

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

38.03.05 «Бизнес-информатика»

Направленность (профиль):
Бизнес-информатика

Квалификация:
Бакалавр


Форма обучения
Очная, заочная

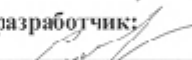
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Бизнес-информатика»

 Степанов С.Ю.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
7 февраля 2018 г., протокол № 2
Зав. кафедрой  Фирова И.П..

Автор-разработчик:
 Солзимова В.Н.

Санкт-Петербург 2018

1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины — подготовка бакалавров, владеющих знаниями в объеме, необходимом для понимания основных форм, функций, принципов, методов стратегического планирования, рационального использования современного инструментария стратегического анализа внешних и внутренних условий функционирования организаций с целью обоснования стратегии развития предприятия и выбора наиболее эффективных способов её достижения.

Основные задачи дисциплины:

- получение студентами знаний теории и практики стратегического планирования на предприятии, позволяющих правильно понимать производственно-экономические задачи, стоящие перед современным предприятием;
- формирование у бакалавров представления о применении стратегического подхода в управлении организацией, о сущности стратегического планирования и его связи с менеджментом организации, обеспечивающей развитие бизнеса в современных условиях нестабильности внешней среды
- формирование представления об особенностях проведения управленческого стратегического анализа, использования методик анализа внешней и внутренней сред предприятия
- ознакомление бакалавров с методами разработки стратегических альтернатив развития организации, стратегических сценариев, стратегий и стратегических планов;
- ознакомление бакалавров с перспективными направлениями и методами реализации стратегических планов на основе привязки внутреннего потенциала компании к различным макро- и микроэкономическим условиям;

- формирование способности использования результатов стратегического планирования в целях обоснования принятия оптимальных управленческих решений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегическое планирование» для направления подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика является дисциплиной по выбору вариативного блока.

Для освоения данной дисциплины, обучающиеся должны освоить разделы дисциплин: «Менеджмент», «Бизнес-аналитика», «Управление проектами», «Управление данными предприятия». Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для изучения дисциплины "Стратегическое планирование" представлены в рамках предшествующих дисциплин. Так, обучающийся должен знать принципы развития и закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне, основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне, основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений, виды управленческих решений и методы их принятия; уметь ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; владеть методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль).

Параллельно с дисциплиной «Стратегический менеджмент» изучаются: «Бизнес-планирование», «Основы управления персоналом», «Автоматизация деловых процессов».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Компетенция
ПК-27	способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг
ПК-28	способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ

В результате освоения компетенций в рамках дисциплины «Стратегическое планирование» обучающийся должен:

Код компетенции	Результаты обучения
ПК-27	<p>Знать: лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг в рамках ведущих направлений и школ стратегического планирования; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих инновационную деятельность хозяйствующих субъектов.</p> <p>Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять проблемы продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеть: современными методами сбора, обработки и анализа социально-экономических показателей, характеризующих инновационную деятельность предприятия.</p>
ПК-28	<p>Знать: основные понятия категории и инструменты стратегического планирования на предприятии; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа бизнес-проектов на основе инноваций.</p> <p>Уметь: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; разрабатывать новые бизнес-проекты на основе инноваций; осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеть: методами прогнозирования, моделирования развитие событий и ситуаций, методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.</p>

Основные признаки проявленности формируемых компетенций в результате освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» сведены в таблице.

Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

Уровень освоения компетенции	Результат обучения	Результат обучения
минимальный	<p>ПК-27: способность использовать лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг</p> <p>Знает: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы анализа современной системы показателей, характеризующих инновационную деятельность хозяйствующих субъектов.</p> <p>Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять проблемы продвижения инновационных программно-информационных продуктов</p> <p>Владеет: методами анализа социально-экономических показателей, характеризующих инновационную деятельность предприятия.</p>	<p>ПК-28: способность создавать новые бизнес-проекты на основе инноваций в сфере ИКТ</p> <p>Знает: основы построения, расчета и анализа бизнес-проектов на основе инноваций.</p> <p>Умеет: разрабатывать новые бизнес-проекты на основе инноваций; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеет: методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.</p>
базовый	<p>Знает: лучшие практики продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг в рамках ведущих направлений и школ стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих инновационную деятельность хозяйствующих субъектов.</p> <p>Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять проблемы продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности</p> <p>Владеет: современными методами сбора, обработки социально-экономических показателей, характеризующих инновационную деятельность предприятия.</p>	<p>Знает: содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа бизнес-проектов на основе инноваций.</p> <p>Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; разрабатывать новые бизнес-проекты на основе инноваций; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеет методами прогнозирования ситуаций, методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.</p>
продвинутый	Знать: лучшие практики продвижения	Знать: основные понятия категории и инструменты

<p>инновационных программно-информационных продуктов и услуг в рамках ведущих направлений и школ стратегического планирования; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих инновационную деятельность хозяйствующих субъектов.</p> <p>Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять проблемы продвижения инновационных программно-информационных продуктов и услуг при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа социально-экономических показателей, характеризующих инновационную деятельность предприятия.</p>	<p>стратегического планирования на предприятии; содержание и взаимосвязь основных элементов процесса стратегического планирования; основы построения, расчета и анализа бизнес-проектов на основе инноваций.</p> <p>Умеет: анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; разрабатывать новые бизнес-проекты на основе инноваций; осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.</p> <p>Владеет: методами прогнозирования, моделирования развития событий и ситуаций, методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы.</p>
---	---

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет для 2017 г. набора 3 зачетных единиц, 108 часов.

Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий
(в академических часах)
2017-2018 г.набора

Объем дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	108		108
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	36		4
в том числе:			
лекции	12		2
практические занятия	24		2
семинарские занятия			
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	72		104
в том числе:			
курсовая работа			
контрольная работа			
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет		зачет

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения 2017-2018 г.набора

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самост. работа			
1	Введение			2	2	Тесты		ПК-27, ПК-28
2	Сущность и задачи стратегического	2	2	2	10	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28

	планирования							
3	Методология стратегического планирования			2	10	Тесты задания		ПК-27, ПК-28
4	Формирование стратегических целей организаций		2	4	10	Тесты. задания	2	ПК-27, ПК-28
5	Стратегический анализ внутренних ресурсов организации		2	4	10	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28
6	Стратегический анализ внешней среды организации		2	4	10	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28
7	Формирование стратегии в организации		2	4	10	Тесты. задания	2	ПК-27, ПК-28
8	Реализация стратегии организации		2	2	10	Задания	2	ПК-27, ПК-28
	ИТОГО	8	12	24	72	зачет	6	

**Заочная форма обучения
2018 г. набора**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самост. работа			
1	Введение				4	Тесты		ПК-27, ПК-28
2	Сущность и задачи стратегического планирования				14	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28
3	Методология стратегического планирования				14	Тесты задания		ПК-27, ПК-28
4	Формирование стратегических целей организаций				14	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28
5	Стратегический анализ внутренних ресурсов организации				14	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28

6	Стратегический анализ внешней среды организации			2	14	Тесты. задания	2	ПК-27, ПК-28
7	Формирование стратегии организации		2		14	Тесты. задания		ПК-27, ПК-28
8	Реализация стратегии организации				16	Задания		ПК-27, ПК-28
	ИТОГО	8	2	2	104	зачет	2	

4.2. Содержание разделов дисциплины

1. Введение

Общая характеристика стратегического планирования. Место стратегического менеджмента в управлении предприятием в условиях конкурентной рыночной среды. Значение дисциплины в системе обучения бакалавров по направлению «Бизнес-информатика». Содержание и логическая взаимосвязь между разделами дисциплины.

2. Сущность и задачи стратегического планирования

Стратегическое планирование. Предпосылки и исходные представления. Факторы и условия, определяющие актуальность стратегического планирования. НТП как основная предпосылка к возникновению стратегического подхода к управлению. Основные определения стратегического планирования. Недостатки и ограничения стратегического планирования. Основные отличия стратегического и оперативного планирования. Объекты стратегического планирования. Предприятие как объект стратегического планирования. Стратегическая зона хозяйствования (СЗХ).

3. Методология стратегического планирования

Этапы становления стратегического менеджмента. Развитие теории и практики стратегического планирования. Школы стратегического планирования. Принципы стратегического планирования. Функции стратегического планирования. Концепция стратегического маркетинга.

Основные понятия стратегического маркетинга. Взаимосвязь стратегического планирования и стратегического маркетинга. Виды стратегического планирования.

4. Формирование стратегических целей организаций

Основные компоненты и этапы стратегического планирования. Составляющие стратегического планирования. Формирование видения организации. Формирование миссии организации. Стратегические уровни организации. Классификация и значимость целей организации. Целевые установки и приоритеты в формировании стратегии. Взаимосвязь целей различных уровней.

5. Стратегический анализ внутренних ресурсов организации

Ресурсы организации. Стратегическая значимость ключевых элементов организации. Факторы и группы стратегического влияния. Система управления, адекватная стратегии. Стратегическая и прикладная направленность проектирования управленческой системы. Понимание ключевой компетенции организации. Сильные и слабые стороны предприятия. Конкурентные преимущества организации. Понятие стратегического потенциала. Цели и принципы стратегического анализа внутренних ресурсов. Методы оценки внутренней среды предприятия. Стратегический анализ издержек и «цепочка ценностей».

6. Стратегический анализ внешней среды организации

Факторы внешней среды предприятия. Характеристика и цели анализа внешней среды предприятия. Проблема неопределенности внешней среды организации. Анализ макросреды. Сценарный метод анализа макросреды. Методика ПЭСТ-анализа. Отраслевой и конкурентный анализ. Основные экономические характеристики отрасли. Жизненный цикл отрасли. Конкуренция в отрасли. Этапы анализа конкурентной ситуации в отрасли. Анализ конкурентного положения стратегических групп. Карта стратегических групп конкурентов. Движущие силы конкуренции. Ключевые факторы успеха (КФУ). Основные характеристики модели отраслевого

анализа М.Портера (5 сил конкуренции). Методика проведения SWOT-анализа.

7. Формирование стратегии в организации

Сущность стратегии. Основные элементы стратегии. Этапы разработки стратегии. Стратегическое планирование. Иерархии формирования стратегии. Подходы к формированию стратегии. Выбор позиции в конкуренции. Позиционирование фирмы для формирования будущей стратегии. Степень агрессивности поведения организации в конкурентной борьбе. Классификация стратегий предприятия. Базисные (эталонные) стратегии. Стратегии в зависимости от уровня принятия решений. Стратегии достижения конкурентных преимуществ. Продуктивно-маркетинговые стратегии, стратегия глобализма. Стратегические альтернативы фирмы. Ключевые факторы в выборе стратегии. Процесс стратегического выбора. Матрица позиции бизнеса. Матрица Томпсона и Стрикленда.

8. Реализация стратегии организации

Методы оценки вариантов стратегии. Бенчмаркинг. Оценка осуществимости стратегий и критерии оценки. Анализ реализации стратегии. Методы оценки риска осуществления стратегии. Стратегический контроллинг. Этапы построения и внедрения сбалансированной системы показателей. Стратегические изменения. Необходимость в изменениях. Причины сопротивления стратегическим изменениям. Методы преодоления сопротивления изменениям.

4.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Форма проведения	Формируемые компетенции
1.	2	Оценка стратегических зон хозяйствования (СЗХ) на основе матрицы БКГ	расчетные задания	ПК-27, ПК-28
2	3.	Выбор целевого сегмента	расчетные задания	ПК-27, ПК-28

3	4.	Построение дерева целей и сопоставление их по методу парных сравнений	расчетные задания	ПК-27, ПК-28
4	5.	Количественная оценка стратегического состояния предприятия	расчетные задания	ПК-27, ПК-28
5		Оценка факторов сильных и слабых сторон предприятия		
6	6,7	ПЭСТ-анализ макроокружения предприятия	расчетные задания, работа в малых группах	ПК-27, ПК-28
7		Разработка карты стратегических групп.		
8		Модель М.Портера (5 сил конкуренции)		
9		Оценка силы конкурентной позиции предприятия		
10		Оценка состояния предприятия на основе SWOT-анализа		
11	8.	Определение точки безубыточности	расчетные задания	ПК-27, ПК-28
12		Оценка риска		

5.1. Текущий контроль

а). Образцы тестовых и контрольных заданий текущего контроля

Тесты для оценки текущей успеваемости студентов представлены в системе тестирования moodle и разбиты по темам дисциплины. Задания в тесте оцениваются разным числом баллов. Правильный ответ 1 балл, неправильный 0 баллов. Максимальное количество баллов в соответствии с количеством вопросов в тесте переводится в процент выполнения. Студенту необходимо набрать не менее 80%.

Пример тестовых заданий.

1 Стратегия — это

1. долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сфер, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям

2. конкретный долгосрочный план достижения конкретной долгосрочной цели

3. возможный способ получения конкурентных преимуществ от происходящих изменений.

2. Стратегические альтернативы — это

1. набор вариантов стратегического развития организации, позволяющих достичь стратегических целей организации во всем их многообразии.

2. это варианты корректировки действующих, ранее принятых стратегий организации

3. это отрицательные тенденции и явления, которые способны при отсутствии соответствующей реакции предприятия ослабить его конкурентный статус.

3 . Основная цель анализа внутренней среды организации –

1 оценить стратегическую ситуацию на предприятии с учетом имеющихся ограничений сильных и слабых сторон.

2 провести сравнительное исследование конкурентов

3 выявить возможности и угрозы

4 определить направления использования потенциала фирмы

5 управлять производственными процессами

4. Ключевая компетенция – это:

1 круг полномочий, предоставленных законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; знания, опыт в той или иной области.

2 компетенция управленческого персонала фирмы;

3 компетенция организации в целом в области производства и реализации продукции;

4 главное коллективное умение компании, определяющее уникальную ценность продукта компании для клиента в сравнении с продуктами-

конкурентами

5. Сильные стороны организации — это

1 опыт и ресурсы, которыми владеет предприятие, а также стратегически важные сферы деятельности, позволяющие побеждать в конкурентной борьбе.

2 недостатки и ограничения, препятствующие успеху

3 факторы, оказывающие непосредственное воздействие на функционирование организации.

6. Основная цель анализа внешней среды организации – это:

1 Сравнительный анализ конкурентных преимуществ

2 Выявление возможностей и угроз

3 Анализ использования потенциала фирмы

4 Управление производственными процессами

Контрольные задания представлены в практикуме по дисциплине «Стратегическое планирование». Выполненная студентом практическая работа сдается на кафедру преподавателю для проверки. По результатам расчетов и ответов студента на вопросы по данной работе преподаватель оценивает работу.

Задача 1. Количественная оценка стратегического состояния предприятия

Студент на основании данных выбранного условного предприятия самостоятельно определяет влияние организационного, политического и экономического аспектов формулирования стратегии; определяет стратегическое состояние организации; делает обоснованный вывод об уровне эффективности деятельности выбранного для исследования предприятия.

Задача 2. Оценка факторов сильных и слабых сторон предприятия

Студенту необходимо проанализировать деятельность условного

предприятия и по каждой сфере деятельности выбрать 6-8 показателей, относящихся к сильным и слабым сторонам предприятия. Оценка факторов сильных и слабых сторон предприятия проводить в сравнении с рыночным лидером по интервальной шкале путем присвоения каждому фактору определенного веса, например, от 1 (незначимый) до 5 (выдающийся).

Задача 3. ПЭСТ-анализ макроокружения предприятия

Студенту необходимо:

1. Разработать перечень внешних стратегических факторов (7-8), имеющих высокую вероятность реализации и воздействия на функционирование выбранного для исследования предприятия.

2. Оценить значимость (вероятность осуществления) каждого события для условного предприятия методом присвоения ему определенного веса от 1 (важнейшее) до 0 (незначительное). Сумма весов должна быть равна единице, что обеспечивается нормированием.

3. Дать оценку степени влияния каждого фактора-события на стратегию предприятия по 5-балльной шкале: 5 – сильное воздействие, серьезная опасность, 1 – отсутствие воздействия, угрозы.

4. Определить взвешенные оценки умножением веса фактора на силу его воздействия и подсчитать суммарную взвешенную оценку для условного предприятия. Суммарная оценка указывает на степень готовности предприятия реагировать на текущие и прогнозируемые факторы внешней среды.

Задача 4. Практическое использование модели пяти сил при разработке стратегии предприятия

Студенту необходимо для условного предприятия:

1. Определить границы отрасли, в которой функционирует предприятие. Провести анализ групп непосредственных покупателей по всей цепочке, вплоть до конечного потребителя продукции, услуг предприятия.

2. Выделить компоненты для анализа каждой из пяти сил, определяющих ситуацию в отрасли.

3. Проанализировать каждую из рассматриваемых пяти сил, определив их влияние на деятельность выбранного предприятия.

3. Определить суммарное действие разнонаправленных и имеющих разную силу воздействия компонентов для каждой из пяти сил. Придать сравнительную значимость каждой силе (т.е. веса каждой силы относительно остальных) и определить веса отдельных компонентов, составляющих каждую силу.

4. Сделать обоснованный вывод относительно следующих моментов: привлекательности (прибыльности) отрасли в целом на данный момент времени, силах, оказывающих основное воздействие на привлекательность (прибыльность) отрасли, силах, которые, скорее всего, претерпят изменения в будущем и, соответственно, изменят свое влияние на состояние отрасли, суммарном влиянии пяти сил на стратегию компаний в отрасли.

Задача 5. Оценка силы конкурентной позиции предприятия

Для оценки конкурентной позиции условного предприятия используются балльные оценки по ключевым факторам успеха. При этом производится взвешивание оценок таких факторов для предприятия и ее конкурентов. Студенту необходимо для условного предприятия:

1. Обосновать выбор 3-4 конкурентов условного предприятия.
2. Составить перечень ключевых факторов успеха (10-15).
3. Оценить стратегические силы условного предприятия относительно конкурентов.

Задача 6. Оценка стратегических зон хозяйствования (СЗХ) на основе матрицы БКГ

На предприятии выделены шесть потенциальных стратегических зон хозяйствования (СЗХ), или видов бизнеса, дана экономическая характеристика каждой из них

Студенту необходимо:

1. Сопоставить и оценить рассматриваемые СЗХ, используя матрицу БКГ.

2. Сделать выбор перспективных СЗХ и дать стратегические рекомендации предприятию.

Задача 7. Оценка состояния предприятия на основе SWOT-анализа

Студент проводит SWOT-анализ выбранного предприятия по следующей схеме:

1. Составляется перечень сильных и слабых сторон предприятия (по 3-6). Используя данные, студент может дополнить каждую из четырех частей списка теми характеристиками внешней и внутренней среды, которые отражают конкретную ситуацию, в которой находится выбранное им для анализа предприятие.

2. Устанавливаются связи между сильными и слабыми сторонами предприятия используя матрицу SWOT-анализа. На каждом из полей студент должен рассмотреть все возможные парные комбинации и выделить те, которые должны быть учтены при разработке стратегии поведения организации.

3. Оценить возможности с точки зрения важности и степени влияния на стратегию организации, используя метод позиционирования каждой конкретной возможности на матрице возможностей.

4. Оценить угрозы с точки зрения важности и степени влияния на стратегию организации, используя метод позиционирования каждой конкретной угрозы на матрице угроз.

Задача 8. Построение дерева целей и сопоставление их по методу парных сравнений

Построение дерева целей для условного предприятия осуществляется студентом по следующей схеме:

1. Формируется группа экспертов из числа студентов (2-3 чел.)

2. Для условного предприятия формируется дерево целей с учетом вышеизложенного материала.

3. Каждым экспертом разрабатывается матрица предпочтительности.

4.Выполняются расчеты: относительной важности задач (подходов, решений, мероприятий), нормированной относительной важности, осредненной важности, относительной предпочтительности движения к цели по всем цепочкам.

5.Присваиваются приоритеты каждой из стратегии.

6.Принимается решение о выборе стратегии.

б). Примерная тематика докладов

1. Формирование концепции стратегического управления.
2. Стратегическое и традиционное (оперативное) управление.
3. Разработка механизмов реализации стратегии.
4. Разработка механизмов контроля соответствия принимаемых на фирме решений избранной стратегии.
5. Стратегия и политика (организационный механизм управления) как факторы направления развития организации.
6. Проектирование эффективной реализации стратегии и политики фирмы.
7. Рыночно-ориентированная система управления фирмой.
8. Виды контроля в рыночно-ориентированной системе управления фирмой.
9. Стратегическая сегментация.
10. Анализ и выбор стратегических позиций.
11. Выбор стратегии управления продуктом.
12. Анализ внешней среды и направления инвестиционной деятельности по повышению конкурентного статуса фирмы.
13. Жизненные циклы спроса, технологий, товаров.
14. Выбор стратегии развития и технического перевооружения предприятия.
15. Особенности стратегического потенциала и определение возможностей руководства фирмы.

16. Методы выбора и оценки стратегии организации.
17. Ситуационный анализ выбора стратегии организации.
18. Методы анализа среды фирмы.
19. Место и роль системы коммуникаций в стратегическом управлении фирмой.
20. Стратегия применения современных информационных технологий массовой, групповой и межличностной коммуникации.
21. Концепция организационного потенциала фирмы.
22. Институциональный анализ возможностей и проектов фирмы.
23. Управление стратегическими задачами фирмы.
24. Стратегия фирмы и контроль производительности .
25. Анализ управления производительностью фирмы при решении стратегических задач фирмы.
26. Определение желаемого портфеля продукции и выбор стратегии фирмы.
27. Маркетинговые стратегии в различных рыночных ситуациях.
28. Стратегия достижения конкурентных преимуществ за счет лидерства в снижении затрат.
29. Стратегия проекта выхода фирмы на внешний рынок.
30. Основные факторы и силы, влияющие на конкурентную позицию фирмы.
31. Конкурентное преимущество и конкурентный статус фирмы.
32. Разработка стратегии предотвращения банкротства фирмы.

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Вопросы для самостоятельного изучения разбиты по темам дисциплины.

Введение. Студенту следует обратить внимание на цели, основные задачи дисциплины, ее содержание и логическую взаимосвязь между

разделами. При этом необходимо понять значение дисциплины в системе обучения студентов и роль стратегического менеджмента в управлении предприятием в условиях конкурентной рыночной среды.

Вопросы для самопроверки

1. В чем заключается сущность стратегического управления
2. Назовите условия, определяющие актуальность стратегического управления
3. Каковы особенности перехода к новой модели управления развитием организации в меняющейся среде

Сущность и задачи стратегического планирования. В изучении данной дисциплины важное место отводится особенностям стратегического менеджмента. Студент должен знать определения стратегической зоны хозяйствования (СЗХ), стратегического хозяйствующего центра (СХЦ), определять их взаимодействие, выделять СЗХ для реализации стратегии.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение стратегического управления и стратегического менеджмента
2. Выделите недостатки и ограничения стратегического менеджмента
3. Каковы основные объекты стратегического управления
4. Чем определяется эффективность системы стратегического менеджмента

Методология стратегического планирования. В данном разделе необходимо выделить основные этапы в развитии теории и практики стратегического управления. В данном разделе необходимо определить взаимосвязь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга. С этой целью следует знать концепцию стратегического маркетинга и его основные понятия (потребность, ценности, рынок, потребители, выделять объекты стратегического маркетинга. Для лучшего усвоения материала

студент должен более подробно изучить систему маркетинговых исследований, цели, объекты, методы, этапы и процедуру маркетинговых исследований с целью изучения потребителей, их поведения, а также оценки конкурентоспособности продукта, услуги, предприятия, отрасли и др., выделения конкурентных преимуществ предприятия.

Вопросы для самопроверки

1. Условия и предпосылки возникновения маркетингового подхода в стратегическом управлении
2. Составляющие стратегического маркетинга
3. Основные технологии стратегического маркетинга
4. Методы сегментации рынка.

Формирование стратегических целей организаций. В данном разделе необходимо уделить внимание целевым установкам в стратегическом менеджменте. Студенту необходимо знать примеры видения и миссий различных компаний. Уметь определять рыночные, производственные, организационные, финансово-экономические, инвестиционные, инновационные стратегические цели предприятия.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные компоненты миссии организации
2. Назовите основные группы лиц, целеполагание которых влияет на деятельность организации
3. Каковы основные стратегические цели

Стратегический анализ внутренних ресурсов организации. Следует изучить цели, принципы и методы стратегического анализа внутренних ресурсов предприятия. Знать основные способы получения информации о критических точках среды. Данный раздел раскрывает особенности ресурсов организации (осязаемые ресурсы: материальные активы – физические и финансовые, неосязаемые ресурсы: нематериальные активы –

репутация, НОУ-ХАУ, персонал, бренд и др.), определяет их взаимосвязь с конкурентными преимуществами организации. Данный раздел посвящен внутренним составляющим организации (коммуникации, культура, информация, технология, ресурсы и др.) и отличительным чертам организационных структур. Студент должен знать типы структур (элементарная, функциональная, дивизиональная, матричная, множественная), факторы выбора типа структуры (реализуемая стратегия, масштаб организации, динамика внешней среды, технология, географическое местоположение).

Вопросы для самопроверки

1. Основные этапы оценки экономической составляющей деятельности организации
2. Механизм согласования интересов групп влияния («стейкхолдеров»), существующих внутри или вне компании
3. Процесс формулирования организационного аспекта стратегического состояния компании.
4. Стратегические преимущества и недостатки организационных структур.
5. В чем заключается адаптация организационной структуры к стратегии.
6. Взаимосвязь ключевых компетенций, ключевых продуктов и конечных продуктов.
7. Понятия «Ценность товара» и «цепочка ценностей».

Стратегический анализ внешней среды организации. В данном разделе необходимо уделить внимание изучению основных характеристик внешней среды (компонент макроокружения и непосредственного окружения). Студент должен знать различные способы наблюдений за состоянием важных для фирмы внешних факторов. Уметь проводить анализ конкурентных сил и конкурентов, анализ конкурентного положения

стратегических групп. Иметь представление о закономерностях развития отрасли, фазе жизненного цикла отрасли.

Вопросы для самопроверки

1. Этапы сценарного анализа.
2. Назовите стратегические измерители, которые определяют позицию компании в отрасли
3. Назовите основные характеристики отрасли с точки зрения влияния на степень конкуренции.
4. Перечислите основные типы КФУ (ключевые факторы успеха) и их составляющие

Формирование стратегии в организации. Студент должен иметь представление об иерархии формирования стратегии, знать основные виды стратегии, ключевые факторы в выборе стратегии, особенности этапов выбора, реализации стратегии и стратегического контроля.

Вопросы для самопроверки

1. Схема процесса разработки стратегии
2. Матрица Томпсона и Стрикленда.
3. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ).
4. Матрица «Дженерал Электрик – МакКинзи».
5. Базисные (эталонные) стратегии (стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегия сокращения)
6. Стратегии в зависимости от уровня принятия решений (корпоративная; деловая; функциональная)
7. Стратегии достижения конкурентных преимуществ (стратегия минимизации издержек, дифференциации, фокусирования, инноваций, оперативного реагирования, синергизма).

8. Основные стратегии роста. Стратегия концентрированного роста. Стратегия интегрированного роста. Стратегия диверсификационного роста. Стратегии сокращения (ликвидации, «сбора урожая», отторжения, сокращения расходов).

Реализация стратегии организации. В данном разделе студент должен иметь представление об эффективной реализации стратегии, системе внутреннего контроля, знать основные причины сбоев в реализации стратегий, уметь оценивать риски осуществления стратегии

Вопросы для самопроверки

1. Ключевые задачи реализации стратегии
2. Система взаимозависимых показателей эффективности деятельности предприятия
3. Стратегический контроллинг.

5.3. Промежуточный контроль: зачет

Перечень вопросов к зачету по дисциплине «Стратегическое планирование»:

1. Факторы и условия, определяющие актуальность стратегического управления
2. Сущность стратегического управления
3. Объекты, принципы и функции стратегического управления
4. Сущность, содержание и особенности стратегического менеджмента фирмы
5. Взаимосвязь стратегического менеджмента и стратегического маркетинга
6. Развитие теории и практики стратегического управления
7. Основные школы стратегического управления
8. Виды стратегического управления: стратегическое управление путем выбора стратегических позиций, стратегическое управление путем

ранжирования стратегических задач, стратегическое управление по слабым сигналам, управление в условиях стратегических неожиданностей

9. Основные компоненты и этапы стратегического управления

10. Формирование видения и миссии организации

11. Характеристика, цели и принципы стратегического анализа внутренних ресурсов предприятия

12. Основные методы оценки внутренней среды предприятия

13. Модель стратегического анализа организации (стратегический куб)

14. Анализ сильных и слабых сторон предприятия

15. Анализ ключевых компетенций

16. Стратегический анализ издержек и «цепочка ценностей»

17. Характеристика и цели анализа внешней среды предприятия

18. Особенности и основные методы проведения анализа макроокружения

19. Сценарный метод анализа макроокружения

20. Методика ПЭСТ-анализа

21. Цель и содержание отраслевого анализа (определение стратегических групп в отрасли, основные характеристики отрасли, жизненный цикл отрасли)

22. Основные характеристики модели отраслевого анализа М.Портера (5 сил конкуренции)

23. Основные характеристики модели движущих сил конкуренции,

24. Методика проведения SWOT-анализа

25. Сущность, основные элементы и этапы разработки стратегии

26. Сущность и содержание методов и инструментов разработки стратегических альтернатив фирмы

27. Сущность, особенности стадий и факторов процесса стратегического выбора

28. Особенности реализации стратегии предприятия

29. Классификация стратегий предприятия

30. Базисные (эталонные) стратегии (стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегия сокращения)

31. Стратегии в зависимости от уровня принятия решений (корпоративная; деловая; функциональная)

32. Стратегии достижения конкурентных преимуществ (стратегия минимизации издержек, дифференциации, фокусирования, инноваций, оперативного реагирования, синергизма)

33. Стратегии поведения в конкурентной среде в зависимости от отраслевой позиции фирмы (стратегия отраслевого лидера и последователей, стратегии связанной и несвязанной диверсификации);

34. Отраслевые стратегии в зависимости от стадии жизненного цикла отрасли (стратегии предприятий растущих, зрелых и переживающих спад отраслей)

Критерии формирования оценок:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент в 2 ч. Часть 1. Сущность и содержание : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов ; под ред. В. С. Абрамова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 270 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C07C3CA5-31D4-495F-8752-FDFD9AC3FEAA/strategicheskiy-menedzhment-v-2-ch-chast-1-suschnost-i-soderzhanie>
2. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для СПО / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 158 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09247-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8162DD9C-FF71-4B83-87B4-FFF94148384F.
3. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 361 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-03338-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B97109E1-B0A8-4A65-965F-5FC11185D55A.

б) дополнительная литература

1. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 185 с. — (Серия : Университеты России). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/86C4968F-19F1-487A-A836-D3B559440551/organizaciya-i-planirovanie-deyatelnosti-predpriyatij-servisa>
2. Мардас, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г.

- Кадиев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 176 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06388-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/88BA680D-8846-4005-B913-A6CEE5A2A6A2.
3. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок : учебник для бакалавриата и магистратуры / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин ; под ред. Б. А. Аникина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 319 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3572-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A42CEC11-BFF0-430C-838B-31610E99AB32.
4. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 340 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/2F2859DE-39B3-48A2-B07B-AA549D2534B8.
5. Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Алексеев. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 259 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03166-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7932D656-5AFF-4F14-8E31-644081C28878.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программно-информационное обеспечение учебного процесса

включает:

- Операционная система: Windows 7.
- Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
- Электронная библиотека ЭБС «Znanium» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/>
- Электронная библиотека ЭБС «Юрайт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>

- HR-сообщество и публикации по психологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/>
- Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
- Материалы по психологии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.psychology-online.net/>
- Энциклопедия управления персоналом [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dps.smrtlc.ru/>
- Онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://student.consultants.ru>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекции (темы №1-8)	<p>Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.</p> <p>Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь.</p> <p>Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе.</p> <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом (семинарском) занятии.</p>
Практические (семинарские) занятия	<p>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам структуре и содержанию дисциплины.</p> <p>Конспектирование источников.</p> <p>Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и работа с текстом. Решение тестовых заданий, решение задач и другие виды работ.</p>

Индивидуальные задания (подготовка докладов, рефератов)	<p>Поиск литературы и составление библиографии по теме, использование от 3 до 5 научных работ.</p> <p>Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.</p> <p>Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и другое. Изложение основных аспектов проблемы, анализ мнений авторов и формирование собственного суждения по исследуемой теме.</p>
Подготовка к экзамену	<p>При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, вопросы для подготовки к экзамену и т.д.</p>

8. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- лекции-визуализации;
- на семинарских занятиях выступления студентов с докладами (рефератами) сопровождаются соответствующими слайд-презентациями;
- для размещения учебных и методических материалов по дисциплине, а также для проведения контрольно-проверочного тестирования по каждой теме используется виртуальная образовательная среда филиала (программа Moodle);
- для проведения компьютерного тестирования используется программа Moodle в компьютерном классе;
- для работы с нормативно-правовыми актами в ходе практических занятий используется выход через Интернет на электронные ресурсы СПС Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>) или СПС Гарант

(<http://www.garant.ru/>);

- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к семинарским (практическим) занятиям и подбору необходимой литературы, помимо консультаций в филиале, осуществляется посредством электронной почты и форумов.

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Введение	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Сущность и задачи стратегического планирования	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Методология стратегического планирования	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.

	тестирования	
Формирование стратегических целей организаций	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Стратегический анализ внутренних ресурсов организации	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Стратегический анализ внешней среды организации	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Формирование стратегии в организации	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств; применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft Office 2007.
Реализация стратегии организации	взаимодействие традиционных и технико-электронных средств;	Операционная система: Windows 7. Офисный пакет: Microsoft

	применение элементов дистанционных образовательных технологий, организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования	Office 2007.
--	--	--------------

9. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических, лабораторных занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа –

укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук).

Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации

Лаборатория (компьютерный класс) – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет", обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации, установлено необходимое специализированное программное обеспечение.