронной образовательной среде LMS «iDO» - <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

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

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

Основная литература

1. Александрова, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник / Н.А. Казакова, А.В. Александрова, С.А. Курашова, Н.Н. Кондрашева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
2. Андрейчиков, А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 396 с.
3. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 285 с.
4. Басовский, Л.Е. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 365 с.
5. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2013. - 528 с.
6. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 236 с.
7. Ляско, А.К. Стратегический менеджмент: Современный учебник / А.К. Ляско. - М.: ИД Дело РАНХиГС, 2013. - 488 с.
8. Маленков, Ю.А. Стратегический менеджмент: Учебник / Ю.А. Маленков. - М.: Проспект, 2011. - 224 с.
9. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: Учебное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 288 с.
10. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: Справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 320 с.
11. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент.: Учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. - М.: КноРус, 2012. - 496 с.
12. Портер М. Конкурентная стратегия. – М.: Альпина Бизнес-бук, 2009. – 301 с.
13. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Е.В. Романов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 160 с.
14. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; Пер. с англ. А.Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. - М.: Вильямс, 2013. - 928 с.
15. Шестопал, Ю.Т. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Ю.Т. Шестопал, В.Д. Дорофеев, В.А. Дресвянников. - М.: КноРус, 2013. - 320 с.
16. Шилков, В.И. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.И. Шилков. - М.: Форум, 2013. - 304 с.
17. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент / М.Б. Шифрин. - СПб.: Питер, 2010. - 240 с.

Дополнительная литература

1. Абдуллина С.В. Роль и значение посредничества в современном обществе / С.В. Абдуллина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - №63. - С.54-58.
2. Акулич М.В. Способы повышения эффективности использования глобальных стратегий бизнеса и маркетинга / М.В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. - №6. – С.39.
3. Альтшулер И.Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 450 с.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: Питер, 2008. – 422 с.
5. Балабанов И.Т. Основы стратегического менеджмента. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 528 с.

6. Большаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика. - СПб.: Питер, 2009. – 341 с.
7. Бородин В.А. Стратегическое планирование: учебное пособие / В.А. Бородин. - 3-е изд., перераб. - Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2007. - 105 с.
8. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. – М.: Издательство «ЮНИТИ», 2007. – 412 с.
9. Бурцев В.В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / В.В. Бурцев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - № 6. – С.20-25.
10. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2007. — 160 с.
11. Виссема Х. Основы стратегического менеджмента и предпринимательства. – М.: Инфра – М, 2008. – 347 с.
12. Виханский О.С. Стратегическое управление. - М.: Гардарики, 2008. – 569 с.
13. Волков О.И. Экономика предприятия: Учебник для вузов. — 2-е изд, испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 416 с.
14. Горбунов С.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – Н. Новгород: НГАС, 2010. – 286 с.
15. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации: Учебное пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2007. – 496 с.
16. Долбунов А. А. Маркетинговая концепция управления предприятием // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — №2. — С.25-37.
17. Забелин П.В. Основы стратегического управления. — М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2007. — 451 с.
18. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию. – М.: Олимп Бизнес, 2009. – 278 с.
19. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций. - Москва-Новосибирск: ИНФРА-М – Сибирское соглашение, 2007. – 345 с.
20. Ноздрева Р.Б. Как побеждать на рынке / Р.Б. Ноздрева. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 435 с.
21. Попов С.А. Стратегический менеджмент. – М.: Дело, 2009. – 345 с.
22. Пурлик В.М. Логистика торгово-посреднической деятельности / под ред. В.М. Пурлика. - М.: Высшая школа, 2005. – 202 с.
23. Смирнов Н.Н. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2008. – 402 с.
24. Стратегический менеджмент / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. – Новосибирск: изд-во НГТУ, 2008. – 269 с.
25. Стратегическое планирование / Под ред. Э.А. Уткина. — 3-е изд., испр. — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем»; Изд-во ЭКМОС, 2007. — 516 с.
26. Теплова Т. В. Управленческие решения: стратегия и тактика: Учебное пособие. — М.: ИЧП «Изд-во Магистр», 2009. — 264 с.
27. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005. – 387 с.
28. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения. – М.: Интел-синтез, 2009. – 344 с.
29. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2008. – 641 с.

13. Перечень информационных технологий

1. Информационно-справочные правовые системы: «Консультант Плюс», «Гарант», «Кодекс» для работы с нормативными правовыми актами.
2. www.thefutureofwork.net – «[The Future of Work](http://www.thefutureofwork.net)» – сайт организации, объединяет исследователей, специалистов в области информационных технологий и управления.

3. <http://laborsta.ilo.org> – «LABORASTA: ILO Bureau of Statistics Databases» – базы данных Международной организации труда.

4. www.emeraldinsight.com/md.htm – сайт журнала «Management Decision», издаваемого MCB University Press.

5. www.themanager.org – «The Manager» содержит большое количество ссылок на профессиональные статьи и книги по менеджменту.

6. www.ilir.umich.edu/lagn/ – сайт «The Labor and Global Change» – исследовательского проекта по изучению глобальных изменений в сфере трудовых отношений, который осуществляется на базе Института трудовых и производственных отношений Мичиганского университета (США).

7. www.interscience.wiley.com – сайт журнала: «Strategic Management Journal».

8. www.uptp.ru – сайт журнала «Проблемы теории и практики управления».

9. www.zhuk.net – электронный журнал «Управление компанией».

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Матюгина Элеонора Григорьевна, д.э.н., проф. кафедры УИ ФИТ ТГУ