

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Менеджмент предприятий торговли Б1.В.ОД.13

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент организации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Чумарина Г.Р.

Рецензент(ы):

Палей Т.Ф.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Палей Т. Ф.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

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

Регистрационный No 9549213719

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. (доцент) Чумарина Г.Р. кафедра общего менеджмента Институт управления, экономики и финансов, GRChumarina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины 'Менеджмент предприятий торговли': приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в управлении торговыми предприятиями с учетом специфики оптовой и розничной торговли.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.13 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Дисциплина 'Менеджмент предприятий торговли' входит в обязательную часть дисциплин учебного плана.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин:

Деловое общение

Основы менеджмента

Теория организации

Методы принятия управленческих решений

Изучение дисциплины необходимо для формирования у студентов системы знаний в области менеджмента торговой организации и их дальнейшего использования в практической деятельности.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ПК-1 (профессиональные компетенции)	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-17 (профессиональные компетенции)	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Для успешного освоения дисциплины 'Менеджмент предприятий торговли', студент должен продемонстрировать способность и готовность:

- применять методы принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций; основные теории мотивации, лидерства и власти; основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации; стратегии управления человеческими ресурсами организаций.

- уметь работать в коллективе; вести коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного; находить организационно-управленческие решения; оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности.

владеть навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач; стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности; количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений; бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 8 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	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
1.	Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей	8		2	2	0	
2.	Тема 2. Менеджмент оптового предприятия торговли	8		2	2	0	
3.	Тема 3. Менеджмент розничного предприятия торговли	8		2	4	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Экзамен
	Итого			6	8	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Роль торговли в формировании потребительского рынка. Функции оптовой и розничной торговли на потребительском рынке товаров и услуг. Концептуальные основы оптовой и розничной торговли. Проблемы торгового обслуживания населения и современные направления их решения. Развитие среднего и малого бизнеса в новых экономических условиях и его роль в организации торгового обслуживания населения. Мировые тенденции в развитии оптовой и розничной торговли. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения. Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном, региональном и местном уровнях управления: их задачи, функции и направления деятельности. Механизм регулирования внутренней оптовой и розничной торговли: методы и инструментарий. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса в торговле. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

Тема 2. Менеджмент оптового предприятия торговли

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Организационные формы оптовой торговли. Роль оптового предприятия, коммерческих посредников и организаторов оптового оборота; их взаимодействие на рынке оптовых услуг. Функции оптовых предприятий и их роль в организации товароснабжения розничной торговой сети. Оптовые торговые предприятия и принципы управления их деятельностью. Методы управления и оценка их эффективности. Виды коммерческо-посреднических структур на рынке оптовых услуг, принципы организации и управления их деятельностью. Организаторы оптового оборота и их роль в формировании хозяйственных связей на рынке товаров и услуг.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Особенности управления ассортиментом оптового торгового предприятия. Анализ состояния ассортимента, планирование ассортимента, организация контроля состояния ассортимента, его обновление и балансировка. Методы оценки конкурентоспособности и рентабельности ассортимента. Организация и управление оптовой закупкой и поставкой товаров. Организация и управление товародвижением и оптовой продажей (сбытом) товаров. Формирование складской сети торговой организации. Управление процессом технического оснащения складского хозяйства. Управление складским технологическим процессом. Критерии оценки и методика расчета эффективности технологических решений.

Тема 3. Менеджмент розничного предприятия торговли

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Структура розничной торговой сети, ее роль и место в торговом обслуживании населения. Классификация розничной торговой сети. Интеграционные процессы в розничной торговле. Организационная структура розничных сетей. Современные направления развития розничной торговой сети. Оптимизация управленческих решений по размещению розничной торговой сети. Торговая политика и формирование конкурентоспособной ассортиментной модели. Управление товарными запасами в розничном торговом предприятии. Формирование эффективной системы товародвижения в розничной торговой организации. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса в розничных организациях. Управление торгово-технологическим процессом в предприятиях розничной торговли.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Материально-техническая база розничной торговой сети: ее виды и структура. Управление товарными и покупательскими потоками. Формы и методы активизации продвижения товаров в розничной торговой организации. Экономические и социально-психологические методы стимулирования торгового персонала. Коммуникационная политика в организациях (предприятиях) торговли.

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. Концептуальные основы управления торговлей	8		подготовка к дискуссии	20	дискуссия
2.	Тема 2. Менеджмент оптового предприятия торговли	8		подготовка устному опросу	30	устный опрос
3.	Тема 3. Менеджмент розничного предприятия торговли	8		подготовка к письменной работе	15	письменная работа
				подготовка устному опросу	20	устный опрос
	Итого				85	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе освоения дисциплины используются следующие технологии:

Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы в области организации и управления деятельностью фирмы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах

Решение задач

Обсуждение эссе

Письменные домашние работы

Расчетно-аналитические задания

Презентации

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

Тема 1. Концептуальные основы управления торговлей

дискуссия, примерные вопросы:

Проблемы торгового обслуживания населения и современные направления их решения. Развитие среднего и малого бизнеса в новых экономических условиях и его роль в организации торгового обслуживания населения. Мировые тенденции в развитии оптовой и розничной торговли. Роль государства и органов местного самоуправления в регулировании торгового обслуживания населения. Органы, регулирующие внутреннюю торговлю на федеральном, региональном и местном уровнях управления: их задачи, функции и направления деятельности. Механизм регулирования внутренней оптовой и розничной торговли: методы и инструментарий. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса в торговле. Законодательные и нормативные акты, регулирующие торговое обслуживание населения.

Тема 2. Менеджмент оптового предприятия торговли

устный опрос, примерные вопросы:

Особенности управления ассортиментом оптового предприятия. Анализ состояния ассортимента, планирование ассортимента, организация контроля состояния ассортимента, его обновление и балансировка. Методы оценки конкурентоспособности и рентабельности ассортимента. Организация и управление оптовой закупкой и поставкой товаров. Организация и управление товародвижением и оптовой продажей (сбытом) товаров. Формирование складской сети торговой организации. Управление процессом технического оснащения складского хозяйства. Управление складским технологическим процессом. Критерии оценки и методика расчета эффективности технологических решений.

Тема 3. Менеджмент розничного предприятия торговли

письменная работа, примерные вопросы:

Методология планирования, развития и размещения складской сети торговой организации. Управление складским технологическим процессом и критерии оценки эффективности его организации. Оптимальный выбор формата розничной торговой организации с учетом типа города и характера жилой застройки. Размещение торговой организации: принципы и методы оптимизации. Особенности управления ритейловыми сетями. Особенности управления распределительными центрами в деятельности розничной торговой фирмы. Формирование товарного ассортимента розничной организации и его оптимизация. Управление товароснабжением розничной организации. Создание организационно-технологических и социально-психологических условий для продажи товаров. Стимулирование торгового персонала розничной организации с целью увеличения объема продаж. Управление продажами в розничной торговле. Экономические методы стимулирования продажи и оценка целесообразности их использования. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса. Особенности управления торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли. Управление продвижением товаров на потребительский рынок в целях активизации процесса. Ассортимент услуг розничных торговых организаций различного формата и их влияние на культуру торгового обслуживания.

устный опрос, примерные вопросы:

Торговая политика и формирование конкурентоспособной ассортиментной модели. Управление товарными запасами в розничном предприятии. Формирование эффективной системы товародвижения в розничном предприятии. Оптимальные управленческие решения в организации продаж и торгового сервиса в розничных организациях. Управление торгово-технологическим процессом в организациях розничной торговли. Материально-техническая база розничной торговой сети: ее виды и структура. Управление товарными и покупательскими потоками. Формы и методы активизации продвижения товаров в розничной торговой организации. Экономические и социально-психологические методы стимулирования торгового персонала. Коммуникационная политика в организациях (предприятиях) торговли.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 8 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Современные тенденции развития внутренней торговли в РФ.
2. Концептуальные основы формирования инфраструктуры оптовой торговли в новых условиях.
3. Государственное регулирование экономических отношений менеджмента: цели, задачи, методы.
4. Административные методы регулирования развития торговли и их механизм.
5. Экономические методы и механизм регулирования развития торговли
6. Развитие интеграционных процессов во внутренней торговле РФ и их роль в формировании потребительского рынка.
7. Развитие дистрибуции на отечественном товарном рынке.
8. Роль и функции дилеров в каналах обращения.

9. Построение оптовой торговой сети и роль ее функциональных структур в развитии хозяйственных связей.
10. Применение современных информационных технологий в менеджменте торговой организации.
11. Виды оптовых торговых организаций и их роль в товароснабжении потребителей.
12. Роль и виды торговых посредников в формировании хозяйственных связей.
13. Критерии выбора торгового посредника при решении вопросов продвижения товаров.
14. Виды структур-организаторов оптового оборота и их роль на рынке оптовых услуг.
15. Особенности формирования ассортимента оптового торгового предприятия и факторы, определяющие его структуру.
16. Управление ассортиментом оптового торгового предприятия. Роль товарных запасов в управлении ассортиментом.
17. Роль и задачи анализа и планирования при формировании ассортимента оптовой организации.
18. Выбор каналов товародвижения с учетом особенностей региона: расселения, промышленного потенциала и географических условий.
19. Управление закупкой и поставкой непродовольственных товаров с учетом особенностей клиентской базы.
20. Управление закупкой и поставкой продовольственных товаров с учетом особенностей обслуживаемого контингента.
21. Организационные формы и методы оптовой продажи товаров, их классификация, технология и эффективность.
22. Управление процессом оптовой продажи товаров: методы и способы воздействия на участников актов купли-продажи.
23. Развитие самообслуживания в оптовой торговле; отечественный и зарубежный опыт.
24. Мировые тенденции в развитии складского хозяйства оптовых организаций, его техническом оснащении.
25. Управление товароснабжением средних и малых розничных торговых предприятий.
26. Роль складов в каналах товародвижения, их виды и функции.
27. Проблемы управления развитием складской сети оптовой торговой организации с учетом особенностей зоны ее деятельности.
28. Принципы планирования развития складского хозяйства оптовой торговой организации.
29. Требования к организации технологического процесса на складах разного типа.
30. Особенности управления организацией технологического процесса на общетоварных и специальных складах.
31. Техничко-экономические показатели и методы оценки эффективности управленческих решений по развитию складского хозяйства оптовой торговой организации.
32. Основные тенденции развития розничной торговли на современном этапе.
33. Роль розничной торговой сети в обслуживании населения, ее функции и структура
34. Факторы, определяющие выбор типов розничных торговых организаций и их размещения.
35. Оценка местоположения розничных торговых предприятий на территории поселений
36. Современные тенденции развития мелкорозничной сети.
37. Интеграционные процессы в розничной торговле и их причины их обуславливающие.
38. Торгово-технологические процессы в магазинах с учетом используемых методов продаж.
39. Направление развития внемагазинных форм продажи товаров.
40. Оптимальные решения по регулированию размещения розничной торговой сети.
41. Выбор метода продажи товаров с учетом формата розничной торговой организации.
42. Особенности управления ритейловыми сетями.
43. Управление ассортиментом в зависимости от формата торговой организации.

44. Формирование ассортиментной торговой политики розничной организации.
45. Выбор товарной политики в зависимости от жизненного цикла организации.
46. Категорийный менеджмент как новое направление в управлении ассортиментом
47. Аналитические подходы, используемые при оценке и формировании ассортимента розничной организации (ABC-анализ, XYZ-анализ, БКГ-анализ, товарный классификатор, ассортиментная матрица).
48. Управление технологическим процессом в магазинах разных форматов.
49. Товарные стратегии фирмы: инновации, вариации, элиминации товара.
50. Комплекс стимулирования продаж в розничной торговле.
51. Рекламные решения в местах продажи товаров.
52. Планирование рекламного бюджета торговой розничной организации.
53. Выбор видов и форм рекламы в розничной торговле.
54. Стимулирование продаж посредством принципов мерчендайзинга.
55. Мерчендайзинг как один из методов стимулирования продаж товаров.
56. Корпоративный стиль и имидж торговой организации как факторы активизации продвижения товара.
57. Формы и методы активизации продвижения товаров на потребительский рынок.
58. Экономические методы стимулирования продаж.
59. Тактические решения по стимулированию торгового персонала с целью увеличения объема продаж.
60. Классификация услуг розничной торговли и их взаимосвязь с форматом розничного торгового предприятия.

7.1. Основная литература:

1. Менеджмент: Учебное пособие / В.Д. Дорофеев, А.Н. Шмелева, Н.Ю. Шестопап. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 440 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003281-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/330278>
2. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е.А. Репина, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопченко. - М.: НИЦ ИНФРА-М: Академцентр, 2013. - 240 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=407685>
3. Исаев, Р. А. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : Учебник / Р. А. Исаев. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2013. - 264 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=414940>
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие / ВЗФЭИ; Под ред. Н.А. Нагапетьянца. - М.: Вузовский учебник, 2007. - 272 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=124825>
5. Менеджмент оптовых организаций: Учебное пособие / Л.А. Жигун. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 107 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-005603-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/309636>

7.2. Дополнительная литература:

- 1.. Основы менеджмента: Учебное пособие (бакалавриат) / Всероссийская академия внешней торговли; Под ред. В.И. Королева. - М.: Магистр, 2010. - 620 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=142204>
2. Маркетинг: Учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-369-00402-9 - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/463390>

3. Управление продажами: учебник / под общ. ред. проф. С.В. Земляк. ? М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. ? 300 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/754663>

7.3. Интернет-ресурсы:

Менеджмент розничной торговли - russian-consumer.ru

Менеджмент: теория и практика - <http://infomanagement.ru>

Портал менеджеров и маркетологов - <http://foodmarkets.ru>

Портал о менеджменте - <http://menajment.ru>

Розничная торговля - <http://newsretail.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Менеджмент предприятий торговли" 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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 40 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, audi, 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

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент организации .

Автор(ы):

Чумарина Г.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Палей Т.Ф. _____

"__" _____ 201__ г.