

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования  
Должность: Ректор «**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС**»  
Дата подписания: 25.01.2023 11:51:28  
Уникальный программный ключ:  
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Стратегический менеджмент

---

*(наименование дисциплины)*

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Экономика и финансы организации

---

2022 г.

**1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций**

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

**ОПК-3 – Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.**

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
<p><b>ИД-1 (ОПК-3).</b> Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и содействует их реализации в условиях сложной и динамичной среды</p>	<p><b>Знает:</b>  <b>РО-1 ИД-1 (ОПК-3)</b> особенности методологии стратегического управления;  <b>РО-2 ИД-1 (ОПК-3)</b> особенности стратегического управления предприятием или организацией в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды;  <b>РО-3 ИД-1 (ОПК-3)</b> эволюцию взглядов на сущность и структуру стратегического управления предприятием или организацией;  <b>РО-4 ИД-1 (ОПК-3)</b> теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации;  <b>РО-5 ИД-1 (ОПК-3)</b> особенности стратегического управления предприятием или организацией в организациях различных правовых форм, видов собственности и масштабов;  <b>РО-6 ИД-1 (ОПК-3)</b> определение внешней среды и сильных и слабых сторон предприятий;  <b>РО-7 ИД-1 (ОПК-3)</b> подходы к формированию миссии и целей организации;  <b>РО-8 ИД-1 (ОПК-3)</b> базисные стратегии бизнеса; основные конкурентные и функциональные стратегии организации;  <b>РО-9 ИД-1 (ОПК-3)</b> природу стратегического управления и основные этапы его развития;  <b>РО-10 ИД-1 (ОПК-3)</b> содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического управления;  <b>РО-11 ИД-1 (ОПК-3)</b> стратегии диверсификации и их особенности в различных отраслях;  <b>РО-12 ИД-1 (ОПК-3)</b> основные методы разработки стратегии компании;  <b>РО-13 ИД-1 (ОПК-3)</b> критерии выбора стратегических альтернатив;  <b>РО-14 ИД-1 (ОПК-3)</b> условия реализации стратегии</p> <p><b>Умеет:</b>  <b>РО-15 ИД-1 (ОПК-3)</b> формулировать миссию и цели предприятия на основе стратегического анализа;  <b>РО-16 ИД-1 (ОПК-3)</b> различать эффективные и неэффективные организации и составлять положения по совершенствованию системы управления;  <b>РО-17 ИД-1 (ОПК-3)</b> использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями с использованием стратегического</p>

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
	<p>подхода;</p> <p><b>РО-18 ИД-1 (ОПК-3)</b> использовать методы стратегического контроля и разработки систем контроля реализации стратегии;</p> <p><b>РО-19 ИД-1 (ОПК-3)</b> разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации;</p> <p><b>РО-20 ИД-1 (ОПК-3)</b> разрабатывать стратегии конкуренции с учетом условий функционирования организации;</p> <p><b>РО-21 ИД-1 (ОПК-3)</b> обосновывать основные направления диверсификации деятельности организации;</p> <p><b>РО-22 ИД-1 (ОПК-3)</b> планировать реализацию стратегии; разрабатывать мероприятия по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям;</p> <p><b>РО-23 ИД-1 (ОПК-3)</b> применять методы разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия или организации</p> <p><b>Владеет:</b></p> <p><b>РО-24 ИД-1 (ОПК-3)</b> основными процедурами совершенствования управления и повышения эффективности;</p> <p><b>РО-25 ИД-1 (ОПК-3)</b> современной методикой разработки стратегий на основных организационных уровнях;</p> <p><b>РО-26 ИД-1 (ОПК-3)</b> методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единиц;</p> <p><b>РО-27 ИД-1 (ОПК-3)</b> подходами к организации и контролю выполнения стратегии;</p> <p><b>РО-28 ИД-1 (ОПК-3)</b> навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения стратегии;</p> <p><b>РО-29 ИД-1 (ОПК-3)</b> способностью участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций</p>
<p><b>ИД-2 (ОПК-3).</b> Оценивает результаты и возможные последствия организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости</p>	<p><b>Знает:</b></p> <p><b>РО-1 ИД-2 (ОПК-3)</b> основы стратегического анализа деятельности организации;</p> <p><b>РО-2 ИД-2 (ОПК-3)</b> основные инструменты проведения анализа стратегических факторов внешней среды;</p> <p><b>РО-3 ИД-2 (ОПК-3)</b> основные показатели стратегического положения организации;</p> <p><b>РО-4 ИД-2 (ОПК-3)</b> современный инструментарий оценки эффективности стратегии организации</p> <p><b>Умеет:</b></p> <p><b>РО-5 ИД-2 (ОПК-3)</b> определить возникающие возможности и оценить угрозы предприятию, исходя из анализа внешней среды и особенностей предприятий;</p> <p><b>РО-6 ИД-2 (ОПК-3)</b> проводить стратегический анализ диверсифицированных компаний;</p> <p><b>РО-7 ИД-2 (ОПК-3)</b> определять стратегические альтернативы и оценивать их эффективность;</p> <p><b>РО-8 ИД-2 (ОПК-3)</b> использовать информационные технологии в системе стратегического управления</p>

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
	<b>Владеет:</b> <b>РО-9 ИД-2 (ОПК-3)</b> методикой анализа макроокружения организации; <b>РО-10 ИД-2 (ОПК-3)</b> методикой проведения конкурентного анализа; <b>РО-11 ИД-2 (ОПК-3)</b> современными методиками расчета и анализа индикативных показателей стратегического положения организации; <b>РО-12 ИД-2 (ОПК-3)</b> современным инструментарием оценки эффективности стратегии организации

## 2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## 3. Содержание дисциплины

**Понятие стратегического менеджмента.** Понятие стратегического менеджмента. Исторические предпосылки возникновения и этапы развития стратегического менеджмента. Отличия стратегического менеджмента от оперативного менеджмента. Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности. Организационные формы корпоративных образований, реализующих стратегическое корпоративное управление. Жесткие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление: трест, концерн, конгломерат, консорциум. Мягкие корпоративные структуры, реализующие стратегическое управление: картель, синдикат, пул, ассоциация, стратегический альянс. Стратегические бизнес-единицы (хозяйственные подразделения) корпоративных структур. Стратегические зоны хозяйствования, стратегическое развертывание сетевых структур.

**Формирование стратегии и планирование стратегического управления.** Понятие управленческой стратегии. Стратегия как конкретный план достижения стратегической цели и как долгосрочное качественно определенное направление развития организации. Соотношение стратегических, тактических и оперативных целей. Элементы стратегии: видение, миссия, цели, задачи. Генеральные, корпоративные, конкурентные, функциональные, операционные стратегии. Типы стратегий. Содержание стратегии как документа. Стратегические решения. Стратегическое прогнозирование. Процесс формирования стратегий. Проблемное поле, стратегическая проблема и стратегический фокус. Реализация стратегии.

**Конкурентные преимущества и стратегическое позиционирование компании.** Понятие, виды источники и факторы конкурентоспособности корпорации. Понятие, виды, типы и источники конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы успеха, стратегические способности и конкурентоспособность корпорации. Конкурентная позиция компании: фирмы–лидеры, фирмы–последователи лидера с сильной позицией, фирмы–последователи лидера со слабой позицией, фирмы- аутсайдеры с кризисной позицией. Основные стратегические позиции компании в зависимости от ее положения на рынке. Конкурентное поведение компании. Виды, типы и характеристика конкурентных позиций. Алгоритм оценки конкурентной позиции. Основные виды и типы стратегического конкурентного позиционирования компании. Наступательные, оборонительные и смешанные стратегические позиции компании.

**Стратегический анализ рыночной позиции организации.** Ситуационный анализ. Стратегический анализ основных компонентов внутренней (миниэкономической) среды фирмы

и внешней (микроэкономической) среды. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом PEST-анализа. Алгоритм проведения комплексного ситуационного анализа внутренней и внешней среды компании методом SWOT-анализа. Понятие, сущность, предназначение и общая схема реализации стратегического портфельного анализа компании. Портфельная матрица Бостонской консультативной группы (БКГ) как метод оценки позиции фирмы на рынке. Показатели матрицы классификации предприятий на рынке: относительная доля рынка и темпы роста отраслевого рынка. Гипотезы матрицы БКГ. Достоинства и недостатки матрицы БКГ. Стратегический анализ перспектив рыночной позиции компании посредством матриц Мак-Кинси и «Шелл». Портфельная матрица Мак-Кинси (McKinsey–General Electric) как метод оценки рыночной привлекательности и конкурентных позиций фирмы. Показатели матрицы: привлекательность отрасли и стратегическая конкурентоспособность бизнес-единицы. Основные стратегические альтернативы матрицы: «удержать позицию», «улучшить позицию», «восстановить утерянную позицию», «собрать урожай», «доинвестировать». Алгоритм матрицы McKinsey–GE. Портфельная матрица направленной политики компании «Шелл». Показатели матрицы: привлекательность отрасли и стратегическая конкурентоспособность бизнес-единицы компании. Основные стратегические альтернативы матрицы.

**Корпоративные и конкурентные стратегии компании.** Понятие, виды и типы корпоративных (базовых) стратегий. Понятие и структура портфеля корпоративного образования. Финансовый и реальный капитал, рыночные сферы предпринимательской деятельности и организационная структура корпорации. Стратегии пассивного роста, прогрессирующего роста, сокращения, комбинированные. Понятие, виды и типы конкурентных (деловых) стратегий. Конкурентные стратегии лидерства в низких издержках: снижение элементов затрат без изменения их структуры и с преобразованием цепочки затрат. Конкурентные стратегии дифференциации: продуктовая, сервисная, имиджа. Способы реализации стратегий дифференциации. Конкурентные стратегии фокусирования (узкой специализации): отдельный рыночный сегмент, особая группа покупателей, определенная группа товаров, географический сектор рынка. Условия и риски, связанные с реализацией стратегии фокусирования. Понятие, виды и типы конкурентных (ролевых) стратегий. Общее понятие стратегии управления персоналом. Внешние и внутренние факторы формирования стратегии управления персоналом. Кадровые функциональные стратегии. Стратегии регулирования занятости на предприятии.

**Функциональные стратегии компании.** Производственные функциональные стратегии. Стратегии размещения и специализации производства. Ресурсные стратегии: привлечения ресурсов, сохранения ресурсов. Стратегии прибыли: максимизации сверхприбыли, оптимизации убытков. Стратегии качества: прорыва и непрерывного совершенствования. Стратегия и техническая политика предприятия. Стратегии управления финансами компании: виды, типы, особенности. Стратегии управления долгосрочными финансовыми операциями. Стратегическое финансовое планирование. Стратегии привлечения финансовых средств. Стратегии инвестирования. Стратегии управления текущими финансовыми операциями и обеспечения финансовой устойчивости фирмы. Место маркетинга в стратегическом управлении компанией. Виды маркетинга. Основные концепции маркетинга. Стратегии управления маркетингом. Функции стратегического маркетинга. Стратегия и тактика управления маркетингом. Маркетинговые стратегии управления жизненным циклом товара. Маркетинговые стратегии управления товародвижения. Маркетинговые стратегии ценообразования.

#### **4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся**

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

##### **Вопросы для самоконтроля**

1. Факторы международной среды и разновидности внешнеэкономической деятельности.
2. Многонациональная и глобальная стратегии.
3. Значение и источники формирования транзакционных издержек. Характеристика стадий реализации стратегии.
4. Характеристика процесса разработки различных вариантов стратегии.
5. Направления PEST - анализа и его роль в стратегическом менеджменте.
6. Возможности разработки стратегий на основе анализа.
7. Стратегия совершенствования организационной структуры с целью повышения эффективности.
8. Место и роль стратегического менеджмента в современной системе управления на предприятии.
9. Анализ стратегий: дифференциации, лидерства по издержкам, фокусирования.
10. Сущность анализа хозяйственной ситуации в свете потенциальных изменений во внешней среде предприятия.
11. Характеристика SWOT-анализа и его значение для стратегического менеджмента.
12. Результаты анализа потенциала предприятия и выработка его стратегии.
13. Направления анализа состояния внешней среды и обеспечение адекватного реагирования на ее изменения в перспективе.
14. Анализ факторов, влияющих на комплекс «цели-стратегии».
15. Направления оценки общих результатов деятельности предприятия.
16. Методика проведения портфельного анализа.
17. Виды и характеристика маркетинговых стратегий.
18. Роль ресурсов в стратегическом менеджменте. Их возможности в определении конкурентной позиции предприятия.
19. Стратегии бизнеса: характеристика процесса.
20. Характеристика и анализ элементов внешней среды.
21. Стратегия как обобщающая модель действий, необходимых для достижения целей предприятия.
22. Определение управленческой технологии. Виды и характеристика продуктовых стратегий.
23. Краткая характеристика наиболее распространенных и важных методов анализа в стратегическом менеджменте.
24. Характеристика технологий целевого управления. Технология и инструменты стратегического анализа.
25. Анализ стратегических альтернатив. Виды и стратегии продаж.
26. Определение и сущность СЗХ. Характеристика структуры УТ.

27. Процесс выбора стратегии. Согласование организационной структуры с избранной стратегией.
28. Краткая характеристика основных компонентов стратегического менеджмента.
29. Реализация выбранной стратегии как этап стратегического менеджмента.
30. Понятие, принципы и стратегия построения оптимальной организационной структуры.
31. Стратегический менеджмент как главное средство антикризисного управления.
32. Теория конкуренции М.Портера и стратегические преимущества как основа существования организации в конкурентной среде.
33. Направления анализа и выбор стратегии. Характеристика иерархий стратегий.
34. Анализ видов стратегии развития предприятия.
35. Алгоритм стратегического менеджмента на предприятии.
36. Процесс стратегического управления на предприятии.
37. Субъект стратегического менеджмента.
38. Анализ функциональных стратегий.
39. Процесс принятия стратегических решений.
40. Анализ типов организации в зависимости от критериев классификации организационных структур управления.
41. Критерии стратегических решений.
42. Анализ основных этапов и элементов стратегического менеджмента.
43. Технология стратегического анализа. Выбор стратегии как этап стратегического менеджмента.
44. Принятие решений в стратегическом менеджменте. Описание уровней стратегии предприятия.
45. Возникновение стратегического менеджмента как этапа эволюции стратегии и методов управления.
46. Стратегия как объект менеджмента и как план управления предприятием.
47. Анализ внутренней среды и выявление реального внутреннего потенциала предприятия.
48. Процесс выбора стратегии. Суть стратегического управления предприятием.
49. Эффективная информационная система на предприятии как основа стратегического менеджмента.
50. Определение и сущность СБЕ. Описание уровней стратегии предприятий.
51. Характеристика иерархий стратегий.
52. Стратегический разрыв, понятие, определение, методика устранения.
53. Процесс внедрения стратегии в деятельность предприятия.
54. Анализ стратегий роста.
55. Виды и построение системы целей на предприятии.
56. Определение и характеристика ориентиров деятельности предприятия.
57. Понятие миссии, философии и политики предприятия.
58. Характеристика и организация стратегического контроля реализации стратегии.
59. Задачи и схемы бизнес – диагностики деятельности предприятия.
60. Управление в условиях стратегических неожиданностей.

### **Задания для самоконтроля**

**Задание 1.** Вычеркните лишнее...

В основе стратегического менеджмента лежат стратегические решения, к числу которых можно отнести:

- реконструкцию предприятия;
- изменение внешней среды предприятия;
- внедрение новшеств;
- организационные изменения;
- выход на новые рынки сбыта;
- анализ текущих прогнозов;
- приобретение, слияние предприятий;
- формирование теории принятия управленческих решений.

### Задание 2.

1. Заполните пропуски: В целом можно сказать, что эффективность системы стратегического менеджмента определяется тем, что она:

- обеспечивает комплексный, ..... взгляд на предприятие и его внешнее окружение;
- облегчает принятие ...
- обеспечивает координацию и коммуникации;
- ...
- дает .....развития бизнеса;
- помогает делать стратегический выбор и реализовывать стратегию.

2. Назовите основное противоречие развития стратегического менеджмента, присущее переходной экономике.

3. Какие ошибки допускают наиболее часто при проведении стратегических изменений?

4. Какие недостатки и ограничения на использование имеет стратегическое управление?

5. Известный специалист в области стратегического менеджмента Игорь Ансофф утверждает: «Стратегия – понятие трудноуловимое и несколько абстрактное. Ее выработка обычно не приносит фирме никакой непосредственной пользы. Кроме того, она дорого обходится как по денежным расходам, так и по затратам времени управляющих». Почему же предприятия занимаются разработкой стратегии?

### Задание 3. Анализ формулировок целей организаций

Выберите две финансовые цели, две стратегические и две инновационные цели. Переформулируйте их содержание таким образом, чтобы они полностью отвечали современным требованиям.

Увеличить долю фирмы на рынке с 5% до 10%.

Обеспечить рост доходов на 5%.

Обеспечить повышение качества продукции.

Добиться ежегодного увеличения объема продаж с 1 млрд. руб. до 2 млрд. руб. за ... .. лет.

Раз в полтора-два года выходить на новый рынок.

Достигнуть 20%-го уровня доходов по акциям.

Добиться повышения цены акций.

Повысить репутацию фирмы среди клиентов.

Повысить конкурентоспособность фирмы.

Добиться 100%-го уровня удовлетворения запросов клиентов.

Расширить номенклатуру продукции.



Выделить 25-30% чистого дохода на выплату дивидендов.

Добиться лидерства в области технологий и инноваций.

Снизить издержки по сравнению с основными конкурентами.

30% от общего объема продаж должно приходиться на товары, пущенные в производство за последние 5 лет.

Ликвидировать те направления деятельности, которые не приносят дохода и не вписываются в стратегию компании.

Обеспечить стабильный доход в период экономического спада.

Совершать селективные приобретения других фирм, которые могли бы дополнить деятельность фирмы.

#### **Задание 4.** Принятие решений: выбор стратегий организации

Крупной европейской фармацевтической компании необходимо принять решение о выборе дальнейшей стратегии развития. Возможно принятие трех принципиально разных альтернативных вариантов решения этой важной управленческой проблемы.

Первый альтернативный вариант решения. Цель компании – получение максимально возможной прибыли в возможно более короткие сроки. Для этого на четверть урезается программа по созданию новых видов продукции и на 30% сокращаются расходы на маркетинговое обеспечение торговых операций.

Второй альтернативный вариант решения. Компания ставит перед собой цель обеспечить устойчивое положение в будущем. Для этого основные усилия сосредотачиваются на проведении НИОКР по созданию новых конкурентоспособных видов продукции.

Третий альтернативный вариант решения. Целью компании является сочетание обеспечения рентабельности производства в настоящее время со значительными расходами на НИОКР для создания продукции, конкурентоспособной на рынках сбыта.

Вопросы для анализа ситуации:

1. Проанализируйте возможные стратегические направления развития фармацевтической компании.

2. Какой из трех альтернативных вариантов возможного стратегического развития компании, подготовленных аналитиками, вы считаете наиболее приемлемым?

**Задание 5.** Уровень издержек компании Альфа оценивается в 10 баллов, а компании Бетта – в 9 баллов. По набору сервисных услуг первая компания оценивается в 8, а вторая – в 10 баллов, по степени вертикальной интеграции – соответственно в 7 и 5 баллов. Оцените конкурентную позицию компании Альфа по сравнению с компанией Бетта, если известно, что весовое соотношение показателей конкурентной силы для компаний данного производственного профиля равно 0,7:0,2:0,1.

### **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная:**

1. Стратегический менеджмент : учебник : [16+] / П.А. Михненко, Т.А. Волкова, А.Л. Дрондин, А.В. Вегера ; под ред. П.А. Михненко. – Москва : Университет Синергия, 2017. – 305 с. : ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455434> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4257-0277-7. – Текст : электронный.

2. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – Москва : Юнити-Дана : Банки и биржи, 2017. – 577 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691968> – ISBN 5-85173-059-5. – Текст : электронный.

#### **Дополнительная:**

1. Гатина, Л.И. Стратегическое планирование развития предприятия : учебно-методическое пособие / Л.И. Гатина ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2012. – 144 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258642> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-1339-2. – Текст : электронный.

2. Долгов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. И. Долгов, Е. А. Прокопенко. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 278 с. – (Экономика и управление). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145> – ISBN 978-5-9765-0146-1. – Текст : электронный.

3. Шадченко, Н. Ю. Стратегический менеджмент : учебно-методическое пособие для преподавателей и студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Н. Ю. Шадченко. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 48 с. — ISBN 978-5-4486-0001-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/62888.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. <http://www.yurist.ru>
4. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]
5. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф  
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:  
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области  
- Международное право

### **7. Лицензионное программное обеспечение**

- 1С Предприятие 8 (комплект для обучения в высших и средних учебных учреждениях)
  - Autodesk AutoCAD 2019
  - Autodesk 3ds MAX 2019
  - ArchiCAD 23
  - Unity 3D
  - IBM SPSS Statistics Base Campus Edition

- Veyon
- Notepad++ 7.5.8
- Oracle Java SE 8u181
- Visual Studio Community 2017
- Python 3.5.6
- Scala 2.12.6
- Kotlin 1.2.71
- Dr.Web Desktop Security Suite (Комплексная защита)
- Project Expert 7 for Windows
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

## **8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);
- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);
- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная

организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.