

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 12 от 09.11.2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Клиентоориентированное управление предприятием

Уровень высшего образования
Магистратура

Направление подготовки / специальность
38.04.02 - Менеджмент

Направленность образовательной программы
Креативный менеджмент

Форма обучения
очная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.04 Клиентоориентированное управление предприятием относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-4: Способность выбирать и использовать современные методы управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	ПК-4.1: ПК 4.1. Осуществляет выбор методов управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций ПК-4.2: Применяет выбранные методы управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	ПК-4.1: Знать основные методы управления бизнес-процессами Уметь выбирать методы управления бизнес-процессами Владеть методикой оптимального выбора бизнес-процесса ПК-4.2: Знать способы применения методов управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Уметь применить выбранные методы управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Владеть навыками применения методов управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	Опрос Тест	Экзамен: Тест
ПК-6: Способность анализировать экономические показатели эффективности деятельности предприятий и организаций, определять направления ее дальнейшего развития	ПК-6.1: Анализирует экономические показатели эффективности деятельности предприятий и организаций ПК-6.2: Определяет направления дальнейшего развития деятельности предприятий и организаций	ПК-6.1: Знать основные показатели эффективности деятельности предприятий и организаций Уметь анализировать показатели эффективности деятельности предприятий и организаций Владеть методиками экономического анализа	Опрос Тест	Экзамен: Тест

		<p>ПК-6.2:</p> <p>Знать методологию экономического анализа</p> <p>Уметь делать выводы из анализируемых показателей и определять направления дальнейшего развития деятельности предприятий и организаций</p> <p>Владеть методиками анализа на основе адаптивных и рациональных ожиданий</p>		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная
Общая трудоемкость, з.е.	4	4
Часов по учебному плану	144	144
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	6	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	10	10
- КСР	2	2
самостоятельная работа	90	90
Промежуточная аттестация	36 экзамен	36 экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная	очная	очно-заочная
Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами.	18	18	1	1	2	2	3	3	15	15

Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами.	18	18	1	1	2	2	3	3	15	15
Тема 3. Процесс создания ценности	17	17	1	1	1	1	2	2	15	15
Тема 4. Процессы взаимодействия с клиентами	17	17	1	1	1	1	2	2	15	15
Тема 5. Основные критерии выбора CRM-системы	18	18	1	1	2	2	3	3	15	15
Тема 6. Практическое внедрение CRM в компании.	18	18	1	1	2	2	3	3	15	15
Аттестация	36	36								
КСР	2	2					2	2		
Итого	144	144	6	6	10	10	18	18	90	90

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "=" (-).

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-4

1. Что такое CRM? Дайте определение этому термину с точки зрения концепции и информационной технологии.
2. Назовите основные принципы концепции CRM.
3. Чем концепция CRM отличается от концепции традиционного маркетинга?
4. Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиентоориентированного подхода.
5. Какова роль клиентоориентированного подхода в концепции маркетинга отношений?
6. Расскажите про историю возникновения и развития подхода CRM в России.
7. Раскройте понятие e-CRM.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-6

1. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?
2. Охарактеризуйте бизнес-стратегию как часть процесса разработки стратегии CRM.
3. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?
4. Назовите отраслевые и конкурентные характеристики в рамках процесса разработки CRM-стратегии.
5. Расскажите про модель отраслевого анализа.
6. Расскажите про модель общих стратегий.
7. Расскажите про модель лидеров рынка.

8. Расскажите про стратегию лидерства по издержкам.
9. Расскажите про стратегию дифференциации.
10. Расскажите про стратегию фокусирования.
11. Расскажите про стратегию лидерства по операциям.
12. Расскажите про стратегию лидерства по продукту.
13. Расскажите про стратегию близости к клиенту.
14. Охарактеризуйте клиентскую стратегию.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4

1. Целью концепции CRM является:

- А) создание, развитие и укрепление отношений со всеми клиентами, увеличение выгоды сотрудников компании;
- Б) создание, развитие и укрепление отношений с тщательно выбранными клиентами, увеличение выгоды клиента, повышение корпоративной прибыли, а значит, и максимизация прибыли инвесторов;
- В) создание, развитие и укрепление отношений с поставщиками компании, увеличение их выгоды;
- Г) оптимизация основных бизнес-процессов компании.

1. *Крупные и мелкие компании, работающие в самых разных областях, рассматривают CRM как часть корпоративной стратегии по следующим причинам:*

- А) новое рыночное мышление признало ограниченность традиционного маркетинга по сравнению с потенциалом стратегий, в большей степени ориентированных на клиента и процессы;
- Б) современные принципы маркетинга работают на настоящий момент в контексте беспрецедентной технологической модернизации и трансформации рынка;
- В) современные высоко конкурентные экономические условия и увеличение масштабов клиентских баз признало ограниченность массового маркетинга.
- Г) новые технологии позволяют компаниям гораздо точнее нацеливать предложения на выбранные сегменты рынка, микросегменты или даже отдельных клиентов.

1. *CRM представляет собой:*

- А) новые информационные технологии, ориентированные на клиентов компании;
- Б) новое рыночное мышление, ориентированное на клиента;
- В) новую форму ведения бизнеса, ориентированную на сокращение издержек компании;
- Г) новую корпоративную парадигму, ориентированную на поставщиков.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6

1. Причины появления концепции CRM:

- А) снижение и диверсификация конкуренции;
- Б) развитие и возрастание доступности новых технологий;
- В) рост ожиданий потребителя и усиление его роли на рынке;
- Г) возникновение глобального простора для операций.

1. *К возникновению CRM как разновидности менеджмента привело несколько важных тенденций. В их числе:*

- А) признание выгод от использования информации для упреждения событий, а не только для следования за ними;
- Б) переход в стратегическом структурировании компании от процессов к функциям;
- В) постепенное понимание, что клиенты являются активами бизнеса, а не просто рекламной аудиторией;
- Г) развитие индивидуальных маркетинговых подходов.

1. *Маркетинг на основе взаимоотношений с клиентами отличается от традиционного тем, что:*

- А) зарабатывает существенные нематериальные выгоды;
- Б) внимание сосредоточено на построении потребительской ценности, чтобы удержать клиента;
- В) предполагает завоевание клиента в каждой конкретной точке продажи;
- Г) связан с большими финансовыми издержками и рисками.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного

Оценка	Критерии оценивания
	программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

					ошибок		
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки

результатов обучения на промежуточной аттестации

5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

Оценочное средство - Тест

Экзамен

Критерии оценивания (Тест - Экзамен)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

Типовые задания (Тест - Экзамен) для оценки сформированности компетенции ПК-4
(Способность выбирать и использовать современные методы управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций)

1.Какой из этих способов даст наиболее полную картину измерения удовлетворенности клиента?

- a) интерактивные опросы на Web-сайте
- b) телефонный опрос
- c) анкета по почте

2. Какую информацию можно получить о любом человеке, зашедшем на Web-сайт?

- a) регион проживания клиента
- b) время, которое провел на Web-сайте
- c) персональные данные
- d) какие действия выполнял на сайте

3. Какой канал взаимодействия с клиентом наиболее медленный?

- a) электронная почта
- b) почта
- c) факс
- d) SMS
- e) телефония
- f) Web-сайт

4. Какие из CRM-систем принадлежат иностранным вендорам:

- a) amoCRM;
- б) Oracle Siebel CRM;
- в) Sales Expert;
- г) SugarCRM;
- д) ASoft CRM;
- e) Monitor CRM.

5. Что является целью CRM?

- a) построение долгосрочных доверительных отношений с поставщиками
- b) построение долгосрочных доверительных отношений с потенциальными клиентами
- c) построение долгосрочных доверительных отношений с клиентами

Типовые задания (Тест - Экзамен) для оценки сформированности компетенции ПК-6
(Способность анализировать экономические показатели эффективности деятельности предприятий и организаций, определять направления ее дальнейшего развития)

1. Что является толчком для внедрения системы CRM:

- a) увеличение объемов производства
- b) увеличение конкуренции
- c) освоение новых рынков сбыта

2. Какие основные цели внедрения стратегии CRM при кризисном сценарии?

- a) реализация условий, налагаемых руководством
- b) систематизация деятельности сотрудников
- c) контроль эффективности
- d) контроль за информацией

3. Какие этапы маркетингового цикла автоматизирует CRM-система?

- a) определение целевой аудитории
- b) определение маркетинговой кампании
- c) анализ результатов
- d) планирование маркетинговой кампании
- e) поиск подходов

4. Отличие CRM-системы от первых систем автоматизации продаж?

- a) возможности анализа и прогнозирования продаж
- b) формирование базы по клиентам

с) накопление информации по продажам с клиентом

5. Сколько CRM-систем может использоваться в одной компании?

а) по количеству типов взаимодействия с клиентом

б) только одна

с) не больше двух

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Астапчук В. А. Корпоративные информационные системы: требования при проектировании / Астапчук В. А., Терещенко П. В. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 113 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/492141> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-08546-4 : 309.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785999&idb=0>.
2. Куприянов Ю. В. Бизнес-системы. Основы теории управления : учебное пособие / Ю. В. Куприянов. - 3-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 217 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-14352-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848143&idb=0>.
3. Информационные технологии в менеджменте (управлении) / под ред. Романовой Ю.Д. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 411 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489062> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-11745-5 : 1249.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785175&idb=0>.
4. Наумов Владимир Николаевич. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : Учебник / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 404 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-012042-3. - ISBN 978-5-16-104715-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=770954&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Пристupa Е. Н. Теория и методика социальной работы / Пристupa Е. Н. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 414 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/490189> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-04236-8 : 1259.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=788079&idb=0>.
2. Коваленко Владимир Васильевич. Проектирование информационных систем : Учебное пособие / Сочинский государственный университет. - 2-е изд. ; перераб. и доп. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2021. - 357 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-00091-637-7. - ISBN 978-5-16-107012-3. - ISBN 978-5-16-014500-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=739093&idb=0>.

3. Бюллетень науки и практики, 2020, том 6, № 2 : научный журнал; Журнал. - Нижневартовск : Издательский центр «Наука и практика», 2020. - 372 с. - ВО - Магистратура., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=770424&idb=0>.
4. Наумов Владимир Николаевич. Стратегическое взаимодействие рыночных субъектов в маркетинговых системах : Монография / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 270 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-009782-4. - ISBN 978-5-16-101199-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=770346&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. ППП MS Office 2010,
2. Текстовый редактор Блокнот
3. Браузеры IE, Google Chrome, Opera и др.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.marketologi.ru/> - Сайт Гильдии маркетологов, содержащий ссылки на научную и учебную литературу, полнотекстовые статьи членов Гильдии и отчеты о развитии маркетинга в России
2. <http://bibliorossica.com/> - Электронно-библиотечная система
3. <http://www.marketing.spb.ru/> - Сборник статей по маркетингу, различные направления
4. <http://www.4p.ru/> - Электронный журнал по маркетингу
5. <http://www.md-marketing.ru/> - Информационный портал о маркетинге
6. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России
7. <http://www.raso.ru/> - Российская Ассоциация по связям с общественностью
8. <http://www.ramu.ru/> - Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг
9. <http://www.sostav.ru/> - Информационный портал о рекламе
10. <http://www.advertology.ru/> - Электронный журнал о рекламе
11. www.glossary.ru; <http://dic.academic.ru> - Глоссарии и словари
12. www.krugosvet.ru - Энциклопедия «Кругосвет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, специализированным оборудованием: компьютер, проектор, экран. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 38.04.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Макарычева Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Яшин Сергей Николаевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 26.09.2022, протокол № 4.

