

ПЕРВОЕ ВЫСШЕЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ РОССИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОПОП ВО
профессор А.Е. Череповицын

Проректор по образовательной
деятельности
доцент Д.Г. Петраков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

***СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В КОМПАНИЯХ
МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОГО КОМПЛЕКСА***

Уровень высшего образования:	<i>Магистратура</i>
Направление подготовки /	<i>38.04.02 Менеджмент</i>
Направленность (профиль) /	<i>Стратегический менеджмент</i>
Квалификация выпускника:	<i>магистр</i>
Форма обучения:	<i>очная</i>
Составитель:	<i>доцент Ромашева Н.В.</i> <i>доцент Дмитриева Д.М.</i>

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса» разработана:

- в соответствии с требованиями ФГОС ВО – *магистратура по направлению подготовки «38.04.02 Менеджмент»*, утвержденного приказом Минобрнауки России № 952 от 12.08.2020г.;

- на основании учебного плана *магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) Стратегический менеджмент.*

доцент Ромашева Н.В.

Составители:

доцент Дмитриева Д.М.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики, организации и управления от 16.01.2023 № 9

Заведующий кафедрой Экономики, организации и управления

д.э.н. проф. А.Е. Череповицын

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - формирование у студентов глубоких теоретических знаний и основных навыков практического применения методов современного стратегического анализа как способа определения и развития конкурентных преимуществ компании, которые позволят им работать в среде управленческой деятельности и соответствовать современным требованиям, предъявляемым к менеджерам.

Основные задачи дисциплины:

- сформировать у магистрантов целостное представление о содержании, основных процедурах и особенностях применения современного стратегического анализа;
- сформировать навыки проведения стратегического анализа различных компаний и отраслей минерально-сырьевого комплекса;
- сформировать навыки выявления конкурентных преимуществ посредством идентификации, развития и использования ресурсов и способностей компании с учетом изменений во внешней среде.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки «38.04.02 Менеджмент» и изучается в 1 семестре.

Дисциплина «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Стратегическое управление в минерально-сырьевом и топливно-энергетическом комплексах», «Стратегический маркетинг», «Стратегическое управление инновациями».

Особенностью дисциплины является ее практическая направленность на формирование навыков проведения стратегического анализа современными методами.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса» направлен на формирование следующих компетенций:

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3	УК-3.1. Знать: методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами; основные теории лидерства и стили руководства УК-3.2. Уметь: разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций при подготовке и выполнении проекта; сформулировать задачи членам команды для достижения поставленной цели; разрабатывать командную стратегию; применять эффективные стили руководства командой для достижения поставленной цели УК-3.3. Владеть: умением анализировать, проектировать и организовывать межличностные, групповые и организационные коммуникации в команде для достижения поставленной цели; методами организации и управления коллективом

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5	УК-5.1. Знать: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур; особенности межкультурного разнообразия общества; правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия УК-5.2. Уметь: понимать и толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества; анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.3. Владеть: методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия
Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1	ОПК-1.1. Знать основы стратегического менеджмента, стратегического анализа, стратегического маркетинга, стратегического управления человеческими ресурсами, стратегического управления инновациями; управленческой экономики, теории организации и организационного поведения, оценки стоимости компаний, корпоративных финансов, оценки рисков ОПК-1.2. Уметь: применять фундаментальные знания в области стратегического менеджмента, маркетинга, управления человеческими ресурсами, управления инновациями; управленческой экономики, теории организации и организационного поведения для выявления проблем, постановки и решения прикладных и исследовательских задач ОПК-1.3. Владеть навыками анализа и оценки корпоративных финансов, стоимости компании и рисков, в том числе с применением экономико-математических методов
Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3	ОПК-3.1. Знать: современные проблемы управления, методы разработки, обоснования и оценки эффективности и социальной значимости бизнес-решений ОПК-3.2. Уметь: выявлять, анализировать, обобщать, прогнозировать рыночные тенденции для принятия обоснованных управленческих решений в условиях кросс-культурной, институциональной и рыночной среды ОПК-3.3. Владеть: навыками самостоятельной разработки, обоснования и оценки эффективности бизнес-решений
Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик	ОПК-4	ОПК-4.1. Знать: способы формирования трудовых коллективов, методы стратегического управления их деятельностью ОПК-4.2. Уметь: применять современные практики управления, выявлять и оценивать рыночные возмож-

Формируемые компетенции		Код и наименование индикатора достижения компетенции
Содержание компетенции	Код компетенции	
управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций		ности и риски для развития инновационных направлений деятельности в компаниях ОПК-4.3. Владеть: навыками разработки оптимальных стратегии развития бизнеса организации, планирования инновационных преобразований, контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценки их результативности с использованием лидерских и коммуникативных методов
Способен обосновывать стратегии развития компаний минерально-сырьевого комплекса различного уровня	ПКС-1	ПКС-1.1. Знать: стратегии развития компаний различного уровня, организационные формы взаимодействия в минерально-сырьевом комплексе в условиях цифровизации управления и конкурентной среды, специфику стратегического управления человеческими ресурсами в компаниях минерально-сырьевого комплекса, методы оценки стоимости компаний ПКС-1.2. Уметь: анализировать действующие стратегии и определять направления стратегического развития компании, формировать конкурентные преимущества, применять методы разработки стратегий для компаний минерально-сырьевого комплекса ПКС-1.3. Владеть: навыками постановки стратегических целей в соответствии с миссией компании, разработки и принятия стратегических управленческих решений в минерально-сырьевом комплексе, навыками анализа и разработки стратегии и политики управления человеческими ресурсами, формирования коллективов и команд для реализации стратегических целей компаний минерально-сырьевого комплекса

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость учетной дисциплины «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса» составляет 4 зачетные единицы, 144 ак. часа.

Вид учебной работы	Всего ак. часов	Ак. часы по семестрам
		1
Аудиторная работа, в том числе:	34	34
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:	74	74
Выполнение курсовой работы	36	36
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат	-	-
Подготовка к практическим занятиям	38	38
Подготовка к лабораторным занятиям	-	-
Подготовка к зачету / дифф. зачету	-	-
Промежуточная аттестация – экзамен (Э)	Э (36)	Э (36)
Общая трудоемкость дисциплины		
ак. час.	144	144
зач. ед.	4	4

4.2. Содержание дисциплины

Учебным планом предусмотрены: лекции, практические занятия и самостоятельная работа, в том числе выполнение курсовой работы.

4.2.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Наименование разделов	Виды занятий				
	Всего ак. часов	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа студента, в том числе курсовая работа
Раздел 1 «Введение в современный стратегический анализ»	16	2	2	-	12
Раздел 2 «Понятие, основные направления, методы анализа внешней среды компании»	38	4	10	-	24
Раздел 3 «Понятие, основные направления, методы анализа внутренней среды компании»	36	4	10	-	22
Раздел 4 «Конкурентные преимущества и стратегические возможности компании»	18	-	2	-	16
Итого:	108	10	24	-	74

4.2.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак. часах
1	Введение в современный стратегический анализ	Основные понятия стратегического менеджмента. Виды и особенности различных стратегий. Роль стратегического анализа в системе стратегического менеджмента. Сущность стратегического анализа. Информационная база стратегического анализа.	2
2	Понятие, основные направления, методы анализа внешней среды компании	Понятие внешней среды. Типы внешней среды. Сущность анализа внешней среды. Макросреда, микросреда компании. Сущность PEST-анализа, модифицированный PEST-анализ. Стейкхолдеры компании. Анализ рынка, анализ поставщиков, потребителей, анализ конкурентов компании. Возможности и угрозы внешней среды. EVENT-анализ.	4
3	Понятие, основные направления, методы анализа внутренней среды компании	Сущность анализа внутренней среды. Материальные и нематериальные активы. Стратегический потенциал организации. Цепочка ценностей Портера. Издержки компании. Минерально-сырьевые активы компании. Модель McKinsey 7S. GAP-анализ. Портфельный анализ. Сильные и слабые стороны компании.	4
Итого:			10

4.2.3. Практические занятия

№ п/п	Разделы	Тематика практических занятий	Трудоемкость в ак. часах
1	Раздел 1	Формирование миссии, цели компании. Характеристика деятельности компании.	2
2	Раздел 2	Проведение PEST-анализа.	2
		Анализ заинтересованных сторон.	2
		Событийный анализ в отрасли. Анализ рынка.	2
		Конкурентный анализ, Модель Портера.	2
		Анализ потребителей и поставщиков.	2
3	Раздел 3	Анализ финансовых показателей компании, CVP анализ.	2
		Анализ минерально-сырьевых активов, GAP-анализ.	4
		Модель Мак-Кинси «7S», цепочка ценности Портера.	2
		Применение инструментов портфельного анализа.	2
4	Раздел 4	Обобщение результатов анализа внутренней и внешней среды. SWOT-анализ.	2
Итого:			24

4.2.4. Лабораторные работы

Лабораторные работы не предусмотрены.

4.2.5. Курсовые работы

№ п/п	Темы курсовых работ / проектов
1	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Лукойл”.
2	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Роснефть”.
3	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “ГМК «Норильский никель”.
4	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Татнефть”.
5	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Фосагро”.
6	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Северсталь”.
7	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Газпром”.
8	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Полиметалл”.
9	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития АО “СУЭК”.
10	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Уралкалий”.
11	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО АК “АЛРОСА”.
12	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития АО “Русская медная компания”.
13	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Новатэк”.
14	Применения методов стратегического анализа для определения стратегических направлений развития ПАО “Газпронефть”.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения применяются:

Лекции, которые являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся. Цели лекционных занятий:

-дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентировать внимание на наиболее сложных вопросах дисциплины;

-стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

Практические занятия. Цель практических занятий: совершенствовать умения и навыки решения практических задач.

Главным содержанием этого вида учебных занятий является работа каждого обучающегося по овладению практическими умениями и навыками профессиональной деятельности.

Консультации (текущая консультация, накануне экзамена) является одной из форм руководства учебной работой обучающихся и оказания им помощи в самостоятельном изучении материала дисциплины, в ликвидации имеющихся пробелов в знаниях, задолженностей по текущим занятиям, в подготовке письменных работ (проектов).

Текущие консультации проводятся преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, научным руководителем и носят как индивидуальный, так и групповой характер.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного

приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим учебным занятиям и промежуточному контролю.

Курсовая работа позволяет обучающимся развить навыки научного поиска.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Оценочные средства для самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости

Раздел 1. Введение в современный стратегический анализ.

1. Объекты стратегического анализа.
2. Миссия, цели, стратегия предприятия, стратегическая единица бизнеса, стратегические решения.
3. Требования, предъявляемые к формулировке миссии.
4. Принцип SMART.
5. Источники информации для анализа внешней среды.
6. Источники информации для анализа внутренней среды.

Раздел 2. Понятие, основные направления, методы анализа внешней среды компании.

1. Ключевые факторы макросреды.
2. Интересы, важность, влияние, возможные направления взаимодействия с заинтересованными сторонами.
3. Событийный анализ.
4. Стратегические группы конкурентов.
5. Конкурентные силы Портера.
6. Опытная кривая.

Раздел 3. Понятие, основные направления, методы анализа внутренней среды компании.

1. Ключевые элементы микросреды, их характеристика.
2. SNW-анализ.
3. Стратегические индикаторы работы компании.
4. Диагностика компании.
5. Анализ основных активов компании.
6. Анализ цепи издержек.
7. Матрицы портфельного анализа.

Раздел 4. Конкурентные преимущества и стратегические возможности компании.

1. Понятие конкурентных преимуществ.
2. Направления достижения конкурентных преимуществ.
3. Определение стратегических возможностей.
4. SWOT-анализ.

6.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации (экзамена)

6.2.1. Примерный перечень вопросов/заданий к экзамену по дисциплине «Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса»:

1. Дайте определение стратегическому управлению.
2. Что такое стратегический анализ? Его место в процессе стратегического управления.
3. Что отличает стратегические решения от других управленческих решений?
4. Что такое стратегическая единица бизнеса?
5. Приведите пример миссии организации.
6. Перечислите основные характеристики целей организации.
7. Перечислите основные цели анализа внешней среды.
8. Назовите основные типы внешней среды.
9. От чего зависят возможности организации воздействовать на факторы внешней среды?
10. Что такое возможности и угрозы внешней среды?

11. Дайте определение макросреды организации.
12. Дайте определение микросреды организации.
13. Что представляет собой PEST-анализ и для каких целей он необходим?
14. Перечислите основные экономические характеристики отрасли.
15. Что такое реальный и потенциальный размер отрасли?
16. Что представляют собой актуальные и потенциальные конкуренты?
17. Что означает для организации барьеры на выходе?
18. Что такое стратегия сегментирования?
19. Назовите основные направления сегментации потребителей.
20. Каким образом характер эволюции потребностей влияет на мотивацию потребителей?
21. Перечислите возможные сильные стороны организации.
22. Назовите основные составляющие стратегического потенциала предприятия.
23. Что такое цепочка ценностей Портера.
24. Что такое портфель организации и портфельный анализ?
25. Назовите основные методы портфельного анализа.
26. Опишите этапы проведения портфельного анализа.
27. Что такое SNW – анализ?
28. Что такое GAP-анализ?
29. Что такое конкурентное преимущество? Назовите основные источники конкурентного преимущества по М. Портеру.
30. Охарактеризуйте преимущество, основанное на ключевых активах и компетенциях.
31. Что лежит в основе формирования устойчивых конкурентных преимуществ? Как определяется степень их устойчивости?
32. Что представляют собой конкурентные преимущества низкого и высокого ранга?

6.2.2. Примерные тестовые задания к экзамену

Вариант № 1

№ п/п	Вопрос	Варианты ответа
1	Стратегия – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Желаемое состояние отдельных параметров организации, на достижение которых направлена её деятельность. 2. Составляющие элементы организации, связи и отношения между ними по поводу производства продукции и управления. 3. Объединение двух или более людей для взаимодействия в достижении определенных целей и задач. 4. Программа действий, выявляющая приоритетные проблемы и ресурсы для достижения основной цели.
2	Различают следующие виды стратегий организации:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегию целей, функциональную и дивизиональную. 2. Общую (корпоративную), целевую и структурную. 3. Общую (корпоративную), деловую и функциональную. 4. Деловую, целевую и структурную.

3	Корпоративная стратегия включает...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Решения о диверсификации производства. 2. Решения о изменении структуры корпорации и вхождение в другие интеграционные структуры. 3. Решения о распределении ресурсов между хозяйственными подразделениями корпорации. 4. Сочетание п.п. 1,2 и 3.
4	Стратегические решения характеризуются тем, что они (исключить лишнее):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Связаны со значительной неопределенностью. 2. Обратимы и имеют краткосрочные последствия. 3. Направлены на перспективные цели предприятия. 4. Связаны с вовлечением значительных ресурсов.
5	Внутрикорпоративная организационная единица, отвечающая за выработку стратегии в одном или нескольких сегментах целевого рынка – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Портфель предприятия. 2. Стратегическая единица бизнеса. 3. Часть материнской компании. 4. Внешнее подразделение предприятия.
6	Этап исследований, на котором системно анализируются факторы внешней и внутренней среды с целью определения текущего состояния организации и выявления условий ее успешного развития – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегический анализ. 2. Выбор стратегических альтернатив. 3. Установление цели. 4. Реализация стратегии.
7	Внешняя среда предприятия делится на:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отраслевое и ближнее окружение. 2. Макросреду и микросреду (среду прямого и косвенного воздействия). 3. Удаленную среду и макросреду. 4. Малое и ближнее окружение.
8	Тип среды, которая требует сложной информации и высококвалифицированного обслуживающего персонала. Стратегическое управление компанией в такой среде должно быть ориентировано на инновации, так как продукция/услуги в этом случае быстро устаревают...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменяющаяся среда. 2. Разнообразное окружение. 3. Враждебное окружение. 4. Технически сложная среда.
9	При проведении PEST-анализа демографическая структура населения, стиль жизни, обычаи и привычки, социальная мобильность населения относятся к ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политико-правовым факторам. 2. Технологическим факторам. 3. Юридическим факторам. 4. Социокультурным факторам.
10	Анализ среды прямого воздействия на деятельность организации включает:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ структуры акционерного капитала, отрасли и потребителей. 2. Анализ конкурентов, отрасли и структуры акционерного капитала. 3. Анализ отрасли, конкурентов и потребителей. 4. Анализ себестоимости, конкурентов и потребителей.

11	Модель Портера для определения привлекательности отрасли включает следующие факторы (исключить лишнее)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интенсивность конкуренции. 2. Конкурентное давление потребителей. 3. Конкурентное давление акционеров. 4. Угроза со стороны новых конкурентов в отрасли.
12	Определенные области деятельности компании, в которых достижение положительных результатов может обеспечить успех компании в конкурентной борьбе – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Главные преимущества. 2. Ключевые факторы успеха. 3. Сегменты предприятия. 4. Стратегические единицы бизнеса.
13	Управленческий анализ (анализ внутренней среды предприятия) - это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем. 2. Прогноз будущих стратегий и решений конкурентов. 3. Составляющие элементы организации, связи и отношения между ними по поводу производства продукции и управления. 4. Процесс обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственного подразделения.
14	Виды деятельности, в которых организация превосходит конкурентов, или особенности, обеспечивающие ей дополнительные конкурентные возможности – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные стороны предприятия. 2. Возможности внешней среды. 3. Угрозы внешней среды. 4. Слабые стороны предприятия.
15	Портфель предприятия – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Совокупность бизнес – единиц, работающих на одних и тех отраслевых рынках. 2. Желаемое состояние отдельных параметров организации, на достижение которых направлена её деятельность. 3. Совокупность стратегических единиц бизнеса, принадлежащая одному предприятию. 4. Составляющие элементы организации, связи и отношения между ними по поводу производства продукции и управления.
16	Основным приемом портфельного анализа является...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Моделирование основных производственных затрат. 2. Определение функции затраты-выручка-прибыль. 3. Построение двумерных матриц. 4. Определение основных и косвенных конкурентов.
17	Стратегический сегмент товары – “собаки” в матрице БКГ - это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Товары, требующие поддержания или увеличения доли на рынке. 2. Рыночные лидеры, находящиеся, как правило, на пике своего продуктового цикла. 3. Продукты, которые имеют низкую долю рынка и не имеют возможностей роста. 4. Товары, требующие больших инвестиций и обеспечивающие положительные

18	Стратегическому сегменту “проблемы” в матрице БКГ присуще:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поддержание или увеличение доли на рынке. 2. Лидирующее положение в относительно стабильной или сокращающейся отрасли. 3. Ограниченный объем сбыта в сложившейся ситуации или сокращающейся отрасли. 4. Минимальное воздействие на рынок в развивающейся отрасли.
19	Данный вид анализа позволяет отыскать наиболее выгодное соотношение между переменными и постоянными затратами, ценой и объемом производства продукции:	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT анализ. 2. Цепочка ценности Портера. 3. GAP анализ. 4. CVP анализ.
20	Достижение конкурентных преимуществ предприятий осуществляется по следующим направлениям (исключить лишнее):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лидерство в издержках производства, синергизм. 2. Фокусирование (концентрация). 3. Ранний выход на рынок. 4. Монополизация рынка.

Вариант № 2

№ п/п	Вопрос	Варианты ответа
1	Миссия организации - это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цель организации, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая причину её существования. 2. Желаемое состояние отдельных параметров организации, на достижение которых направлена её деятельность. 3. Предписанная работа, часть работы или совокупность работ, которые должны быть выполнены заранее установленным способом в заданные сроки. 4. Составляющие элементы организации, связи и отношения между ними по поводу производства продукции и управления.
2	Целью функциональной стратегии является...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие социальной ответственности компании. 2. Распределение ресурсов отдела (службы), поиск эффективного поведения подразделения в рамках общей стратегии. 3. Изменение структуры предприятия. 4. Организация единой стратегической ориентации подразделений.
3	Для предприятий с одним видом деятельности корпоративная стратегия совпадает с:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Деловой. 2. Функциональной. 3. Главной. 4. Генеральной.
4	Какими необходимыми навыками должны обладать менеджеры высшего звена:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Концептуальными, техническими/ 2. Концептуальными, координационными/ 3. Коммуникативными, техническими/ 4. Коммуникативными, концептуальными.

5	Определенным образом выделенная часть рынка, где может быть реализована продукция предприятия – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Портфель предприятия. 2. Стратегическая единица бизнеса. 3. Зона хозяйствования. 4. Сегмент.
6	Основными этапами стратегического менеджмента являются:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение цели. 2. Стратегический анализ. 3. Формирование стратегии. 4. Все вышеперечисленные ответы верны.
7	Отрицательные явления и тенденции, которые при отсутствии соответствующей реакции предприятия могут привести к значительному изменению объема продаж и прибыли...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные стороны предприятия. 2. Возможности внешней среды. 3. Угрозы внешней среды. 4. Слабые стороны предприятия.
8	При проведении PEST-анализ правительственная стабильность, антимонопольное законодательство относятся к ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политико-правовым факторам. 2. Технологическим факторам. 3. Юридическим факторам. 4. Экономическим факторам.
9	Наиболее важным ключевым фактором успеха при разработке нефтяного месторождения является...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Цвет нефти. 2. Наличие развитой транспортной инфраструктуры. 3. Дифференциация имиджа. 4. Хорошие отношения с местными властями.
10	Препятствия, которые необходимо преодолеть для организации деятельности и успешной конкуренции в отрасли называют...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Барьерами входа в отрасль. 2. Барьерами выхода из отрасли. 3. Конкурентными преимуществами. 4. Рисками.
11	На каком этапе анализа потребителей определяются те потребители, которые покупают и используют товары или услуги предприятия в данный момент, потенциальные потребители, а также выявляется наиболее крупный покупатель?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сегментация рынка; 2. Мотивация покупателей; 3. Определение степени удовлетворенности потребностей покупателей; 4. Дифференциация потребителей.
12	К неосязаемым ресурсам предприятия не относится ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Торговая марка. 2. Ноу-хау. 3. Материалы. 4. Имидж.
13	Уникальные осязаемые и неосязаемые ресурсы, которыми владеет предприятие называется...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Преимуществами предприятия. 2. Конкурентными преимуществами. 3. Перманентной конкурентоспособностью. 4. Важными рыночными факторами конкурентной борьбы.
14	Отсутствие или недостаточность существенных для конкуренции ресурсов, а также виды деятельности, в которых компания уступает конкурентам – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные стороны предприятия. 2. Возможности внешней среды. 3. Угрозы внешней среды. 4. Слабые стороны предприятия.
15	К сильным сторонам предприятия не относится...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Квалифицированный персонал. 2. Ценные материальные активы. 3. Отсутствие опыта. 4. Ценные нематериальные активы.

16	Инструмент, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою хозяйственную деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные или перспективные ее направления и сокращения (прекращения) инвестиций в неэффективные проекты называется...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегическим менеджментом. 2. Конкурентным анализом. 3. Стратегическим программированием. 4. Портфельным анализом.
17	Согласно матрице БКГ данные товары конкурируют в растущих отраслях, но занимают относительно небольшую долю рынка.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Товары – “проблемы”. 2. Товары – “собаки”. 3. Товары – “звезды”. 4. Товары – “коровы”.
18	Данная матрица предлагает выбрать одну из возможных 4-х стратегии роста компании, используя две характеристики: рынок, на котором желает функционировать компания; товар, который планирует продавать компания:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Матрица БКГ. 2. Матрица Игоря Ансоффа. 3. Матрица McKincey-General Electric. 4. Матрица фирмы Arthur D. Little.
19	Инструмент стратегического анализа, направленный на выявление источников конкурентного преимущества с помощью анализа отдельных видов деятельности компании.	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT анализ. 2. Цепочка ценности Портера. 3. GAP анализ. 4. CVP анализ.
20	Уникальные осязаемые и неосязаемые ресурсы, которыми владеет предприятие называется...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Преимуществами предприятия. 2. Конкурентными преимуществами. 3. Перманентной конкурентоспособностью. 4. Важными рыночными факторами конкурентной борьбы.

Вариант № 3

№ п/п	Вопрос	Варианты ответа
1	Стратегическое управление, прежде всего, осуществляется на уровне...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Руководителей среднего звена. 2. Функционального руководителя. 3. Начальника производственного участка. 4. Топ-менеджмента.
2	К числу стратегических решений можно отнести (исключить лишнее) ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реконструкцию предприятия. 2. Выход на новые рынки сбыта. 3. Приобретение, слияние предприятий и т. д. 4. Приобретение расходных материалов.
3	Положительные тенденции и явления внешней среды, которые могут привести к увеличению объема продаж и прибыли	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные стороны предприятия. 2. Возможности внешней среды. 3. Угрозы внешней среды. 4. Слабые стороны предприятия.
4	Тип внешней среды, характерный для глобального окружения называется...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменяющейся средой. 2. Разнообразным окружением. 3. Враждебным окружением. 4. Технически сложной средой.

5	PEST-анализ проводится по следующим основным группам факторов:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политико-правовые, юридические, технологические, социокультурные факторы. 2. Международные, экономические, технологические, социокультурные факторы. 3. Организационные, экономические, технологические, социокультурные факторы. 4. Политико-правовые, экономические, технологические, социокультурные факторы.
6	При проведении PEST-анализ уровень безработицы, цены на энергоресурсы, процентная ставка относятся к ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политико-правовым факторам. 2. Технологическим факторам. 3. Юридическим факторам. 4. Экономическим факторам.
7	При проведении PEST-анализ затраты на НИОКР из различных источников, защита интеллектуальной собственности относятся к ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Политико-правовым факторам. 2. Технологическим факторам. 3. Юридическим факторам. 4. Экономическим факторам.
8	Ключевые факторы успеха определяются при анализе:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потребителей. 2. Конкурентов. 3. Структуры акционерного капитала. 4. Отрасли.
9	Тенденция уменьшения реальных затрат предприятия предсказуемыми темпами: при удвоении объема выпуска добавленные затраты на единицу продукции уменьшаются на фиксированный процент (обычно между 20 и 30 %), который различен для разных отраслей это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основной закон микроэкономики. 2. Затратное правило стратегического менеджмента. 3. Фактор экономического роста. 4. Наличие опытной кривой в отрасли.
10	Согласно модели Портера, интенсивность конкуренции среди существующих предприятий зависит от следующих факторов (исключить лишнее):	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количество конкурирующих компаний, размеры объемов производства. 2. Легкость и доступность смены марки товара покупателями. 3. Количества главных потребителей. 4. Затраты на выход с рынка.
11	Множество соперничающих фирм в определенной отрасли, имеющих общие черты – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегические единицы бизнеса. 2. Стратегическая группа конкурентов. 3. Все конкуренты, которые есть у предприятия. 4. Рассматриваемое предприятие и главный конкурент.
12	К методам анализа внутренней среды не относится:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ситуационный анализ. 2. Анализ конкурентов. 3. Портфельный анализ. 4. Кабинетные исследования.
13	Совокупность имеющихся ресурсов и возможностей (способностей) для разработки и реализации стратегии предприятия называется:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегической функцией. 2. Стратегическим потенциалом. 3. Стратегическим ресурсом. 4. Конъюнктурой рынка.
14	Виды деятельности, в которых организация превосходит конкурентов, или особенности, обеспечивающие ей дополнительные конкурентные возможности – это...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные стороны предприятия. 2. Возможности внешней среды. 3. Угрозы внешней среды. 4. Слабые стороны предприятия.

15	Комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между текущим состоянием (положением) и желаемым...	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT анализ. 2. PEST анализ. 3. GAP анализ. 4. CVP анализ.
16	При построении матрицы БКГ показатель относительная доля рынка рассчитывается как:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отношение объема продаж рассматриваемого предприятия к объему продаж главного конкурента. 2. Отношение объема продаж рассматриваемого предприятия к объему продаж стратегической группы конкурентов. 3. Отношение занимаемой доли рынка рассматриваемого предприятия к занимаемой доле рынка стратегической группой конкурентов. 4. Отношение занимаемой доли рынка рассматриваемого предприятия к занимаемой доле рынка главного или трех главных конкурентов.
17	Согласно матрице БКГ данные товары занимают лидирующее положение в развивающейся отрасли, приносят значительные прибыли, но также требуют существенного финансирования продолжающегося роста ...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Товары – “проблемы”. 2. Товары – “собаки”. 3. Товары – “звезды”. 4. Товары – “коровы”.
18	С целью использования данной матрицы необходимо выделить факторы, в наибольшей степени влияющие на привлекательность рынка (отрасли) и конкурентную позицию бизнес единицы, а затем оценить их, используя три уровня: низкий, средний, высокий:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Матрица БКГ. 2. Матрица Игоря Ансоффа. 3. Матрица McKinsey-General Electric. 4. Матрица фирмы Arthur D. Little.
19	Данный вид анализа позволяет отыскать наиболее выгодное соотношение между переменными и постоянными затратами, ценой и объемом производства продукции:	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT анализ. 2. Цепочка ценности Портера. 3. GAP анализ. 4. CVP анализ.
20	SWOT – анализ включает...	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение сильных сторон предприятия. 2. Аналитическое исследование возможностей и угроз предприятия, а также анализ его сильных и слабых сторон. 3. Только анализ слабых сторон предприятий. 4. Анализ возможностей и слабых сторон предприятия.

6.3. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

6.3.1. Критерии оценок промежуточной аттестации (экзамен)

Оценка			
«2» (неудовлетворительно)	Пороговый уровень освоения	Углубленный уровень освоения	Продвинутый уровень освоения
	«3» (удовлетворительно)	«4» (хорошо)	«5» (отлично)
Студент не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки в ответах на вопросы	Студент поверхностно знает материал основных разделов и тем учебной дисциплины, допускает неточности в ответе на вопрос	Студент хорошо знает материал, грамотно и по существу излагает его, допуская некоторые неточности в ответе на вопрос.	Студент в полном объеме знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос
Не умеет находить решения большинства предусмотренных программой обучения заданий	Иногда находит решения, предусмотренные программой обучения заданий	Уверенно находит решения, предусмотренные программой обучения заданий	Безошибочно находит решения, предусмотренные программой обучения заданий
Большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено	Предусмотренные программой обучения задания выполнены удовлетворительно	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены	Предусмотренные программой обучения задания успешно выполнены

Примерная шкала оценивания знаний в тестовой форме:

Количество правильных ответов, %	Оценка
0-49	Неудовлетворительно
50-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

6.3.2. Описание шкалы и критериев оценивания для проведения промежуточной аттестации в форме защиты курсовой работы

Студент выполняет курсовую работу в соответствии с графиком, принятым на заседании кафедры. Оценка может быть снижена за несоблюдение установленного кафедрой графика.

Оценка			
«2» (неудовлетворительно)	Пороговый уровень освоения	Углубленный уровень освоения	Продвинутый уровень освоения
	«3» (удовлетворительно)	«4» (хорошо)	«5» (отлично)
Студент не выполнил курсовую работу в соответствии с заданием. Не владеет теоретическими знаниями по изучаемой дисциплине. Необходимые практические компетенции не сформированы	Студент выполнил курсовую работу с существенными ошибками. При защите курсового проекта демонстрирует слабую теоретическую подготовку. При решении задач, предусмотренных программой учебной дисциплины, допускает неточности, существенные ошибки	Студент выполнил курсовую работу с некоторыми незначительными ошибками и неточностями. При защите курсового проекта демонстрирует хорошую теоретическую подготовку. Хорошо справляется с решением задач, предусмотренных программой учебной дисциплины	Студент выполнил курсовую работу полностью в соответствии с заданием. При защите курсового проекта демонстрирует высокую теоретическую подготовку. Успешно справляется с решением задач, предусмотренных программой учебной дисциплины

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

1. Сиганьков, А. А. Стратегический анализ : учебное пособие / А. А. Сиганьков. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 68 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163922> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Вылгина, Ю. В. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Ю. В. Вылгина. — Иваново : ИГЭУ, 2020. — 84 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154526> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Приказчикова, Ю. В. Стратегический анализ : учебно-методическое пособие / Ю. В. Приказчикова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. — 48 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153157> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей

7.1.2. Дополнительная литература

1. Алексеева, Н. В. Современный стратегический анализ : учебно-методическое пособие / Н. В. Алексеева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020 — Часть 1 — 2020. — 70 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163929> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Салькова, О. С. Стратегический и текущий экономический анализ : учебное пособие / О. С. Салькова. — Кемерово : КемГУ, 2020. — 129 с. — ISBN 978-5-8353-2641-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156130> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Соклакова, И. В. Стратегический менеджмент: российский и зарубежный опыт : монография / И. В. Соклакова, М. С. Санталова, А. В. Борщева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-394-04453-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173995> (дата обращения: 22.06.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.1.3. Учебно-методическое обеспечение

1. Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса: методические указания для подготовки к практическим занятиям для студентов магистратуры

направления подготовки 38.04.02 [Электронный ресурс]/ Санкт-Петербургский горный университет. Сост. Н.В. Ромашева, А.Е. Череповицын, А.А. Ильинова. СПб, 2018 <http://ior.spmi.ru/>

2. Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса: методические указания для самостоятельной работы для студентов магистратуры направления подготовки 38.04.02 [Электронный ресурс]/ Санкт-Петербургский горный университет. Сост. Н.В. Ромашева. СПб, 2018 <http://ior.spmi.ru/>

3. Современный стратегический анализ в компаниях минерально-сырьевого комплекса: методические указания по выполнению курсовых работ для студентов магистратуры направления подготовки 38.04.02 Санкт-Петербургский горный университет. Сост. Н.В. Ромашева, Д.М. Дмитриева. СПб, 2020.

7.2. Базы данных, электронно-библиотечные системы, информационно-справочные и поисковые системы

1. Европейская цифровая библиотека Europeana: <http://www.europeana.eu/portal>

2. КонсультантПлюс: справочно-поисковая система [Электронный ресурс]. - www.consultant.ru/

3. Мировая цифровая библиотека: <http://wdl.org/ru>

4. Научная электронная библиотека «Scopus» <https://www.scopus.com>

5. Научная электронная библиотека ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com>

6. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: <https://elibrary.ru/>

7. Поисковые системы Yandex, Rambler, Yahoo и др.

8. Система ГАРАНТ: электронный периодический справочник [Электронный ресурс] www.garant.ru/

9. Электронно-библиотечная система издательского центра «Лань» <https://e.lanbook.com/books>

10. Электронная библиотека Российской Государственной Библиотеки (РГБ): <http://elibrary.rsl.ru>

11. Электронная библиотека учебников: <http://studentam.net>

12. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru

13. Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»». <http://rucont.ru>

14. Электронно-библиотечная система <http://www.sciteclibrary.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Материально-техническое оснащение аудиторий:

Специализированные аудитории, используемые при проведении занятий лекционного типа, практических занятий, оснащены мультимедийными проекторами и комплектом аппаратуры, позволяющей демонстрировать текстовые и графические материалы. Для проведения лекционных и практических занятий используется аудитория на 15 посадочных мест.

8.2. Помещения для самостоятельной работы:

1. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 13 посадочных мест. Стул – 25 шт., стол – 2 шт., стол компьютерный – 13 шт., шкаф – 2 шт., доска аудиторная маркерная – 1 шт., АРМ учебное ПК (монитор + системный блок) – 14 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional:ГК № 1464-12/10 от 15.12.10 «На поставку компьютерного оборудования» ГК № 959-09/10 от 22.09.10 «На поставку компьютерной техники» (обслуживание до 2025 года) ГК № 447-06/11 от 06.06.11 «На поставку оборудования» (обслуживание до 2025 года) ГК № 984-12/11 от 14.12.11 «На поставку оборудования" (обслуживание до 2025 года) Договор № 1105-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования» (обслуживание до 2025 года), Договор № 1106-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования» (обслуживание до 2025 года) ГК № 671-08/12 от 20.08.2012 «На поставку продукции» (обслуживание до 2025 года), Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012, Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011, Microsoft Open

License 49487710 от 20.12.2011, Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011 (обслуживание до 2025 года),

Microsoft Office 2010 Standard: Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012 (обслуживание до 2025 года), Microsoft Open License 60853086 от 31.08.2012 (обслуживание до 2025 года).

Kaspersky antivirus 6.0.4.142

2. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 17 посадочных мест. Доска для письма маркером – 1 шт., рабочие места студентов, оборудованные ПК с доступом в сеть университета – 17 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., АРМ преподавателя для работы с мультимедиа – 1 шт. (системный блок, мониторы – 2 шт.), стол – 18 шт., стул – 18 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Операционная система Microsoft Windows XP Professional ГК №797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования».

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011 (обслуживание до 2025 года).

Microsoft Office 2007 Standard Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007 (обслуживание до 2025 года).

3. Оснащенность помещения для самостоятельной работы: 16 посадочных мест. Стол компьютерный для студентов (тип 4) - 3 шт., стол компьютерный для студентов (тип 6) – 2 шт., стол компьютерный для студентов (тип 7) – 1 шт., кресло преподавателя (сетка, цвет черный) – 17 шт., доска напольная мобильная белая магнитно-маркерная «Magnetoplan» 1800мм×1200мм - 1 шт., моноблок Lenovo M93Z Intel Q87 – 17 шт., плакат – 5 шт. Доступ к сети «Интернет», в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional: Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011 (обслуживание до 2025 года).

Microsoft Office 2007 Professional Plus: Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010 (обслуживание до 2025 года).

CorelDRAW Graphics Suite X5 Договор №559-06/10 от 15.06.2010 «На поставку программного обеспечения» (обслуживание до 2025 года).

Autodesk product: Building Design Suite Ultimate 2016, product Key: 766H1.

Cisco Packet Tracer 7.1 (свободно распространяемое ПО), Quantum GIS (свободно распространяемое ПО), Python (свободно распространяемое ПО), R (свободно распространяемое ПО), Rstudio (свободно распространяемое ПО), SMath Studio (свободно распространяемое ПО), GNU Octave (свободно распространяемое ПО), Scilab (свободно распространяемое ПО).

8.3. Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования:

1. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 4 шт., сетевой накопитель – 1 шт., источник бесперебойного питания – 2 шт., телевизор плазменный Panasonic – 1 шт., точка Wi-Fi – 1 шт., паяльная станция – 2 шт., дрель – 5 шт., перфоратор – 3 шт., набор инструмента – 4 шт., тестер компьютерной сети – 3 шт., баллон со сжатым газом – 1 шт., паста теплопроводная – 1 шт., пылесос – 1 шт., радиостанция – 2 шт., стол – 4 шт., тумба на колесиках – 1 шт., подставка на колесиках – 1 шт., шкаф – 5 шт., кресло – 2 шт., лестница Alve – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Microsoft Office 2010 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

2. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: стол – 5 шт., стул – 2 шт., кресло – 2 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 2 шт. (доступ к сети «Интернет»), монитор – 2 шт., МФУ – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., баллон со сжатым газом – 1 шт., шуруповерт – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012).

Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

3. Центр новых информационных технологий и средств обучения:

Оснащенность: стол – 2 шт., стулья – 4 шт., кресло – 1 шт., шкаф – 2 шт., персональный компьютер – 1 шт. (доступ к сети «Интернет»), веб-камера Logitech HD C510 – 1 шт., колонки Logitech – 1 шт., тестер компьютерной сети – 1 шт., дрель – 1 шт., телефон – 1 шт., набор ручных инструментов – 1 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 7 Professional (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011).

Microsoft Office 2007 Professional Plus (Лицензионное соглашение Microsoft Open License 46431107 от 22.01.2010).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (Договор № Д810(223)-12/17 от 11.12.17).

8.4. Лицензионное программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional (мультимедийный комплекс).

ГК № 1464-12/10 от 15.12.10 «На поставку компьютерного оборудования»; ГК № 959-09/10 от 22.09.10 «На поставку компьютерной техники» (обслуживание до 2025 года); ГК № 447-06/11 от 06.06.11 «На поставку оборудования» (обслуживание до 2025 года); ГК № 984-12/11 от 14.12.11 «На поставку оборудования» (обслуживание до 2025 года); Договор № 1105-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования» (обслуживание до 2025 года); Договор № 1106-12/11 от 28.12.2011 «На поставку компьютерного оборудования» (обслуживание до 2025 года); ГК № 671-08/12 от 20.08.2012 «На поставку продукции» (обслуживание до 2025 года); Microsoft Open License 60799400 от 20.08.2012; Microsoft Open License 48358058 от 11.04.2011; Microsoft Open License 49487710 от 20.12.2011; Microsoft Open License 49379550 от 29.11.2011 (обслуживание до 2025 года).

Операционная система Microsoft Windows XP Professional (ПК); Microsoft Open License 16020041 от 23.01.2003; Microsoft Open License 16581753 от 03.07.2003; Microsoft Open License 16396212 от 15.05.2003.

Microsoft Open License 16735777 от 22.08.2003; ГК № 797-09/09 от 14.09.09 «На поставку компьютерного оборудования»; ГК № 1200-12/09 от 10.12.09 «На поставку компьютерного оборудования»; ГК № 1246-12/08 от 18.12.08 «На поставку компьютерного оборудования и программного обеспечения»; ГК № 1196-12/08 от 02.12.2008 «На поставку программного обеспечения»; Microsoft Open License 45369730 от 16.04.2009.

Microsoft Office 2007 Standard, Microsoft Open License 42620959 от 20.08.2007 (обслуживание до 2025 года).

СПС КонсультантПлюс. Договор о сотрудничестве от 25.12.2015 с РИЦ «Ваше право». Участник программы правовой поддержки ВУЗов от 01.10. 2003, безвозмездно с обновлением информационных баз.