

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Вишневский Дмитрий Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.04.2025 11:55:50
Уникальный программный ключ:
03474917c4d012283e5ad996a48a5e70bf84a057

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНБАССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ДонГТУ»)

Факультет экономики, управления и лингвистического
сопровождения
Кафедра менеджмента



УТВЕРЖДАЮ
И.о. проректора
по учебной работе
Д.В. Мулов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление деловой активностью
(наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления/специальности)

Менеджмент организаций, Менеджмент и администрирование в
государственных и муниципальных учреждениях, Логистика,
Международный менеджмент
(профиль подготовки)

Квалификация бакалавр
(бакалавр/специалист/магистр)

Форма обучения очная, очно-заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Алчевск, 2024

1 Цели и задачи изучения дисциплины

Цели дисциплины. Дисциплина «Управление деловой активностью» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области оценки конкурентоспособности предприятий, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения, заложить потенциал знаний, определяющих профессионализм деятельности менеджера

Целью дисциплины является знакомство студентов с теоретическими основами и практическими аспектами построения механизма управления конкурентоспособностью организации, техникой управления конкурентоспособностью организации.

Задачи изучения дисциплины:

- научить основным тенденциям развития управления конкурентоспособностью предприятий в современных условиях, теоретическим аспектам стратегического менеджмента, позволяющим овладеть современными методами и подходами в повышении конкурентоспособности предприятия;

- развить у студентов самостоятельность мышления при разработке концепции формирования стратегического развития предприятия, творческий подход при анализе и оценке конкурентоспособности в различных областях их деятельности;

- способствовать приобретению практических навыков в области постановки целей на всех уровнях предприятия, анализа его ресурсов и конкурентных возможностей, принятия и реализации стратегических решений, а также управления им для успешной реализации конкурентной стратегии;

- сформировать умение анализировать факторы, условия и функции, повышающие конкурентоспособность предприятия.

Дисциплина направлена на формирование профессиональной компетенции (ПК-4) выпускника.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Логико-структурный анализ дисциплины – курс входит в элективные дисциплины подготовки студентов по направлению 38.03.02 Менеджмент (профиль «Менеджмент организаций», «Менеджмент и администрирование в государственных и муниципальных учреждениях», «Логистика», «Международный менеджмент»).

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента. Основывается на базе дисциплин: «Управление проектами», «Прогнозирование и планирование в организации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Управление инновациями», «Управленческие решения», выпускная квалификационная работа.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студента для решения профессиональных задач деятельности, связанных с обеспечением государственного и муниципального управления.

Общая трудоемкость освоения дисциплины для очной формы обучения составляет 3 зачетных единицы, 108 ак.ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (18 ак.ч.), практические (36 ак.ч.) занятия и самостоятельная работа студента (54 ак.ч.).

Для очно-заочной формы обучения программой дисциплины предусмотрены лекционные (10 ак.ч.), практические (10 ак.ч.) занятия и самостоятельная работа студента (_ 88 ак.ч.).

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет.

3 Перечень результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины «Управление деловой активностью» направлен на формирование компетенции, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, обязательные к освоению

Содержание компетенции	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Способен анализировать и оценивать риски	ПК-4	ПК- 4.1 Определяет ситуации (контекста) и инфицирует риски в деятельности организации; ПК - 4.2 Собирает и обрабатывает релевантную аналитическую информацию для анализа и оценки рисков; ПК - 4.3 Определяет комплекс аналитических процедур и методов анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; ПК - 4.4 Анализирует риски, в т.ч. в зависимости от целей организации, вероятности и объема экономических потерь, вероятности стабилизации прибыли, роста стоимости активов, уровня экономической безопасности в разрезе отдельных видов риска на основе установленных методических принципов и подходов; ПК-4.5 Проводит оценку (пороговых значений, условных зон) исков в разрезе отдельных видов; ПК-4.6 Проводит оценку комплексного (интегрального) уровня рисков организации.

4 Объём и виды занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость учебной дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 ак.ч.

Самостоятельная работа студента (СРС) включает проработку материалов лекций, подготовку к практическим занятиям, текущему контролю, выполнение индивидуального задания, самостоятельное изучение материала и подготовку к зачету.

При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине используются формы и распределение бюджета времени на СРС для очной формы обучения в соответствии с таблицей 2.

Таблица 2 – Распределение бюджета времени на СРС

Вид учебной работы	Всего ак.ч.	Ак.ч. по семестрам
		7
Аудиторная работа, в том числе:	54	54
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Курсовая работа/курсовой проект	-	-
Самостоятельная работа студентов (СРС), в том числе:	54	54
Подготовка к лекциям	4	4
Подготовка к лабораторным работам	-	-
Подготовка к практическим занятиям / семинарам	18	18
Выполнение курсовой работы / проекта	-	-
Расчетно-графическая работа (РГР)	-	-
Реферат (индивидуальное задание)	5	5
Домашнее задание	5	5
Подготовка к контрольной работе	2	2
Подготовка к коллоквиуму	-	-
Аналитический информационный поиск	2	2
Работа в библиотеке	16	16
Подготовка к зачету	2	2
Промежуточная аттестация – зачет (З)	3 (2)	3 (2)
Общая трудоемкость дисциплины		
ак.ч.	108	108
з.е.	3	2

5 Содержание дисциплины

С целью освоения компетенции, приведенной в п.3 дисциплина разбита на 8 тем:

- тема 1 (Теоретические основы конкурентоспособности);
- тема 2 (Конкуренция: понятие и виды);
- тема 3 (школа теории конкурентоспособности);
- тема 4 (Конкуренция как объект теории и практики менеджмента);
- тема 5 (Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках);
- тема 6 (Методы оценки конкурентоспособности);
- тема 7 (Конкурентные рынки их структура);
- тема 8 (Конкурентные стратегии).

Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов для очной и заочной формы приведены в таблице 3 и 4 соответственно.

Таблица 3 – Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Теоретические основы конкурентоспособности	Сущность понятий конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкуренции и конкурентоспособности. Структура и формы конкурентоспособности.	2	Теоретические модели	6	—	—
2	Конкуренция: понятие и виды	Общая характеристика критериев конкурентоспособности. Взаимосвязь между факторами и критериями конкурентоспособности. Классификация макроэкономических факторов по признакам: сфера действия, происхождения, специализации, этапов обеспечения, социально-экономической природы, интенсивности воздействия, характера воздействия.	2	Микроэкономические факторы: производственные, рыночные, сбытовые, сервисные	6	—	—
3	Школа теории конкурентоспособности	Американская школа теории конкурентоспособности. Британская школа теории конкурентоспособности.	2	Скандинавская школа теории конкурентоспособности	6	—	—

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
4	Конкуренция как объект теории и практики менеджмента	Теории конкурентоспособности. Иерархическая структура конкурентоспособности. Эволюция концепций конкурентных преимуществ	2	Теории конкурентоспособности	6	—	—
5	Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках:	Объективные предпосылки усиления конкуренции: макроэкономические, микроэкономические. Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках: экономические, административные, организационные, структурные, природные и экологические факторы, факторы неправового характера.	2	Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособностью:	4	—	—
6	Методы оценки конкурентоспособности	Методы оценки конкурентоспособности объектов: сущность, актуальность, принципы оценки. Методические основы оценки конкурентоспособности	2	Экспертная оценка конкурентоспособности товара	4	-	-

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
		объектов: персонал, товар, организация, отрасль, регион, страна.					
7	Конкурентные рынки их структура	Рынок как внешняя среда организации. Характеристика различных форм рынка: совершенная конкуренция, монополистическая, олигополия, монополия. Рыночный потенциал.	4	Конкурентные силы рынка	2	-	-
8	Конкурентные стратегии	Классификация конкурентных стратегий. Обеспечение конкурентоспособности в рамках концепции стратегического управления. Конкурентная разведка и методика анализа конкурентов.	2	Рекламная поддержка стратегии конкуренции	2	-	-
Всего аудиторных часов			18	36		—	

Таблицы 4 – Виды занятий по дисциплине и распределение аудиторных часов (очно-заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
1	Теоретические основы конкурентоспособности	.Сущность понятий конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкуренции и конкурентоспособности. Структура и формы конкурентоспособности.	2	Теоретические модели	2	–	–
2	Конкуренция: понятие и виды	Общая характеристика критериев конкурентоспособности. Взаимосвязь между факторами и критериями конкурентоспособности. Классификация макроэкономических факторов по признакам: сфера действия, происхождения, специализации, этапов обеспечения, социально-экономической природы, интенсивности воздействия, характера воздействия.	2	Микроэкономические факторы: производственные, рыночные, сбытовые, сервисные	2	-	-
3	Школа теории конкурентоспособности	Американская школа теории конкурентоспособности. Британская школа теории конкурентоспособности.	2	Скандинавская школа теории конкурентоспособности	2	-	-
4	Конкуренция как объект теории и практики менеджмента	Теории конкурентоспособности. Иерархическая структура конкурентоспособности. Эволюция концепций конкурентных преимуществ	2	Теории конкурентоспособности	2	-	-

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание лекционных занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Темы практических занятий	Трудоемкость в ак.ч.	Тема лабораторных занятий	Трудоемкость в ак.ч.
5	Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках:	Объективные предпосылки усиления конкуренции: макроэкономические, Проблемы микроэкономические. Проблемы развития конкуренции на отраслевых рынках: экономические, административные, структурные, организационные, природные и экологические факторы, факторы неправового характера.	2	Сущность научных подходов к управлению конкурентоспособ ностью:	2	-	-
Всего аудиторных часов			10	10		—	

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6.1 Критерии оценивания

В соответствии с Положением о кредитно-модульной системе организации образовательного процесса ФГБОУ ВО «ДонГТУ» (https://www.dstu.education/images/structure/license_certificate/polog_kred_modul.pdf) при оценивании сформированности компетенций по дисциплине используется 100-балльная шкала.

Перечень компетенций по дисциплине и способы оценивания знаний приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Перечень компетенций по дисциплине и способы оценивания знаний

Код и наименование компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-4	ЗАЧЕТ	Комплект контролирующих материалов для зачета

Всего по текущей работе в семестре студент может набрать 100 баллов, в том числе:

- тестовый контроль или устный опрос на коллоквиумах (2 работы) – всего 40 баллов;
- практические работы – всего 40 баллов;
- за выполнение индивидуального и домашнего задания – всего 20 баллов.

Зачет проставляется автоматически, если студент набрал в течении семестра не менее 60 баллов и отчитался за каждую контрольную точку. Минимальное количество баллов по каждому из видов текущей работы составляет 60% от максимального.

Зачет по дисциплине «Управление деловой активностью» проводится по результатам работы в семестре. В случае, если полученная в семестре сумма баллов не устраивает студента, во время зачетной недели студент имеет право повысить итоговую оценку либо в форме устного собеседования по приведенным ниже вопросам (п.п. 6.5), либо в результате тестирования.

Шкала оценивания знаний при проведении промежуточной аттестации приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Шкала оценивания знаний

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Оценка по национальной шкале зачёт/экзамен
0-59	Не зачтено/неудовлетворительно
60-73	Зачтено/удовлетворительно
74-89	Зачтено/хорошо
90-100	Зачтено/отлично

6.2 Домашнее задание

Задание 1. Типовой кейс. Кейс «интернет-маркетинг на спортивном рынке» Континентальная хоккейная лига (КХЛ) — международная лига, созданная в 2008 г. для развития хоккея на территории России и других стран Европы и Азии. По итогам регулярного Чемпионата КХЛ определяется обладатель Кубка Континента. По итогам плей-офф определяется чемпион России, которым становится лучший российский клуб, а также обладатель Кубка Гагарина. В восьмом чемпионате, проходившем в 2015—2016 гг., приняли участие 28 клубов из России, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Словакии, Финляндии и Хорватии. За годы существования КХЛ сыграно 629 матчей. Игры Кубка Гагарина посетили почти 5 млн зрителей, в среднем — 7700 чел. в расчете на один матч. Намного шире телевизионная и интернет-аудитория каждого матча. Иностранные клубы стремятся играть в КХЛ, поскольку в этом чемпионате они имеют возможность состязаться с сильными командами. КХЛ дает игрокам своих хоккейных клубов более высокие доходы и возможности дальнейшей карьеры. Но вступление в КХЛ означает и появление новых зрителей — в первую очередь, российских болельщиков — и, возможно, новых спонсоров. Поэтому зарубежным клубам необходимо наладить взаимодействие с новыми целевыми аудиториями. Они имеют возможность повысить свои доходы, в том числе за счет популяризации своей команды на российском рынке и продажи билетов на домашние матчи и фанатской атрибутики новым болельщикам. В современных условиях эти задачи могут решаться, в первую очередь, в интернете. Разумеется, для этого необходимо адаптировать свой сайт, интернет-магазин и группы в социальных сетях к привычкам и запросам российской аудитории. Вопросы к кейсу:

1. Выберите иностранный хоккейный клуб, играющий в КХЛ. Насколько его сайт и интернет-магазин учитывают наличие российской аудитории? В каких социальных сетях созданы группы болельщиков этого клуба? Созданы ли в них условия для включения российских болельщиков?
2. Повлияла ли на ваш анализ история выбранного вами иностранного хоккейного клуба: некоторые из них существуют уже длительное время, а некоторые были созданы специально для игры в КХЛ?

3. Какие сайты / интернет-магазины / группы в социальных сетях российских хоккейных клубов могут служить образцом для бенчмаркингowego исследования? Составьте список критериев, по которым

следует проводить сравнение интернет-магазинов фанатской атрибутики; групп болельщиков в социальных сетях.

4. Какой «лучший опыт» российских клубов по интернет-взаимодействию с болельщиками может быть использован выбранным вами иностранным хоккейным клубом?

5. Какие маркетинговые мероприятия, успешно применявшиеся клубами НХЛ (спортивной организации, объединяющей хоккейные клубы США и Канады), могут быть использованы в КХЛ?

В качестве индивидуального задания студенты очной формы готовят реферат или презентацию на одну из приведенных ниже тем.

Задание 2. Оцените бизнес-план какой-либо компании. Выделите ключевые элементы. Проанализируйте, насколько ключевые ресурсы, указанные в бизнес-плане, соответствуют целям и задачам фирмы. Какую бизнес-модель развивает этот бизнес-план? Ваши идеи

Задание 3. Вы являетесь руководителем группы консультантов, которая в течение года работала над темой вашего курсового проекта. И вот подошел момент сдачи отчета. Вы договорились с президентом компании-заказчика о том, что сделаете доклад. Все собрались на 22-м этаже офисного здания компании. Ждут президента. Через полчаса после договоренного времени в зал заседаний вбегает президент. «Ох! У нас проблемы с заводом № 1! Я должен срочно покинуть вас». Вы вместе с президентом выходите из зала заседаний и направляетесь к лифту. Лифт движется вниз в течение 1 минуты. У вас есть время (в лифте кроме президента и вас никого нет), чтобы доложить о результатах вашей работы. Что вы скажите президенту компании-заказчика? Ваши идеи _____

6.3 Темы для рефератов (презентаций) – индивидуальное задание

1. Понятие и сущность процесса управления конкурентоспособностью организации
2. Сущность и классификация ценностей.
3. Конкурентный статус фирмы: понятие, оценка уровня.
4. Факторы, влияющие на выбор подхода к управлению конкурентоспособности
5. Сущность, роль и значение страхования.
6. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере
7. Особенности сегментирования рынка в гостиничной индустрии
8. Комплекс маркетинга в образовании.
9. Маркетинговые исследования в Интернете
10. Особенности маркетинга в нефтехимической отрасли
11. Цели и задачи маркетинга в туризме.
12. Реализация функций маркетинга в строительном бизнесе

13. Субъекты маркетинга образовательных услуг и их функционирование

14. Особенности ценообразования в агробизнесе.

6.4 Оценочные средства для самостоятельной работы и текущего контроля успеваемости

Тесты

1. Объектом конкуренции являются:
 - а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
 - б) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*
 - с) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.
2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:
 - а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
 - б) полезный эффект и цена потребления;*
 - с) потребительская новизна товара.
3. Фундаментальная рыночная ниша – это:
 - а) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
 - б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;
 - с) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;*
4. Конкурирующие фирмы – это:
 - а) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;*
 - б) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;
 - с) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.
5. Конкурентоспособность товара - это:
 - а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;*
 - б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;
 - с) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.
6. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:
 - а) запас конкурентоспособности товара;
 - б) потребительская ценность товара;*
 - с) цена продажи товара;
7. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью

повышения потребительской ценности товара:

- а) ценовая конкуренция;
- б) неценовая конкуренция;*
- с) недобросовестная конкуренция;

8. Олигополия – состояние рынка, при котором на нём господствует:

- а) небольшое число крупных фирм;*
- б) одна крупная фирма;
- с) небольшое число средних фирм;

9. Конкурентоспособность представляет собой:

А) рыночное свойство товара, означающее его востребованность на рынке, способность приносить прибыль производителям и торговым предприятиям*

Б) лучшая цена на рынке

В) минимальные издержки на производство товаров

10. Сложившаяся ситуация, в рамках которой производители товаров и услуг находятся в состоянии борьбы за потребителей, поставщиков, партнеров и преобладающее положение на рынке- это:

А) Конкурентная среда *

Б) Конкурентная стратегия

В) конкурентная организация

6.5 Вопросы для подготовки к зачету (тестовому коллоквиуму)

1. Назовите понятие конкурентоспособность предприятия, товара, страны?

2. Назовите показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности организации?

3 Назовите факторы, влияющие на конкурентоспособность организации?

4. Назовите уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран?

5 Назовите понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты развития конкурентной среды?

6. Назовите структуру анализа деятельности конкурентов?

7. Опишите конкурентный анализ: этапы?

8. Назовите 5 сил М.Портера?

9. Назовите бенчмаркинг: понятие, особенности, пример?

10 Назовите уровень конкурентоспособности Республики Казахстан в рейтинге конкурентоспособности стран?

11. Назовите методы оценки конкурентоспособности организации?

12. Назовите подходы к управлению конкурентоспособностью организации?

13. Назовите методы оценки конкурентоспособности товара?

14. Назовите алгоритм оценки конкурентоспособности организации?

15. Назовите мероприятия по повышению конкурентоспособности организации?

16. Назовите механизм управления конкурентоспособностью организации предприятия?

17. Назовите теорию конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии организации?

18. Назовите понятие конкурентного преимущества?

19. Назовите детерминанты конкурентного преимущества?

20. Назовите методические основы управления конкурентными преимуществами объектов?

6.6 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник и практикум для вузов Москва: Юрайт, 2022 Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — (<https://urait.ru/bcode/491928>) (дата обращения: 27.08.2024).

2. Фомичев В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью: учебник для вузов Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт, 2023 [сайт]. — <https://urait.ru/bcode/496135>(дата обращения: 27.07.2024).

3. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебное пособие для вузов -Москва: Юрайт, 2022 - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]: (<https://urait.ru/bcode/488520>) (дата обращения: 27.07.2024).

Дополнительная литература

1. Горбашко Е. А., Максимцев И. А., Рыкова Ю. А., Четыркина Н. Ю., Летюхин И. Д. Управление конкурентоспособностью: учебник для вузов Москва: Юрайт, 2022 Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: (<https://urait.ru/bcode/488882> (дата обращения: 27.07.2024).

2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 343 с. - Текст : электронный:— URL: <https://www.iprbookshop.ru/82668.html> (дата обращения: 27.07.2024). —

3. Осипова, И. Н. Этика и культура управления : учебное пособие / И. Н. Осипова. — Москва : Форум, 2019. — 159 с.— Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/1135.html> (дата обращения: 27.07.2024).

Нормативные ссылки

1. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ : принят Государственной Думой 21 декабря 2001 года : одобрен Советом Федерации 26 декабря 2001 года. — Текст : электронный // Гарант : информационно-правовое обеспечение / Компания «Гарант». — URL: <https://base.garant.ru/12125268/> (дата обращения: 21.06.2024).

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

1. Научная библиотека ДонГТУ : официальный сайт. — Алчевск. — URL: library.dstu.education. — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
2. Научно-техническая библиотека БГТУ им. Шухова : официальный сайт. — Белгород. — URL: <http://ntb.bstu.ru/jirbis2/>. — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
3. Консультант студента : электронно-библиотечная система. — Москва. — URL: <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
4. Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red. — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
5. Электронно-библиотечная система «Elibrary». — URL: <http://elibrary.ru/> — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
6. Электронно-библиотечная система «E.Lanbook» — URL: <http://e.lanbook.com/> — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
7. Федеральный портал «Российское образование» — URL: <http://www.edu.ru/> — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
8. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» — URL: <http://window.edu.ru/> — Текст : электронный. (дата обращения: 21.06.2024).
9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — URL: <http://fcior.edu.ru/> (дата обращения: 21.06.2024).

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов деятельности в процессе обучения, соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение представлено в таблице 7.

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение

Наименование оборудованных учебных кабинетов	Адрес (местоположение) учебных кабинетов
Предметная аудитория с мультимедийным оборудованием: персональный компьютер, проектор VIVITEL D508, колонки звуковые GENIUS, проекционный экран с учебной мебелью (столы; стулья; доска ученическая).	Корпус 6 Аудитория 412 предметная аудитория (мультимедийная)

Лист согласования РПД

Разработал		<u>Е.В. Кобзева</u>
<u>и.о. зав. кафедрой менеджмента</u>	(подпись)	(Ф.И.О.)
<u>(должность)</u>	<u>(подпись)</u>	<u>(Ф.И.О.)</u>
<u>(должность)</u>	<u>(подпись)</u>	<u>(Ф.И.О.)</u>

и.о. заведующего кафедрой менеджмента		<u>Е.В. Кобзева</u>
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Протокол № 1 заседания кафедры менеджмента от 30.08.2024 г.

И.о. декана факультета экономики, управления и лингвистического сопровождения		<u>Э.Р.Самкова</u>
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Председатель методической комиссии по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (менеджмент организаций)		<u>Е.В. Кобзева</u>
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Начальник учебно-методического центра		<u>О.А. Коваленко</u>
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Лист изменений и дополнений

Номер изменения, дата внесения изменения, номер страницы для внесения изменений	
ДО ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:	ПОСЛЕ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ:
Основание:	
Подпись лица, ответственного за внесение изменений	