

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Loyalty-management в развитии спортивной индустрии М2.В.7

Направление подготовки: 080200.68 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент и правовое обеспечение индустрии спорта

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Куцевол Н.Г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой:

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Куцевол Н.Г. кафедры менеджмента в социальной сфере Отделение менеджмента, Nadejda.Koutsevol@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

1. Определить лояльность как источник эффективности спортивного бизнеса.
2. Рассчитать экономический эффект лояльности.
3. Проанализировать основные направления повышения лояльности потребителей.
4. Проанализировать основные направления повышения лояльности персонала.
5. Проанализировать основные направления повышения лояльности инвесторов и определить структуру выбора инвесторов.
6. Выделить показатели лояльности.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.В.7 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.68 Менеджмент и относится к вариативной части. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

Курс предназначен для студентов направления "Менеджмент". Курс предполагает знание таких дисциплин как "Методы управления в менеджменте", "Современный стратегический анализ", "Организационное поведение и теория организации", "Управленческая экономика", "Управление спортивными организациями и спортивный бизнес. Последовательность изложения материала обусловлена стремлением к единству теории и практики в анализе проблем управления лояльностью контрагентов и повышению эффективности управления ими.

Вопросы финансирования физической культуры и спорта, а также вопросы внедрения инноваций в формы и методы экономической работы спортивных организаций и спортивных сооружений стали в последнее десятилетие наиболее значимыми. Спорт стал неотъемлемым элементом общественной жизни. Неуклонно возрастает его значение в сфере социально-экономических отношений. Актуальность изучения проблемы управления спортивными организациями объясняется теми переменами, которые произошли в последние годы в жизни российского общества.

Управление лояльностью становится ключевым в управлении сферой услуг. Стремление к эффективному функционированию отраслей физической культуры и спорта подразумевает не только повышение лояльности потребителей услуги, но и эффективный поиск инвесторов данной сферы, не только спорта высших достижений, но и детского спорта, а также сопровождающий данный сектор, инфраструктуры.

В связи с этим, огромное значение приобретает рассмотрение вопросов как показатели лояльности спорта, оценка инвестиционной привлекательности спортивного проекта для инвесторов, лояльность персонала спортивных объектов, экономика лояльности.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	<input type="checkbox"/> способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-3 (профессиональные компетенции)	<input type="checkbox"/> умением использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
ПК-6 (профессиональные компетенции)	<input type="checkbox"/> методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ПК-14 (профессиональные компетенции)	<input type="checkbox"/> способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

- знать методы стратегического анализа

2. должен уметь:

самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;

принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия

3. должен владеть:

способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

способностью разрабатывать корпоративную стратегию

способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами

способностью готовить аналитические материалы для совершенствования управления бизнес-процессами и оценки их эффективности

4. должен демонстрировать способность и готовность:

способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности

способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы

способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Лояльность как источник эффективности спортивного бизнеса.	3	1	2	0	0	дискуссия
2.	Тема 2. Экономический эффект лояльности	3	2	2	2	0	контрольная работа
3.	Тема 3. Лояльность потребителей.	3	3	2	4	0	дискуссия
4.	Тема 4. Лояльность персонала.	3	4	0	4	0	дискуссия
5.	Тема 5. Лояльность инвесторов и выбор инвесторов	3	5	0	4	0	устный опрос
6.	Тема 6. Показатели лояльности.	3	6	2	2	0	научный доклад
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	экзамен
	Итого			8	16	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Лояльность как источник эффективности спортивного бизнеса.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Поиск и привлечение лояльных потребителей спортивных услуг, эффективность сотрудников и надежность инвесторов и взаимосвязь с финансовыми показателями компании. Принципы лояльности и их значение для развития спортивного бизнеса. Экономический эффект лояльности. Взаимосвязь показателей лояльности покупателей услуг, сотрудников и инвесторов. Зоны ответственности в развитии лояльности сотрудников, покупателей и инвесторов. Лояльность контрагентов компании как исходная цель построения бизнеса.

Тема 2. Экономический эффект лояльности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Зависимость экономической стоимости компании и создаваемой ценности в развитии лояльности. Количественная зависимость лояльности и прибыльности компании. Лояльность потребителей и генерируемый денежный поток.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Уровень лояльности и динамика численности потребителей. Экономический эффект различных категорий потребителей, сотрудников и инвесторов.

Тема 3. Лояльность потребителей.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коэффициенты лояльности. Эффективность лояльности категорий потребителей. Резервы роста лояльности потребителей. Стратегии поведения целевых групп клиентов. Отбор целевых групп клиентов и их экономическая эффективность. Реорганизация каналов сбыта, выбор оптимального канала сбыта.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Рискованные клиенты. Методы защиты от нелояльных клиентов. Лояльность в монополизированных секторах экономики. Лояльность потребителей и жизненный цикл бизнеса.

Тема 4. Лояльность персонала.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Разрушение лояльности персонала. Недостаточность инвестиций в лояльность персонала. Цена лояльности персонала. Увольнение сотрудников и крайнее проявление нелояльности. Оценка лояльности сотрудников: ситуативный подход. Факторы лояльности сотрудников: инвестиции в найм персонала, инвестиции в обучение, опыт сотрудника. Вероятность развития лояльности сотрудников. Факторы, снижающие производительность труда. Проблемы карьерного роста, неадекватное обучение, игнорирование условий труда итд.

Тема 5. Лояльность инвесторов и выбор инвесторов

практическое занятие (4 часа(ов)):

Типы инвесторов и их эффективность для компании. Выбор инвесторов. Изменение состава инвесторов. Привлечение стратегических инвесторов. Институциональные инвесторы. Ценности, создаваемые инвесторами и рост стоимости компании.

Тема 6. Показатели лояльности.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные проблемы измерения и оценки в экономике лояльности. Система показателей в экономике лояльности. Баланс потребителей и темпы целевого прироста клиентской базы. Движение трудовых ресурсов: матрица лояльности трудовых ресурсов. Измерение лояльности инвесторов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Интегральная модель лояльности основных контрагентов компаний.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Лояльность как источник эффективности спортивного бизнеса.	3	1	подготовка к дискуссии	14	дискуссия
2.	Тема 2. Экономический эффект лояльности	3	2	подготовка к контрольной работе	14	контрольная работа
3.	Тема 3. Лояльность потребителей.	3	3	Рассмотрение резервов роста лояльности потребителей. Стратегии поведения целевых групп клиенто	14	дискуссия

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Лояльность персонала.	3	4	Разрушение лояльности персонала. Недостаточность инвестиций в лояльность персонала.	14	дискуссия
5.	Тема 5. Лояльность инвесторов и выбор инвесторов	3	5	подготовка к устному опросу	14	устный опрос
6.	Тема 6. Показатели лояльности.	3	6	Ключевые принципы лояльности и их значение для развития спортивного бизнеса. Зоны ответственность	14	научный доклад
Итого					84	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Для повышения эффективности обучения используется комплекс методик и подходов к образованию, ориентированный на потребности и восприятие процесса управления. Его основные элементы:

1. Сближение обучения с практической деятельностью студента - обучение на базе рабочей ситуации, вовлечение в учебный процесс практического опыта преподавателей (студентов) и др.
2. Использование наиболее активных методов обучения, позволяющих экономно расходовать время студента, таких, как групповые дискуссии, деловые игры, тренинги, "мозговые штурмы", работа с интерактивными учебными материалами и т.д.
3. Образовательный подход - помощь в проявлении уникальных способностей студента, формировании его собственной цельной картины взглядов на управление фирмой посредством усвоения концепций, применимых в широком диапазоне ситуаций.
4. Развитие творческих способностей студентов, умения принимать решения в неординарных условиях путем использования проблемных методов обучения (case study и рабочие ситуации).
5. Развивающий подход - обучение умению не только знать, но и думать, использовать знания, регулярно повышать свой интеллектуальный уровень. Развивающие, научно-исследовательские направления образования (активные методы обучения) строят технологии на методиках познания. Другими словами, формирование личностной модели ученика происходит под влиянием нелинейной модели знаний.
6. Универсальность изложения курсов и применение методов адаптации содержания к конкретным условиям.
7. Проектирование самостоятельной работы, существенно расширяющей личную инициативу студента и организацию гибких и эффективных форм контроля со стороны преподавателей, принимающих участие в программе.
8. Организация системного контроля с помощью промежуточных и итоговых измерений уровней знаний, умений и навыков обучаемых.

Интерактивные формы обучения

1. Интерактивная экскурсия

2. Использование кейс-технологий
3. Проведение видеоконференций
4. Круглый стол
5. Мозговой штурм
6. Дебаты
7. Фокус-группа
8. Деловые и ролевые игры
9. case-study (анализ конкретных, практических ситуаций)
10. учебные групповые дискуссии
11. тренинги.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Лояльность как источник эффективности спортивного бизнеса.

дискуссия, примерные вопросы:

1. Указать принципы привлечения лояльных потребителей спортивных услуг, эффективность сотрудников и надежность инвесторов и взаимосвязь с финансовыми показателями компании.
2. Оценить экономический эффект лояльности.
3. Выявит взаимосвязь показателей лояльности покупателей услуг, сотрудников и инвесторов.
4. Указать зоны ответственности в развитии лояльности сотрудников, покупателей и инвесторов.

Тема 2. Экономический эффект лояльности

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Определить Количественную зависимость лояльности и прибыльности компании.
2. Определить зависимость Лояльности потребителей и генерируемый денежный поток.
3. Определить зависимость Уровня лояльности и динамика численности потребителей.
4. Определить Экономический эффект различных категорий потребителей, сотрудников и инвесторов.

Тема 3. Лояльность потребителей.

дискуссия , примерные вопросы:

1. Определить резервы роста лояльности потребителей.
2. Определить Стратегии поведения целевых групп клиентов.
3. Определить принципы отбора целевых групп клиентов и их экономическая эффективность.

Тема 4. Лояльность персонала.

дискуссия , примерные вопросы:

- Вопросы к дискуссии
1. Разрушение лояльности персонала.
 2. Недостаточность инвестиций в лояльность персонала.
 3. Увольнение сотрудников и крайнее проявление нелояльности.
 4. Оценка лояльности сотрудников: ситуативный подход.
 5. Факторы лояльности сотрудников: инвестиции в найм персонала, инвестиции в обучение, опыт сотрудника. Вероятность развития лояльности сотрудников.

Тема 5. Лояльность инвесторов и выбор инвесторов

устный опрос , примерные вопросы:

- Вопросы к устному опросу:
1. Типы инвесторов и их эффективность для компании.
 2. Привлечение стратегических инвесторов.
 3. Институциональные инвесторы.
 4. Ценности, создаваемые инвесторами и рост стоимости компании.

Тема 6. Показатели лояльности.

научный доклад , примерные вопросы:

Подготовка научного доклада: 1. Основные проблемы измерения и оценки в экономике лояльности. 2. Система показателей в экономике лояльности. 3. Баланс потребителей и темпы целевого прироста клиентской базы. 4. Движение трудовых ресурсов: матрица лояльности трудовых ресурсов. 5. Измерение лояльности инвесторов. 6. Интегральная модель лояльности основных контрагентов компаний.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Планируется проведение тестовых заданий, кейсов в соответствии с нижеприведенной тематикой

1. Ключевые принципы лояльности и их значение для развития спортивного бизнеса.
2. Зоны ответственности в развитии лояльности сотрудников, покупателей и инвесторов в структуре организации.
3. Разработка количественной зависимости лояльности и прибыльности компании.
4. Рассмотрение резервов роста лояльности потребителей.
5. Стратегии поведения целевых групп клиентов.
6. Лояльность в монополизированных секторах экономики.
7. Лояльность потребителей и жизненный цикл спортивного бизнеса.
8. Разрушение лояльности персонала.
9. Недостаточность инвестиций в лояльность персонала.
10. Зависимость типов инвесторов и их эффективность для компании.
11. Основные проблемы измерения и оценки в экономике лояльности.

7.1. Основная литература:

1. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие / О.В. Китова; РЭА им. Г.В. Плеханова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 328 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003766-0, 500 экз. ЭБС "Знаниум" Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=180316>
2. Кафидов, В. В. Современный менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / В. В. Кафидов. - М.: Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2012. - (Академия бизнеса). - ISBN 978-5-4257-0063-6. ЭБС "Знаниум" Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=451320>
3. Терехин, В. И. Экономическое обоснование управленческих решений [Электронный ресурс] : пособие по обоснованию и реализации проектов развития бизнеса / В. И. Терехин. - Рязань: РГРТУ, 2009. - 252 с. - ISBN 978-5-7722-0305-7. ЭБС "Знаниум" Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=407389>
4. Муштук, О. З. Конфликтология [Электронный ресурс] : учебник / О. З. Муштук, А. Ю. Деев, О. С. Которова и др.; под общ. ред. О. З. Муштука. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: МФПА, 2011. - 320 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-902597-60-5. ЭБС "Знаниум" Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=451223>

7.2. Дополнительная литература:

1. Болмэн Дж., Терренс Е. Рефрейминг организаций: артистизм, выбор и лидерство // Пер.с английского, СбП.: Стокгольмская школа экономики, 2009, 492.с.
2. Камрасс Р., Фарнкомб М. Алхимия корпорации Как реформировать структуру бизнеса в соответствии с реалиями завтрашнего дня. //М.:ИД Секрет фирмы. 20010. - 256с.
3. Харринг Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде//СПб.:Питер, 2009.-176с.
4. Андерсен Б. Бизнес-процессы: инструменты совершенствования// М.:Стандарты и качество, 2011.-272с.(серия "Практический менеджмент")

5. Ари Де Гиус Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде. // СПб.:Стокгольмская школа экономики, 2005. - 222с.
6. Г.Минцберг Структура в кулаке: создание эффективной организации // СПб.:Питер, 2008.-512с.
7. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. М.: Инфра-М, 2006.
8. Argyris C. Intervention Theory and Method: A Behavioral Science View. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 2005.
9. Barcus S.W. III, Wilkinson J. W. (eds.) Handbook of Management Consulting Services, 2nd ed. New York, etc.: McGraw-Hill, 1995. 11.Beckhard R. Managing Change in Organizations: Participant's Workbook Reading, MA: Addison-Wesley, 2008.
10. Beckhard R., Harris R.T. Organizational Transitions, 2nd ed. Reading, MA: Addison-Wesley, 2006.
11. Blake R.R., Mouton J.S., McCanse A.A. Change by Design. Reading, MA: Addison-Wesley, 2008. Block P. Flawless Consulting. San Diego: Pfeiffer, 2005.
12. Bunker B.B., Alban B.T. Large Group Intervention: Engaging the Whole System for Rapid Change. San Francisco: Jossey-Bass, 2007.
13. Burke W.W. Organization Development: A Process of Learning and Changing. 2 ed. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 2007.
14. Cummings T.G., Worley C.G. Organization Development and Change, South-Western College Publishing, 2005.
15. Egan G. Change-Agent Skills A: Assessing and Designing Excellence. San Diego:University Associates, 2008.
16. Egan G. Change-Agent Skills B: Managing Innovation and Change. San Diego:University Associates, 2008.
17. Egan G. Change Agent Skills in Helping and Human Service Settings. Monterey, CA: Brooks/Cole, 2005.
18. French W.L., Bell C.H., Jr. Organization Development, 5th ed. Englewood Cliffs, : Prentice Hall, 2006.
19. Classman A.M., Cummings T.G. Cases in Organizational Development.Homewood, 111.: IRWIN, 2007.
20. Harrison M.I. Diagnosing Organizations: Methods, Models, and Procl";^s. 2nd ed.Thousand Oaks, CA: Sage, 2008.
21. Harvey D., Brown D.R. An Experiential Approach to Organization Development.Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2006.
22. Jacobs R.W. Real Time Strategic Change. San Francisco: Berrett-Koehler, 2005.
23. Jick T.D. Managing Change. Cases and Concepts. Homewood, Il: Irwin, 1993. 27.Kanter R.M. Change Masters: Innovation for Productivity in the American Corporation. New York: Simon & Schuster, 1983. Lippitt G., Lippitt R. The Consulting Process in Action, 2nd ed. San Diego:University Associates, 2007.
24. Peters T. Thriving on Chaos. New York: Alfred A. Knopf, 2008. 31.Rothwell W.J., Sullivan R., McLean G.N. (Eds.) Practicing Organization Development: A Guide for Consultants. San Diego, etc.: Pfeiffer, 2007. 3Schein E.H. Organizational Culture and Leadership, 2nd ed. San Francisco:Jossey-Bass Publishers, 2005.
25. Schein E.H. Process Consultation. Vol. I-II. Reading, Mass.: Addison-Wesley, 2007.
26. Senge P.M. The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization. New York: Doubleday/Currency, 2008. 35.Shafritz J.M., Ott J.S. Classics of Organization Theory, 2nd eel. Chicago: The Dorsey Press, 2005.
27. Tichy N.M. Managing Strategic Change. Technical, Political and Cultural Dynamics. New York: John Wiley & Sons, 2007.

7.3. Интернет-ресурсы:

бесплатные библиотеки сети ::: экономическая ... - allbest.ru/eko.htm

БИБЛИОТЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ -

<http://eup.ru/Catalog/All-All.asp>

Экономическая библиотека - ecouniver.com/

Экономическая библиотека онлайн - finoboz.com/

Электронная библиотека онлайн - www.elobook.com/

Электронная библиотека экономической и деловой литературы - - <http://www.aup.ru/library/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Loyalty-management в развитии спортивной индустрии" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Проектор с экраном, принтер и копировальный аппарат для распечатки текстов, прочее подобное оборудование.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.68 "Менеджмент" и магистерской программе Менеджмент и правовое обеспечение индустрии спорта .

Автор(ы):

Куцевол Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Разумовская Е.М. _____

"__" _____ 201__ г.