

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 17.03.2023 12:42:29
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет _____ экономики и сервиса _____

Кафедра _____ маркетинга, сервиса и туризма _____



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.09 Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг

по направлению подготовки
бакалавров _____ 43.03.01 Сервис _____

по профилю подготовки Сервис и управление жилищно-коммунальным хозяйством

квалификация (степень)
выпускника _____ Бакалавр _____


форма обучения _____ очная, заочная _____

год начала подготовки _____ 2019 _____

Майкоп

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению (специальности) 43.03.01 Сервис

Составитель рабочей программы
доцент, кандидат экономических наук



(подпись) Мальцева И.С.

Рабочая программа утверждена на заседании
кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой
« 15 » 05 2019 г.




(подпись) Кумпилова А. Р.

Одобрено научно-методической комиссией
факультета экономики и сервиса


« « 15 » 05 2019 г.

Председатель
научно-методического
совета направления (специальности)



(подпись) Кумпилова А. Р.


Декан
факультета экономики и сервиса
« 15 » 05 2019 г.



(подпись) Ешугова С. К.


СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ
« 15 » 05 2019 г.



(подпись) Чудесова Н. Н.

Зав. выпускающей кафедрой
по специальности
« 15 » 05 2019 г.



(подпись) Кумпилова А. Р.

1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг» является - формирование у обучающихся целостного теоретического и практического представления об организационно-управленческой деятельности при реализации бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий сервиса и принятии решений в области коммерции.

Задачами изучения предмета являются:

- изучить особенности деятельности фирмы в системе рыночных отношений;
- изучить специфику стратегического менеджмента и маркетинга;
- изучить динамику основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы;
- рассмотреть основы стратегического управления фирмой;
- изучить современные сервисные технологии предоставления различных услуг;
- привить студентам практические навыки в составлении бизнес-проектов и в бизнес-планировании.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки

Изучение дисциплины «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг» призвано вооружить будущего дипломированного специалиста знаниями и навыками практической деятельности в разработке стратегии и тактики фирмы на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий.

Дисциплина «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг» является составной частью специальных дисциплин, формирующих информационный уровень работников сервисной сферы.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин специальности: «Экономика», «Сервисная деятельность» и ряда других дисциплин, изучаемых студентами на предыдущих курсах.

Дисциплина «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг» изучается студентами на 4 курсе в VII и VIII семестре и входит в перечень дисциплин части ОП, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения учебной дисциплины у обучающегося формируются компетенции:

- **способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4)**

ПКУВ-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности.

ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений

ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

знать:

клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений; основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг; модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса; технологии исследования внутренней и внешней среды организаций сферы сервиса ЖКХ

уметь:

использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности;

разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета.

достигать высокого уровня удовлетворенности потребителей на основе принципов и инструментов маркетинга; использовать методы оценки и выявления резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии

владеть:

методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения;

навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ;

навыками применения системного, процессного и ситуационного подходов при принятии управленческого решения; методикой организации процесса сервиса предприятий жилищно-коммунальной сферы

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единицы (324 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		7	8
Контактные часы (всего)	87,6/2,43	51,25/1,42	36,35/1,009
В том числе:			
Лекции (Л)	35/0,97	17/0,47	18/0,5
Практические занятия (ПЗ)	52/1,44	34/0,94	18/0,5
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,35/0,0097		0,35/0,0097
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,0069	0,25/0,0069	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	209,75/5,83	92,75/2,58	117/3,25
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат	183,1/5,09	92,75/2,58	90,35/2,51
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
<i>1. Составление плана-конспекта</i>			
<i>2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных</i>			
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	26,65/0,74		26,65/0,74
Форма промежуточной аттестации:		зачет	экзамен
Общая трудоемкость	324/9	144/4	180/5

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.
 Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единицы (324 часа).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		4	5
Контактные часы (всего)	32,6/0,91	14,25/0,4	18,35/0,51
В том числе:			
Лекции (Л)	14/0,39	6/0,17	8/0,22
Практические занятия (ПЗ)	18/0,5	8/0,22	10/0,28
Лабораторные работы (ЛР)			
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,6/0,02	0,25/0,01	0,35/0,01
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)			
Самостоятельная работа (СР) (всего)	279/7,75	126/3,5	153/4,25
В том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Расчетно-графические работы			
Реферат	266,6/7,4	122,25/3,4	144,35/4,0
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта			
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных			
Курсовой проект (работа)			
Контроль (всего)	12,4/0,34	3,75/0,10	8,65/0,24
Форма промежуточной аттестации:		зачет	экзамен
Общая трудоемкость	324/9	144/4	180/5

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
7 семестр									
1.	Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	1-3	3	6				18	Обсуждение докладов опрос
2	Тема 2. Стратегический менеджмент.	4-6	4	8				20	
3.	Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	7-9	3	6				18	Обсуждение докладов опрос
4	Тема 4. Стратегия и тактика фирмы	10-13	4	8				20	
5.	Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	14-17	3	6	0			16,75	Обсуждение докладов опрос
	Промежуточная аттестация				0,35	0,25			зачет
	ИТОГО		17	34	0,35	0,25		92,75	
8 семестр									
6.	Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	1-4	4	2				20	Обсуждение докладов опрос
7.	Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	5-8	2	4				19	Обсуждение докладов опрос
8.	Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	9-10	4	2				20	Обсуждение докладов опрос
9.	Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	11-13	2	4				19	Обсуждение докладов опрос
10.	Тема 10. Бизнес-процессы	14-16	2	4				20	Обсуждение докладов опрос
11.	Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	17-18	4	2				19	Обсуждение докладов опрос
	Промежуточная аттестация				0,35		26,65		экзамен
	ИТОГО:		18	18	0,35		26,65	117	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)					СР	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль		
7 семестр									
1.	Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	1-3	-	2				26	Обсуждение докладов опрос
2	Тема 2. Стратегический менеджмент.	4-6	2	2				24	
3.	Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	7-9	2	-				26	Обсуждение докладов опрос
4	Тема 4. Стратегия и тактика фирмы		2	2				24	
5.	Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	10-12		2				26	Обсуждение докладов опрос
	Промежуточная аттестация				0,35	0,25	3,7 5		зачет
	ИТОГО		6	8	0,35	0,25		126	
8 семестр									
6.	Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	13-15	2	2				26	Обсуждение докладов опрос
7.	Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	16-19	2	-				24	Обсуждение докладов опрос
8.	Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	20-23	-	2				26	Обсуждение докладов опрос
9.	Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	24-27	2	2				24	Обсуждение докладов опрос
10.	Тема 10. Бизнес-процессы	28-31	2	2				26	Обсуждение докладов опрос
11.	Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	32-35	-	2				27	Обсуждение докладов опрос
	Промежуточная аттестация				0,35		8,6 5		экзамен
	ИТОГО:		8	10	0,35		12,4	153	

5.3. Содержание разделов дисциплины «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг», образовательные технологии (ОФО, ЗФО)
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
1.	Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	3/0,08		Предмет и задачи курса. Понятие фирмы. Особенности организации фирмы в условиях рыночных отношений	ПКУВ-4	<p>Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений</p> <p>Уметь: использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения</p>	Слайд-лекции, проблемное изложение
2.	Тема 2. Стратегический менеджмент.	4/0,11	2/0,055	Стратегическое управление в системе менеджмента: понятие стратегического менеджмента; стратегический аспект в управлении организацией. Развитие стратегического менеджмента. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент. Модель стратегического управления: модель процесса стратегического управления;	ПКУВ-4	<p>Знать: основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг;</p>	Проблемная лекция, интерактивные методы обучения

				элементы модели и их содержание; особенности процесса стратегического управления.		<p>Уметь: разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета.</p> <p>Владеть: навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ.)..</p>	
3.	Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	3/0,83	2/0,05	<p>Понятие стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга. Продуктовомаркетинговая стратегия. Первичный уровень продуктово-маркетинговой стратегии. Продуктовый профиль организации: понятие, методики анализа при определении продуктового профиля. Базовые конкурентные стратегии. Вторичный уровень продуктово-маркетинговой стратегии: ключевые позиции продуктовомаркетинговой стратегии</p>	ПКУВ-4	<p>Знать: модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса; технологии исследования внутренней и внешней среды организаций сферы сервиса ЖКХ</p> <p>Уметь: достигать высокого уровня удовлетворенности потребителей на основе принципов и инструментов маркетинга; использовать методы оценки и выявления резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии</p> <p>Владеть: навыками применения</p>	Лекция-визуализация, конспектирование

						системного, процессного и ситуационного подходов при принятии управленческого решения; методикой организации процесса сервиса предприятий жилищно-коммунальной сферы.	
4.	Тема 4. Стратегия и тактика фирмы	4/0,11	2/0,055	Техническая политика предприятия: технические средства на предприятии, понятие технической политики. Производственная стратегия как форма реализации положений технической политики предприятия. Критерии постановки целей производственной стратегии. Ключевые позиции производственной стратегии. Особенности стратегии и тактики фирмы.	ПКУВ-4	<p>Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений</p> <p>Уметь: использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения</p>	Проблемная лекция, конспектирование

5.	Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	3/0,08		<p>Анализ внешней среды организации: понятие, элементы и структура внешней среды организации, методы ее анализа. Анализ внутренней среды организации: понятие, элементы и структура внутренней среды организации, методы ее анализа. Сценарное планирование как завершающий этап стратегического ситуационного анализа..</p>	ПКУВ-4	<p>Знать: основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг;</p> <p>Уметь: разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета.</p> <p>Владеть: навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ.).</p>	Лекция-визуализация, конспектирование
----	-------------------------------------------------------------------------------------	--------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

6.	Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	4/0,11	2/0,055	<p>Миссия, цели, приоритеты: понятие миссии организации, содержание миссии; понятие цели, оперативные и стратегические цели; стратегические целевые приоритеты. Методологические подходы к формированию стратегии предприятия: стратегия организации – система бизнес-стратегий; стратегия организации – система функциональных стратегий организации. Разработка стратегий отдельных бизнесов и их системы. Типовые варианты бизнес-стратегий. Модели выбора бизнес-стратегий: Модель BCG, Модель GE/McKinsey. Разработка стратегии организации как системы функциональных стратегий бизнесов (организации). Стратегия управления персоналом. Финансовая стратегия. Производственная стратегия. Продуктивно-маркетинговая стратегия..</p>	ПКУВ-4	<p>Знать: модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса; технологии исследования внутренней и внешней среды организаций сферы сервиса ЖКХ Уметь: достигать высокого уровня удовлетворенности потребителей на основе принципов и инструментов маркетинга; использовать методы оценки и выявления резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии Владеть: навыками применения системного, процессного и ситуационного подходов при принятии управленческого решения; методикой организации процесса сервиса предприятий жилищно-коммунальной сферы.</p>	Лекция-визуализация, конспектирование
----	-----------------------------------------------------	--------	---------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

7.	Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	2/0,055	2/0,055	Стратегический потенциал организации: понятие, составляющие. Конкуренция и конкурентная среда. Виды конкуренции. Стратегический анализ конкурентов и конкуренции..	ПКУВ-4	<p>Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений</p> <p>Уметь: использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения</p>	Лекция-визуализация, конспектирование
----	---------------------------------------------------------	---------	---------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

8.	Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	4/0,11	-	<p>Стратегические конкурентные группы. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Понятие конкурентных преимуществ. Классификация конкурентных преимуществ. Источники конкурентных преимуществ. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности, конкурентоспособность товара и конкурентоспособность фирмы как производственной системы. Конкурентная позиция. Позиционирование. Варианты конкурентной позиции организации</p>	ПКУВ-4	<p>Знать: основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг;</p> <p>Уметь: разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета.</p> <p>Владеть: навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ.)..</p>	Лекция-визуализация, конспектирование
----	------------------------------------------	--------	---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

9.	Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	2/0,055	2/0,055	<p>Система управления и ее элементы. Управляющая подсистема. Управляемая подсистема. Субъект управления. Объект управления. Механизм управления. Проектирование систем управления. Организационное проектирование. Стадии процесса организационного проектирования.</p>	ПКУВ-4	<p>Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений Уметь: использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения</p>	Лекция-визуализация, конспектирование
----	--------------------------------------------------	---------	---------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------

	Тема 10. Бизнес-процессы	2/0,055	2/0,055	<p>Цели в системе управления бизнес-процессами. Разработка стратегий и планов управления бизнес-процессами в организации. Содержание планирования. Методология планирования. Методы планирования бизнес-процессов. Показатели и параметры планирования бизнес-процессов</p> <p>Технология управления бизнес-процессами. Принципы построения процессного управления. Основы концепции BPM (Business Process Management). Сквозные процессы, ценности для потребителя и принципы кросс-функциональной работы. Типы процессов, процессные компоненты. Жизненный цикл управления бизнес-процессами. Жизненный цикл BPM.</p>		<p>Знать: основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг;</p> <p>Уметь: разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета.</p> <p>Владеть: навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ.)..</p>	
--	--------------------------	---------	---------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	4/0,11		<p>Понятие и сущность бизнес-проектов. Особенности разработки. Планирование основных финансовых показателей. Структура финансового плана: прогноз о прибылях и убытках, прогноз денежных поступлений и выплат, балансовый прогноз. Особенности планирования денежных поступлений и выплат. График достижения безубыточности. Расчет сроков окупаемости. Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Прогноз показателей финансового состояния.</p>		<p>Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений</p> <p>Уметь: использовать отдельные клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения</p>	
	Итого	35/0,97	14/0,39				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах (ОФО, ЗФО)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
7,8 семестр			7,8	4,5
1.	Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	Вопросы для обсуждения: Предмет и задачи курса. Понятие фирмы. Особенности организации фирмы в условиях рыночных отношений	6/0,17	2/0,05
2.	Тема 2. Стратегический менеджмент.	Вопросы для обсуждения Стратегическое управление в системе менеджмента: понятие стратегического менеджмента; стратегический аспект в управлении организацией. Развитие стратегического менеджмента. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент. Модель стратегического управления: модель процесса стратегического управления; элементы модели и их содержание; особенности процесса стратегического управления.	8/0,22	2/0,05
3.	Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	Вопросы для обсуждения Понятие стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга. Продуктовомаркетинговая стратегия. Первичный уровень продуктивно-маркетинговой стратегии. Продуктовый профиль организации: понятие, методики анализа при определении продуктового профиля. Базовые конкурентные стратегии. Вторичный уровень продуктивно-маркетинговой стратегии: ключевые позиции продуктовомаркетинговой стратегии	6/0,17	-
4.	Тема 4. Стратегия и тактика фирмы	Вопросы для обсуждения Техническая политика предприятия: технические средства на предприятии, понятие технической политики. Производственная стратегия как форма реализации положений технической политики предприятия. Критерии постановки целей производственной стратегии. Ключевые позиции производственной стратегии. Особенности стратегии и тактики фирмы.	8/0,22	2/0,05
5.	Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	Вопросы для обсуждения Анализ внешней среды организации: понятие, элементы и структура внешней среды организации, методы ее анализа. Анализ внутренней среды организации: понятие, элементы и структура внутренней среды организации, методы ее анализа. Сценарное планирование как завершающий этап стратегического ситуационного анализа..	6/0,17	2/0,05
6.	Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	Вопросы для обсуждения Миссия, цели, приоритеты: понятие миссии организации, содержание миссии; понятие цели, оперативные и стратегические цели; стратегические целевые приоритеты. Методологические подходы к формированию стратегии предприятия: стратегия организации – система бизнес-стратегий; стратегия организации – система функциональных стратегий организации. Разработка стратегий отдельных	2/0,05	2/0,05

		бизнесов и их системы. Типовые варианты бизнес-стратегий. Модели выбора бизнес-стратегий: Модель BCG, Модель GE/McKinsey. Разработка стратегии организации как системы функциональных стратегий бизнесов (организации). Стратегия управления персоналом. Финансовая стратегия. Производственная стратегия. Продуктивно-маркетинговая стратегия..		
7.	Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	Вопросы для обсуждения Стратегический потенциал организации: понятие, составляющие. Конкуренция и конкурентная среда. Виды конкуренции. Стратегический анализ конкурентов и конкуренции..	4/0,1	-
8.	Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	Вопросы для обсуждения Стратегические конкурентные группы. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Понятие конкурентных преимуществ. Классификация конкурентных преимуществ. Источники конкурентных преимуществ. Виды конкурентных преимуществ. Понятие конкурентоспособности, конкурентоспособность товара и конкурентоспособность фирмы как производственной системы. Конкурентная позиция. Позиционирование. Варианты конкурентной позиции организации	2/0,05	2/0,05
9.	Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	Вопросы для обсуждения Система управления и ее элементы. Управляющая подсистема. Управляемая подсистема. Субъект управления. Объект управления. Механизм управления. Проектирование систем управления. Организационное проектирование. Стадии процесса организационного проектирования.	4/0,1	2/0,05
10.	Тема 10. Бизнес-процессы	Вопросы для обсуждения Цели в системе управления бизнес-процессами. Разработка стратегий и планов управления бизнес-процессами в организации. Содержание планирования. Методология планирования. Методы планирования бизнес-процессов. Показатели и параметры планирования бизнес-процессов	4/0,1	2/0,05
11.	Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	Вопросы для обсуждения Понятие и сущность бизнес-проектов. Особенности разработки. Планирование основных финансовых показателей. Структура финансового плана: прогноз о прибылях и убытках, прогноз денежных поступлений и выплат, балансовый прогноз. Особенности планирования денежных поступлений и выплат. График достижения безубыточности. Расчет сроков окупаемости. Определение потребности в инвестициях и источников их финансирования. Прогноз показателей финансового состояния.	2/0,05	2/0,05
	Итого		35/0,97	18/0,5

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
-	-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)
Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа студентов

5.7.1. Содержание и объем самостоятельной работы для ОФО и ЗФО

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
Семестр				4	6
1.	Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	2 неделя	18/0,5	26/0,72
2.	Тема 2. Стратегический менеджмент.	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	5 неделя	20/0,56	24/0,67
3.	Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	7неделя	18/0,5	26/0,72
4.	Тема 4. Стратегия и тактика фирмы	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	9 неделя	20/0,56	24/0,67
5.	Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	11 неделя	16,75/0,46	26/0,72
6.	Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	13 неделя	20/0,56	26/0,72
7.	Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	15 неделя	19/0,53	24/0,67
8.	Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	20 неделя	20/0,56	26/0,72
9.	Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	22 неделя	19/0,53	24/0,67
10.	Тема 10. Бизнес-процессы	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	26	20/0,56	26/0,72
11.	Тема 11.Бизнес-проекты и бизнес-планирование	<i>Написание реферата, составление плана-конспекта</i>	28	19/0,53	27/0,75
Итого				279/7,75	163/4,5

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Методические указания (собственные разработки)

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 356 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1021445>
2. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 320 с - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003258>
3. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 290 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=952274>
4. Панов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 304 с. ЭБС «IPRbooks» Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71059.html>
5. Лапыгин, Д.Ю. Бизнес-план. Стратегия и тактика развития компании [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.Ю. Лапыгин, Ю.Н. Лапыгин. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 332 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=567394>
6. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/428247>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)		Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы
Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)		Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПКУВ-4 Способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя		
ОФО	ЗФО	
4	6	Основы ценообразования и тарифного регулирования в сфере жилищно-коммунального хозяйства
4	4	Организационно-управленческая практика
6	6	Сервисная практика
7	8	Рынок недвижимости
7,8	8,9	<i>Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг</i>
8	9	Формирование клиентурных отношений в сервисе
8	9	Поведение потребителей на рынке услуг
8	9	Преддипломная практика
8	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	

ПКУВ-4 - способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (в соответствии с целями ОП бакалавриата)					
ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений					
Знать: клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности, технологии процесса обслуживания, взаимодействие сервисных операций, основу организации клиентских отношений; основные элементы и содержание системы клиентских отношений, принципы и последовательность ее разработки; основы организации исследования потребительских и профессиональных рынков товаров и услуг; модель потребительского поведения, сущность обслуживания, терминологию сервисной деятельности, функции сферы сервиса; технологии исследования внутренней и внешней среды организаций сферы сервиса ЖКХ	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	тесты, рефераты, доклады, зачет
Уметь: использовать отдельные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные,	Сформированные	

<p>клиентоориентированные технологии в соответствии с особенностями сервисной деятельности организации; применять имеющиеся знания при выборе и разработке технологий процесса сервиса при решении типовых задач профессиональной деятельности;</p> <p>разрабатывать системы клиентских отношений; планировать и осуществлять мероприятия, направленные на процесс обслуживания потребителя услуг, соблюдать требования современного этикета;</p> <p>достигать высокого уровня удовлетворенности потребителей на основе принципов и инструментов маркетинга; использовать методы оценки и выявления резервов экономии от оптимизации движения и использования материального и других потоков на предприятии.</p>			<p>допускаются небольшие ошибки</p>	<p>умения</p>	
<p>Владеть: методами управления предприятием сферы ЖКХ; навыками принятия управленческого решения; навыками развития системы клиентских отношений с учетом требований потребителя; методологией измерения эффективности деятельности предприятия сервиса ЖКХ;</p> <p>навыками применения системного, процессного и ситуационного подходов при принятии управленческого решения; методикой</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	

организации процесса сервиса предприятий жилищно-коммунальной сферы.					
----------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

**Тестовые задания для проведения контроля знаний по дисциплине
«Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг»**

1. Что относится к одному из условий формирования стратегии:

- а) темпы НТП +
- б) текучесть кадров
- в) улучшение условий труда

2. В чем заключается суть темологического подхода к изучению предприятия:

- а) анализ рентабельности предприятия
- б) предприятие – это система, которой можно управлять, определять ее цели и деятельность +
- в) основная роль принадлежит окружению предприятия

3. Одним из факторов внешней среды предприятия являются:

- а) наличие оборудования
- б) улучшение труда
- в) сбыт +

4. Одним из факторов внешней среды предприятия являются:

- а) продвижение товара +
- б) наличие оборудования
- в) имидж предприятия

5. Стратегия предприятия – это:

- а) детальный план предназначен для того, чтобы обеспечить миссию организации и достижения ее целей
- б) планирование реализации и производства товаров и услуг для определенного сегмента рынка
- в) финансовый план предприятия, составленный для его внутренней среды и разработан для каждого подразделения предприятия +

6. Основной момент корпоративной стратегии:

- а) разрабатывается в рамках функциональных подразделений
- б) распределение ресурсов между подразделениями +
- в) направления на отдельные подразделения или продукты

7. Условиями формирования стратегии являются:

- а) рациональное использование ресурсов
- б) основные подходы к изучению предприятия
- в) рост конкуренции +

8. Один из типов стратегии:

- а) экологическая +
- б) финансовая
- в) корпоративная

9. Один из типов стратегии:

- а) технологическая
- б) конкурентная
- в) ресурсная стратегия +

10. Один из типов стратегии:

- а) технологическая
- б) стратегия безопасности +
- в) конкурентная

11. На внутреннюю среду предприятия влияет:

- а) квалификация рабочей силы +
- б) уровень инфляции
- в) стиль жизни потребителя

12. На внутреннюю среду предприятия влияет:

- а) манера жизни потребителя
- б) конкуренты +
- в) уровень инфляции

13. Для определения информации используются следующие способы:

- а) оценка и контроль результатов деятельности предприятия +
- б) изменение организационной структуры
- в) личный опыт

14. Стратегия:

- а) завоевание рынка
- б) организация управления рынком и внешним окружением
- в) подробный, всесторонний комплексный план +

15. Какой из приведенных элементов относится к внутренней среде:

- а) сбыт и продвижение товаров +
- б) производство
- в) потребление товаров

16. Для какой из систем характерен периодический обзор событий:

- а) иррегулярная
- б) регулярная +
- в) система непрерывного сбора

17. Один из источников информации относятся к внешней среде:

- а) руководство
- б) сотрудники
- в) книги +

18. Один из источников информации относятся к внешней среде:

- а) сотрудники
- б) конференции +
- в) руководство

19. Финансовое состояние предприятия характеризует:

- а) номенклатура продукции
- б) прибыльность
- в) валовые наполнения +

20. Финансовое состояние предприятия характеризует:

- а) фондоотдача
- б) активы +
- в) тип и возраст оборудования

21. Финансовое состояние предприятия характеризует:

- а) показатели баланса
- б) прибыльность
- в) организация продаж

22. Диверсификация не предвидит:

- а) разнообразие и всестороннее развитие
- б) проникновение у сферы, которые не имеют непосредственной производственной связи с другими сферами деятельности +
- в) фокусирование на самом привлекательном сегменте рынка

23. Формулирование стратегических целей не предвидит:

- а) стратегическое планирование деятельности
- б) учет всех самых важных показателей, которые характеризуют конечные результаты деятельности
- в) целеобразование у всех сферах деятельности предприятия, от которых зависит его выживание и успех организации +

24. Какое одно из утверждений относительно стратегии корпоративного уровня диверсификационной организации является ошибкой:

- а) координирует функциональные стратегии
- б) обеспечивает управление объединенными в организации видами деятельности +
- в) обеспечивает координацию разных видов бизнеса

25. Стратегия – это система управленческих решений, к которым не входят определения:

- а) перспективных направлений развития организации
- б) форм и методов организации производства
- в) сферы, формы и способы деятельности организации в условиях непостоянной окружающей среды +

26. Наиболее правильным определением понятия стратегии предприятия является:

- а) способ координации деятельности руководителей
- б) рассчитанный на перспективу комплекс мероприятий, который предвидит реакцию предприятия на смену в окружающей среде +
- в) рассчитана на перспективу система мероприятий, которая обеспечивает достижение целей предприятия

27. Какая стратегия предвидит контроль над разными видами деятельности и номенклатурой продукции в целом на предприятии:

- а) управление набором отраслей +
- б) конкуренции
- в) продуктивно-рыночная

28. Какая стратегия направлена на достижение общей цели предприятия и отображает основные направления развития предприятия в целом:

- а) конкуренции
- б) управление набором отраслей
- в) продуктивно-рыночная +

29. Какая из представленных стратегий предвидит лицензионный обмен:

- а) внешнеэкономической экспансии +
- б) определенные миссии предприятия
- в) зарубежного инвестирования

30. Специфика стратегии заключается в:
- а) проявленные сильные и слабые стороны предприятия
 - б) комплексном характере стратегии +
 - в) анализ внешней среды

Примерные темы рефератов (докладов и эссе)

по дисциплине «Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг»

Обучающиеся могут подготовить работу по предложенной ими теме, предварительно согласовав ее с преподавателем и представить результаты работы в форме презентации.

1. Роль стратегического управления в новой экономике.
2. Конкурентоспособность организации — важнейший приоритет стратегического развития.
3. Стратегическое планирование как элемент стратегического управления.
4. Анализ внешней среды организации.
5. Анализ внутренней среды организации.
6. Суть и методика сценарно-сетевого планирования.
7. Миссия, цели, стратегические целевые перспективы организации.
8. Разработка стратегий отдельных бизнес-единиц.
9. Управление стратегическими изменениями.
10. Стратегический контроллинг.
11. Конкурентные преимущества и базовые конкурентные стратегии.
12. Разработка стратегий функциональных подсистем.
13. Выработка стратегий организации.
14. Взаимодействие человека и организации.
15. Концепция продукта в стратегическом управлении.
16. Выполнение и контроль стратегии.
17. Индивид и группа — вектор развития.
18. Продуктовая динамика — гибкий аспект стратегического управления.
19. Маркетинг взаимодействия в стратегическом управлении.
20. Продуктовая стратегия фирмы.
21. Значимость мониторинга продвижения товара.
22. Характеристика циклов (этапов) стратегического управления.
23. Синергия и сущность синергетического портфеля для организации, и значимость матрицы И. Ансоффа.
24. Уровень иерархии следующих показателей товара: сохраняемость, качество, конкурентоспособность, надежность и эффективность.
25. Приоритеты показателей товара: цена, жизненный цикл, дизайн, затраты у потребителя при использовании товара.
26. SWOT- и PEST-анализы. Характерные черты и отличия.
27. Связь между входом и выходом системы стратегического управления и основные фазы воспроизводственного цикла товара.
28. Корпоративная культура – стратегический ресурс управления.
29. Конкурентные стратегии в современных условиях глобализации и перехода к новому индустриальному обществу.
30. Управление новыми знаниями как радикальная стратегия организации.
31. Сравнительные преимущества, отличие и сочетание использования в стратегическом управлении матриц Ансоффа, Абея, Портера, Минцберга и Мак-Кинси.
32. Анализ конкурентоспособности, ее измерение и позиционирование.
33. Принципы партнерства в стратегическом управлении: сущность и формы партнерства организации с работниками, обществом, клиентами, поставщиками и конкурентами.
34. Динамика распределения функций в бизнес-партнерстве: государства, регионов бизнеса и общества.
35. Стратегия минимизации ресурсосбережения в деятельности организации в современных условиях.
36. Психология развития личности в стратегическом управлении.
37. Личность – ее самореализация в условиях становления новой экономики.
38. Стратегический маркетинг – инструмент конкурентоспособности организации.

39. Корпоративная стратегия – вектор достижения стратегических целей. 40. Стратегическое планирование – аспект реализации корпоративной стратегии.
41. Организационные изменения, сопротивления им и их уменьшение.
42. Критерии различия маркетинговых стратегий: стратегии имиджа привлекательности, инфраструктуры и персонала.
43. Концепция и функции стратегического маркетинга

**Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине
«Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг»**

1. Сущность и содержание стратегического управления, его роль в современных условиях для организаций России.
2. Сущность понятий «стратегия», «стратегическое управление», «миссия организации».
3. Отличия стратегического управления от стратегического планирования.
4. Отличия стратегического управления от оперативного управления. 5. Структура и особенности процесса стратегического управления.
6. Понятие внешней среды организации, структура внешней среды и характеристики.
7. Анализ экономических факторов внешней среды организации.
8. Анализ политических факторов внешней среды организации.
9. Анализ социокультурных факторов внешней среды организации.
10. Понятие и направления анализа внутренней среды организации.
11. Задачи и содержание анализа внутренней среды организации.
12. Цели организации; сферы установления целей, критерии их оценки.
13. Анализ стратегического потенциала организации.
14. Взаимосвязь видов стратегий и политики организации.
15. Стратегии поведения фирмы на рынке (стратегия бизнеса) и условия их реализации.
16. Условия применения и риски стратегии лидерства по издержкам.
17. Условия применения и риски стратегии дифференциации.
18. Понятие стратегии (5 «П» Г. Минцберга)
19. Общая характеристика функциональной стратегии. Ее соотношение с корпоративной стратегией.
20. Общая характеристика стратегии бизнес-единицы (БЕ). Понятие «стратегическая бизнес-единица».
21. Сущность миссии и ее значение для стратегического управления.
22. Необходимость и виды анализа стратегических факторов.
23. Сущность и порядок применения SWOT-анализа.
24. Сущность и порядок применения PEST-анализа.
25. Сущность и порядок применения SNW-анализа.
26. Подход к определению стратегии на основе анализа новизны рынка и продукта (Ансофф).
27. Подход к определению стратегии на основе анализа динамики рынка и конкурентной позиции (Томпсон и Стрикленд)
28. Подход к определению стратегии на основе анализа конкурентных преимуществ и масштабов рынка (Портер)
29. Характеристика стратегий лидерства (Портер)
30. Характеристика стратегий фокусирования (Портер)
31. Общая характеристика стратегий концентрированного роста 32. Общая характеристика стратегий интегрированного роста
33. Общая характеристика стратегий диверсифицированного роста
34. Общая характеристика стратегий сокращения.
35. Сущность портфельного анализа и планирования
36. Основные этапы портфельного анализа и планирования
37. Портфельный анализ на основе матрицы БКГ.
38. Портфельный анализ на основе матрицы Маккинси.
39. Преимущества и недостатки портфельного анализа на матричной основе.
40. Влияние стратегий на формирование организационных структур
41. Стратегический маркетинг как составная часть стратегического менеджмента
42. Понятие продуктово-маркетинговой стратегии и обоснование ее эффективности
43. Характеристика методов обоснования ПМС (ABC-анализ, SNW-анализ по продукту)
44. Понятие стратегии ВЭД и мотивы выхода на внешний рынок
45. Стратегические решения во внешнеэкономической деятельности
46. Стратегии проникновения на внешние рынки
47. Стратегии выбора целевого рынка для ВЭД
48. Показатели эффективности стратегического потенциала организации.
49. Понятие и особенности формирования оперативной стратегии

50. Характеристика и виды стратегий стабилизации, цель их применения

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

– закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

– открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

– установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

– установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования к написанию реферата (доклада, эссе)

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список использованных источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д. Объем реферата – 15-20 страниц печатного текста, включая титульный лист, введение, заключение и список литературы.

Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

При оценке реферата используются следующие критерии:

- новизна текста;

- обоснованность выбора источника;

- степень раскрытия сущности вопроса;

- соблюдения требований к оформлению.

Критерии оценивания реферата (доклада, эссе):

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Тематика рефератов выдается преподавателем в конце семинарского занятия.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:	
«отлично»	Обучающий глубоко и прочно освоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«хорошо»	Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
«удовлетворительно»	Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
«неудовлетворительно»	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 356 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1021445>

2. Маркова, В.Д. Стратегический менеджмент. Понятия, концепции, инструменты принятия решений [Электронный ресурс]: справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003258>

3. Егоршин, А.П. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Егоршин, И.В. Гуськова. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 290 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=952274>

4. Панов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 304 с. ЭБС «IPRbooks» Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71059.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Лапыгин, Д.Ю. Бизнес-план. Стратегия и тактика развития компании [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.Ю. Лапыгин, Ю.Н. Лапыгин. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 332 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=567394>

2. Наумов, В.Н. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 272 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/428247>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

- Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgту.ru/>

Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.government.ru>

- Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

- Научная электронная библиотека www.eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

- Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: // <http://lib.mkgту.ru:8004/catalog/fo12;>

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

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

Учебно-методические материалы к лекциям дисциплины Б1.В.09 Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг

Раздел/Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции
Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование</p> <p>по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний</p> <p>по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный</p>	Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа	Устная речь, учебники, учебные пособия, книги, тестовые задания	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4):</p> <p>ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности</p> <p>ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений</p> <p>ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>

<p>Тема 2. Стратегический менеджмент.</p>	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный</p>	<p>Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа</p>	<p>Устная речь, учебники, учебные пособия, книги, тестовые задания</p>	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>
<p>Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.</p>	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный</p>	<p>Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа</p>	<p>Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания</p>	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>

<p>Тема 4. Стратегия и тактика фирмы</p>	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный</p>	<p>Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа</p>	<p>Устная речь, учебники, учебные пособия, книги, тестовые задания</p>	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>
<p>Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы</p>	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный</p>	<p>Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа</p>	<p>Устная речь, учебники, справочник и, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания</p>	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>
<p>Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития</p>	<p>по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение</p>	<p>Изучение нового учебного материала, контроль знаний,</p>	<p>Устная речь, учебники, справочник и, слайды, учебные пособия,</p>	<p>- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений</p>

	знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный	самостоятельная работа	книги, тестовые задания	ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений
Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный	Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений
Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности:	Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений

	объяснительно-иллюстративный, репродуктивный			
Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный	Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКО-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений
Тема 10. Бизнес-процессы	по источнику знаний: лекция, чтение, конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно-иллюстративный, репродуктивный	Изучение нового учебного материала, контроль знаний, самостоятельная работа	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4): ПКУВ-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений
Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	по источнику знаний: лекция, чтение,	Изучение нового учебного	Устная речь, учебники, справочник	- способен к разработке и совершенствованию системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ПКУВ-4):

	<p>конспектирование по назначению: приобретение знаний, анализ, закрепление, проверка знаний по типу познавательной деятельности: объяснительно- иллюстративный, репродуктивный</p>	<p>материала, контроль знаний, самостоятельна я работа</p>	<p>и, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания</p>	<p>ПКУВ-4.1. Применяет клиентоориентированные технологии в сервисной деятельности ПКУВ-4.2. Участвует в разработке системы клиентских отношений ПКУВ-4.3. Участвует в совершенствовании системы клиентских отношений</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Учебно-методические материалы к семинарским занятиям дисциплины Б1.В. 09. Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции
1	2	3	4	
Тема 1. Фирма в системе рыночных отношений.	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 2. Стратегический менеджмент.	Репродуктивн. метод, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн.	систематизация , контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 3. Стратегический и операционный маркетинг.	беседа, проверка знаний, проблемное изложение	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 4. Стратегия и тактика фирмы	репродуктивн. метод, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн.	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 5. Динамика основных технико-экономических показателей и выбор стратегии фирмы	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4

Тема 6. Оценка альтернатив стратегического развития	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 7. Основные типы стратегий, разрабатываемые фирмой	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 8. Экономическая стратегия фирмы	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 9. Основы стратегического управления фирмой	беседа, проверка знаний, проблемное изложение, объяснительно- иллюстративн	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 10. Бизнес-процессы	беседа, проверка знаний, проблемное изложение	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4
Тема 11. Бизнес-проекты и бизнес-планирование	беседа, проверка знаний, проблемное изложение	формирование, контроль и коррекция знаний	Учебники, учебные пособия тестовый материал	ПКУВ-4

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение
Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение
Программа для работы с архивами «7zip»	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение
Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение
Офисный пакет «WPS office»	свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).
3. Электронная библиотечная система «Лань» (<http://e.lanbook.com>)

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Аудитория для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-12, 3-15, 3-17, 3-19, 3-20, 3-22, адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий на 15 посадочных мест, (проектор, ноутбук)</p>	<p>свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»; 3. Офисный пакет «WPSoffice»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>
Помещения для самостоятельной работы		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет</p>	<p>свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»; 3. Офисный пакет «WPSoffice»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>

**12. Дополнения и изменения в рабочей программе
за _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу Б1.В.09 Стратегия и тактика поведения фирмы на рынке услуг
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 43.03.01 Сервис
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____ доцент Мальцева И.С.
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
маркетинга, сервиса и туризма
(наименование кафедры)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ А. Р. Кумпилова
(подпись) (Ф.И.О.)