

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Департамент менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по развитию
образовательных
программ



Е.А. Каменева

«26» ноября 2019г.

**УПРАВЛЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ И РЕПУТАЦИЕЙ
ФИРМЫ**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент» направленность программ магистратуры

«Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий
консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
и Факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса
(протокол № 44 от 19.11. 2019 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента менеджмента
(протокол № 8 от 28.10. 2019 г.)*

Москва 2019

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Департамент менеджмента

**УПРАВЛЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ И
РЕПУТАЦИЕЙ ФИРМЫ**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент» направленность программ магистратуры

«Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий
консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство»

Москва 2019

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Департамент менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по развитию
образовательных программ

_____ Е.А. Каменева

«26» ноября 2019г.

**УПРАВЛЕНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫМИ АКТИВАМИ И РЕПУТАЦИЕЙ
ФИРМЫ**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент» направленность программ магистратуры

«Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий
консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета менеджмента
и Факультета международного туризма, спорта и гостиничного бизнеса
(протокол № 44 от 19.11. 2019 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научного Департамента менеджмента
(протокол № 8 от 28.10. 2019 г.)*

Москва 2019

УДК 330.123.6 (075.8)

ББК 65.291.931

М74

Рецензент: д.т.н., профессор И.В.Трифонов

Л.П.Мокрова Рабочая программа дисциплины «Управление нематериальными активами и репутацией фирмы» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство» (очная форма обучения). – М.: Финансовый университет. Департамент менеджмента, 2019. – 35 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

© Л.П.Мокрова, 2019

© Финансовый университет, 2019

Содержание

1. Наименование дисциплины	5
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	10
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	10
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	11
5.1. Содержание дисциплины	11
5.2. Учебно-тематический план	13
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	14
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	17
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	20
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	27
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	33
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	34
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	35
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	37
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	37

1. Наименование дисциплины

«Управление нематериальными активами и репутацией фирмы»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины «Управление нематериальными активами и репутацией фирмы» происходит формирование у обучающегося следующих компетенций. Для студентов направления подготовки программ магистратуры «Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (владения ² , умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
Антикризисный менеджмент и консалтинг			
ПКН-2	Способность применять современные методы и техники сбора, обработки и анализа данных, а также определения и прогнозирования основных социально-экономических показателей	1. Разрабатывает методы, техники и инструментальный для анализа и прогнозирования тенденций и социально-экономических показателей. 2. Использует инструменты диагностики изменения состояния объектов управления	Знать: Особенности разработки моделей анализа состава нематериальных активов и мониторить состояние репутации фирмы Уметь: Интерпретировать результаты анализа для выработки управленческих решений Знать: Индикаторы изменений состава и качества нематериальных активов и репутации

¹ Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО 3++

² Владения формулируются только при реализации ОС ВО ФУ первого поколения и ФГОС ВО 3+

	<p>объектов управления</p>	<p>на ранних стадиях в целях прогнозирования результатов их деятельности и предотвращения негативных последствий.</p> <p>3. Владеет способностью анализировать проблемы финансово-экономического состояния организаций и прогнозировать их последствия.</p> <p>4. Применяет интеллектуальные информационные технологии для повышения эффективности управления знаниями.</p>	<p>Уметь: Использовать изменения для предотвращения негативных тенденций и векторов развития.</p> <p>Знать: Диагностировать причины проблем и предвидеть возможности их развития.</p> <p>Уметь: Использовать аналитику по проблемам для стабилизации состояния организации на основе управления нематериальными активами и репутацией</p> <p>Знать: теорию и методологию применения интеллектуальных информационных технологий для повышения эффективности фирмы</p> <p>Уметь: осуществлять практическую деятельность по управлению нематериальными активами и репутацией на основе знания интеллектуальных информационных технологий.</p>
--	----------------------------	---	---

ДКН-3	Способность разрабатывать меры в целях предупреждения негативных кризисных явлений, поддержки непрерывности и развития бизнеса и обеспечения его финансовой устойчивости.	<p>1. Демонстрация знания основных принципов системного подхода при разработке планов деятельности организаций.</p> <p>2. Владеет инструментарием антикризисного управления по предупреждению кризисов в организациях</p> <p>3. Демонстрирует владение методологией поддержки непрерывности развития бизнеса и обеспечения его финансовой устойчивости</p>	<p>Знать меры по предупреждению кризиса в части управления нематериальными активами и репутацией</p> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на качество управления НМА; - принимать решения на основе полученных данных об окружении проекта. <p>Знать практические особенности результатов применения инструментов управления НМА и интеллектуального капитала</p> <p>Уметь использовать полученные знания, развивать и интерпретировать.</p> <p>Знать основы методологии применения НМА и интеллектуального капитала в целях обеспечения непрерывного развития и финансовой устойчивости.</p> <p>Уметь применять имеющиеся методологические наработки и разрабатывать авторские модели управления НМА, интеллектуальным капиталом и репутацией.</p>
Управление инновациями и предпринимательство			
ДКН-3	Способность формировать и	1. Демонстрирует владение методами построения	Знать лидирующие тренды в области формирования системы управления

	<p>реализовывать политику компании в области создания, использования и защиты объектов интеллектуальной собственности</p>	<p>корпоративной инновационной системы</p> <p>2. Демонстрирует владение методами оценки эффективности инновационного процесса в компании</p> <p>3. Владеет основными положениями по использованию и защите объектов интеллектуальной собственности</p>	<p>нематериальными активами и инновационным капиталом</p> <p>Уметь применять лучшие практики системного управления нематериальных активов и деловой репутации</p> <p>Знать эффективные методы измерения и оценки результатов интеллектуальной деятельности</p> <p>Уметь применять на практике соответствующие ситуации методы оценки нематериальных активов, давать прогнозы возможности коммерциализации результатов инновационной деятельности</p> <p>Знать передовые методы и эффективные практики создания, регистрации и защиты нематериальных активов и деловой репутации</p> <p>Уметь адаптировать существующие методы к реальной ситуации в организации, создавать уникальные методики, проводить исследования с целью совершенствования системы управления нематериальными активами</p>
Управленческий консалтинг			

ДКН 4	Способность использовать инструменты стратегического анализа и повышения эффективности и результативности деятельности	<p>1. Использует понятия и принципы концепции управления результативностью (Perfomance management) для выделения показателей, необходимых для корректной оценки деятельности фирмы</p> <p>2. Демонстрирует навыки разработки и внедрения системы сбалансированных показателей для конкретной организации</p> <p>3. Применяет программные продукты, используемые для реализации концепции управления результативностью и системы сбалансированных показателей на современных предприятиях.</p>	<p>Знать понятия и принципы концепции управления результативностью (Perfomance menegement).</p> <p>Уметь выделять показатели в целях корректной оценки деятельности фирмы, включая показатели, используемые для оценки качества управления нематериальными активами и интеллектуальным капиталом.</p> <p>Знать принципы построения системы сбалансированных показателей.</p> <p>Уметь адаптировать и разрабатывать систему сбалансированных показателей для управления нематериальными активами конкретной организации</p> <p>Знать современные программные продукты для управления результативностью в целях осуществления проектов управления нематериальными активами и репутацией.</p> <p>Уметь применять указанные программные продукты и систему сбалансированных показателей при повышении эффективности управления нематериальными активами и интеллектуальным капиталом.</p>
-------	--	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление нематериальными активами и репутацией фирмы» является дисциплиной блока дисциплин по выбору направленности программ магистратуры «Антикризисный менеджмент и консалтинг», «Управленческий консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство» обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Направленности программ магистратуры «Антикризисный менеджмент и консалтинг», /«Управленческий консалтинг», «Управление инновациями и предпринимательство»

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Модуль 4/6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3 з. е./108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	30	30
<i>Лекции</i>	<i>10</i>	<i>10</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>20</i>	<i>20</i>
Самостоятельная работа	78	78
Вид текущего контроля	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>Зачет</i>	<i>Зачет</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность нематериальных активов (НМА) и интеллектуального капитала (ИК). Преимущества, создаваемые нематериальными активами и ИК. Основные понятия. Признаки и методы создания НМА и ИК. Уточненная классификация НМА. Формализованные и неформализованные активы. Типы и виды. Совокупности НМА. Возможности учета и измерения НМА учета, проблемы введения в деловой оборот НМА. Роль НМА в стратегическом, проектном менеджменте, в антикризисном управлении, при реструктуризации и банкротстве организаций. Место деловой репутации.

Тема 2. Зарубежные методики управления нематериальными активами и ИК. Доля НМА в составе активов организации. Стоимостной и экспертный подход. Методики учета, введения в деловой оборот управления. Зарубежные классификации. Модели составления рейтингов НМА. Примеры самых дорогих нематериальных активов. Конкурентоспособность как нематериальный актив.

Тема 3. Управление НМА в условиях кризиса: товарный знак, торговая марка, репутация фирмы. Понятие деловой репутации. Факторы формирования деловой репутации. Антикризисное управление деловой репутацией. Вариативность мер, направленных на антикризисное управление репутацией. Роль торговой марки в условиях кризиса. Факторы, влияющие на устойчивое развитие бренда. Банкротство бренда. Взаимосвязь персонального и корпоративного бренда, влияние на финансовую устойчивость организации. Бренд в сделках слияний и поглощений. Ребрендинг, приводящий к банкротству. Алгоритмы и типичные ошибки. Оценка эффективности управления торговой маркой. Нематериальные активы в процедурах банкротства. Жизнь НМА после

ликвидации организации. Гудвилл и качественная оценка репутации. Роль СМИ в процессе формирования репутации компании. Деловая репутация фирмы в условиях возрастающей конкуренции. Сбор, структурирование и трансляция позитивной информации о преимуществах компании. Формирование репутации на этапах жизненного цикла фирмы. Репутационный менеджмент. экономическая эффективность вложения средств в деловую репутацию как фактор роста акционерной стоимости бизнеса.

Тема 4. Технологии и инструменты управления нематериальными активами в условиях развития организации. Управление патентами, секретами производства, объектами авторского права . Методы защиты товарного знака. Товарные знаки сходные до степени смешения. Лицензионные соглашения: реальные и мнимые. Роялти как способ недобросовестного ведения бизнеса. Оффшорные схемы, основанные на НМА. Управление рисками в лицензионных соглашениях. Перспективы формирования методического аппарата управления НМА. Незащищенные НМА: программы, продукты, идеи. Технология оценки совместимости организационных и корпоративных культур при объединении организаций, структурных подразделений, в партнерских проектах.

Тема 5. Практика управления нематериальными активами и интеллектуальным капиталом в отдельных случаях с учетом особых условий функционирования организации. Новый технологический уклад общества будущего. Исторические аспекты стимулирования индустриально-технологического развития. Методы создания и защиты технологий. Навыки, неотделимые от человеческого капитала. Методы оценки и учета. Драгоценности, антиквариат, предметы искусства и культуры –особые нематериальные активы. Создание ценности, инвестиционная привлекательность в условиях нестабильности.

5.2. Учебно-тематический план

Информация представляется в табличной форме.

Таблица 2

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах ³		
1.	Понятие и сущность нематериальных активов	20	6	2	4	4	14	устные ответы, доклады, решение кейса
2.	Зарубежные методики управления нематериальными активами.	20	6	2	4	4	14	доклады, решение ситуационной задачи; групповая дискуссия
3.	Управление НМА в условиях кризиса: товарный знак, торговая марка, репутация фирмы	20	6	2	4	4	14	устные ответы, доклады, деловая игра, выполнение кейса
4.	Технологии и инструменты управления нематериальными активами	24	6	2	4	4	18	устные ответы, решение и ситуационных задач

³ Указывается для тех программ, которые формируются на основе ФГОС ВО, в которых содержится требование о наличии занятий в интерактивных формах

	в условиях развития организации.							контрольное задание
5.	Практика управления нематериальными активами в отдельных случаях с учетом особых условий функционирования организации.	24	6	2	4	4	18	дискуссии, проведение сценарного анализа, доклад, деловая игра
	В целом по дисциплине	108	30	10	20	20	78	Согласно учебному плану: Контрольная работа
	Итого в %					67%		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Понятие и сущность нематериальных активов	1.Преимущества, создаваемые нематериальными активами. 2.Основные понятия. 3.Признаки и методы создания НМА. Уточненная классификация НМА. 4.Формализованные и	Устный опрос, доклады на круглом столе, групповой

	<p>неформализованные активы, их типы и виды. Типы и виды. Совокупности НМА.</p> <p>5.Возможности учета и измерения НМА, проблемы введения в деловой оборот НМА.</p> <p>6.Роль НМА в антикризисном управлении, при реструктуризации и банкротстве организаций.</p> <p><i>Рекомендуемые источники:</i> [1, 2, 5]</p>	разбор мини-кейсов.
Зарубежные методики управления нематериальными активами.	<p>1. Доля НМА в составе активов организации. Стоимостной и экспертный подход. Зарубежная практика.</p> <p>2.Методики учета, введения в деловой оборот и управления. Зарубежные классификации.</p> <p>3.Модели составления рейтингов НМА. Примеры самых дорогих нематериальных активов.</p> <p>4.Роялти как способ недобросовестного ведения бизнеса. Оффшорные схемы, основанные на НМА. Управление рисками в лицензионных соглашениях.</p> <p><i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 6] .</p>	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.
Управление НМА в условиях кризиса: товарный знак,	<p>1. Понятие деловой репутации. Факторы формирования деловой репутации. Антикризисное</p>	Устный опрос, работа в Интернете,

торговая марка, репутация фирмы	<p>управление деловой репутацией. Вариативность мер, направленных на антикризисное управление репутацией.</p> <p>2. Роль торговой марки в условиях кризиса. Факторы, влияющие на устойчивое развитие бренда. Банкротство бренда. Взаимосвязь персонального и корпоративного бренда, влияние на финансовую устойчивость организации.</p> <p>3. Ребрендинг, приводящий к банкротству. Алгоритмы и типичные ошибки.</p> <p><i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 4]</p>	доклады на круглом столе, разбор ситуационных задач и мини-кейсов, подготовка к контрольной работе.
Технологии и инструменты управления нематериальными активами в условиях развития организации.	<p>аппарата управления НМА. Незащищенные НМА: программы, продукты, идеи.</p> <p>5. Технология оценки совместимости организационных и корпоративных культур при объединении организаций, структурных подразделений, в партнерских проектах.</p> <p><i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 5]</p>	Устный опрос, работа в Интернете, разбор ситуационных задач.
Практика управления нематериальными активами в	<p>. Методы создания и защиты технологий.</p> <p>2. Навыки, неотделимые от человеческого капитала. Методы</p>	Устный опрос, групповая дискуссия,

отдельных случаях с учетом особых условий функционирования организации.	<p>оценки и учета.</p> <p>3. Драгоценности, антиквариат, предметы искусства и культуры – особые нематериальные активы.</p> <p>4. Создание ценности, инвестиционная привлекательность в условиях нестабильности.</p> <p>5. Бренд в сделках слияний и поглощений.</p> <p>6. Нематериальные активы в процедурах банкротства. Жизнь НМА после ликвидации организации.</p> <p><i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 4, 5, 6]</p>	контрольная работа
---	---	--------------------

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Понятие и сущность нематериальных активов	<p>1. Возможности учета и измерения НМА, проблемы введения в деловой оборот НМА.</p> <p>2. Роль НМА в антикризисном</p>	<p>Работа с учебной литературой;</p> <p>В том числе работа с электронной библиотечной</p>

	управлении, при реструктуризации и банкротстве организаций. <i>Рекомендуемые источники:</i> [1,2, 5]	системой; Подготовка к участию в дискуссии;
Зарубежные методики управления нематериальными активами.	1.Методики учета, введения в деловой оборот и управления. Зарубежные классификации. 2.Модели составления рейтингов НМА. Примеры самых дорогих нематериальных активов <i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 6]	Подготовка к семинарам, выполнение индивидуальных заданий Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной лектором учебной литературы и нормативных правовых документов, в т.ч. информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.).
Управление НМА в	1.Особенности заключения и	Подготовка к

условиях кризиса: товарный знак, торговая марка, репутация фирмы	исполнения лицензионных соглашений. 2. Перспективы формирования методического аппарата управления НМА. 3. Незащищенные НМА: программы, продукты, идеи. 4. Технология оценки совместимости организационных и корпоративных культур при объединении организаций. <i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 4]	семинарам, выполнение индивидуальных заданий Самостоятельная проработка отдельных разделов тем дисциплины на базе рекомендованной лектором учебной литературы и нормативных правовых документов, в т.ч. информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.).
Технологии и инструменты управления нематериальными активами в условиях развития организации.	1. Технология оценки совместимости организационных и корпоративных культур при объединении организаций, структурных подразделений, в партнерских	Подготовка к семинарам, выполнение индивидуальных заданий, исследование интернет-

	проектах. <i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 5]	источников, подготовка контрольной работы
Практика управления нематериальными активами в отдельных случаях с учетом особых условий функционирования организации.	1.Новый технологический уклад общества будущего. 2.Исторические аспекты стимулирования индустриально-технологического развития <i>Рекомендуемые источники:</i> [3, 4, 5, 6]	Выполнение домашних индивидуальных работ к практическим занятиям, в том числе выполнение и защита контрольной работы

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Вопросы по контрольной работе

- 1 Классификация НМА в России.
- 2.Зарубежные модели классификации НМА.
3. Исторические аспекты НМА.
- 4.Методы защиты НМА.
5. Особенности управления НМА в реструктуризации организаций.
6. Место НМА в сделках M&A.
- 7.Методы защиты деловой репутации.
8. Соотношение персональной и корпоративной репутации.
- 9.Возможности по защите объектов авторского права.
- 10.Контрафактная продукция, ее виды, способы выявления.
11. Коммерческое обозначение, возможности использования.

- 12.Повышение эффективности деятельности организации посредством фирменного наименования.
- 13.Товарные знаки, близкие до степени смешения.
- 14.Автор и правообладатель – соотношение прав и обязанностей.
- 15.Лицензионные договоры, содержание, возможности по контролю достигнутых договоренностей, ответственность за нарушения.
- 16.Причины проведения ребрендинга, основные ошибки и рекомендации по повышению эффективности.
- 17.Роль и место нематериальных активов в системе управления организацией на разных стадиях жизненного цикла.
- 18.Соотношение моделей управления нематериальными активами в стабильных и нестабильных организациях с позиций целей, задач, критериев эффективности и стратегий.
- 19.Международная практика управления нематериальными активами.
- 20.Понятие деловой репутации с точки зрения ГК, ПБУ, научных и справочных источников
21. Влияние качества управления репутационными рисками на устойчивое развитие организации.
- 22.Программы социальной ответственности и их влияние на репутацию компании.
- 23.Технологии управления деловой репутацией.
- 24.Модели антикризисного управления репутацией.
- 25.Влияние персональной репутации на репутацию организации.
- 26.Взаимосвязь понятий торговой марки, бренда и деловой репутации.
- 27.Личный брендинг в условиях кризиса.
- 28.Методы учета и измерения бренда.
- 29.Бренд в сделках слияний и поглощений.
30. Возможности сохранения и использования НМА в процедурах банкротства

31. Новые тенденции управления брендом в условиях последствий мирового финансового кризиса.
32. Объекты интеллектуальной собственности. Способы создания и оформления прав. Авторы и правообладатели.
33. Неформализованные нематериальные активы и методы управления ими.
34. Экономическая и стратегическая целесообразность инвестиций в отдельные нематериальные активы
35. Методика определения совместимости корпоративных культур в сделках слияний и поглощений
36. Интеллектуальное донорство, рейдерство, рабство?

Примеры тем докладов

1. Дать сравнительный анализ российской и зарубежной моделей классификации НМА
2. Почему регистрация патентов не получила широкого распространения в РФ в настоящее время.
3. Почему российские компании не идентифицируют имеющиеся НМА
4. Проанализировать долю НМА в различных видах деятельности в динамике.
5. Дать обоснование кто должен руководить управлением НМА в организации.
6. В чем отличия лицензионного договора и лицензии.
7. Фирменное наименование и коммерческое обозначение - в чем особенности.
8. Сформулировать совокупность мер по повышению доли учтенных НМА в организации.
9. Создать перечень документов по защите секрета производства.
10. Описать порядок действий при регистрации товарного знака.
11. Создать собственную торговую марку.
12. Описать технологию продвижения своего бренда.
13. Разработать (доработать), внести изменение в технологию.

14.Разработать свой товарный знак.

15.Создать свой объект авторского права и предусмотреть алгоритм защиты прав на него.

Примерное задание

Задание 1:

Кейс «Шприцевая паника вокруг Pepsi» (антикризисная технология управление репутацией)

Летом 1993 года компании PepsiCo довелось пережить 9 неприятных дней. Все началось с сообщения о будто бы найденном в банке с Diet Pepsi шприце. Местные журналисты с радостью подхватили историю, а вскоре поступила и вторая жалоба. Это привлекло внимание FDA (Food and Drugs Administration), которая порекомендовала покупателям переливать напиток в стеклянные стаканы перед употреблением.

Предупреждение такой организации, как FDA, не осталось незамеченным. Национальные телеканалы придали истории широчайшую огласку, и вскоре новые сообщения о найденных в банках с Pepsi шприцах поступили уже из 24 штатов. Процесс стал подпитывать сам себя, и даже рекомендации FDA не обращать внимания на эти сообщения уже ничего не могли изменить.

Под угрозой оказался не только традиционный пик продаж 4 июля, но репутация и бизнес компании с почти вековой историей. Благодаря грамотным действиям антикризисной команды «шприцевая паника» закончилась за несколько дней, репутация компании была спасена, а потребители вновь обрели уверенность в безопасности и качестве продукции PepsiCo. Летом 1993 года Pepsi побила пятилетний рекорд продаж.

Вопросы перед прочтением:

Как вы считаете, какие действия предприняла компания?

Что способствовало восстановлению доверия к продукции?

Решение (Как им это удалось?)

Компания была открыта для СМИ и отвечала на все возникающие вопросы журналистов.

Компания отвечала на все возникающие вопросы любой аудитории незамедлительно и в необходимом объеме.

Компания тесно сотрудничала с контролирующими организациями, чтобы выяснить истинную причину сообщений о шприцах и исключить версию саботажа на предприятии.

Журналистам предоставили всю необходимую информацию, организовали визиты на предприятия и дали возможность снять скоростные линии по упаковке. Им также объяснили принципы работы этих линий и почему попадание посторонних предметов в банки с Pepsi практически невозможно.

Компания проводила работу сразу на нескольких уровнях: с потребителями, с журналистами, с чиновниками и контролирующими организациями, с акционерами, с партнерами, заказчиками и собственными сотрудниками. Для каждой группы были подготовлены свои аргументы, свои информационные материалы и были использованы соответствующие каналы распространения.

PepsiCo перехватила инициативу у мошенников и охочих до сенсаций журналистов. Компания сама стала главным источником новостей о происходящем.

По всей стране транслировались репортажи, в ходе которых люди могли убедиться в безопасности технологического процесса. Были организованы горячие линии для СМИ и для потребителей, специалисты отвечали на тысячи телефонных звонков. Здравый смысл восторжествовал, и людям стало понятно, что такое количество претензий из самых разных мест есть не что иное, как провокация. Люди звонили уже для того, чтобы поддержать компанию!

Вопросы после прочтения: Каковы роли стейкхолдеров компании в данной ситуации?

Считаете ли вы политику компании верной?

Какие положительные стороны применённой тактики вы можете отметить?

Видите ли вы в ней какие-либо недостатки?

Преимущества:

- честность
- информационная открытость/ готовность к сотрудничеству
- инициатива
- скорость
- поддержание положительного имиджа

Недостатки: -

Резюме: В кризисной ситуации нужно реагировать быстро, действовать на опережение, работать скоординированно, перехватить инициативу, стать главным источником информации.

Задание 2

По вертикали:

1.Элемент **маркетингового** плана компании, определяющий долгосрочное направление её развития для достижения максимального уровня доходности с использованием имеющихся ограниченных ресурсов, называется маркетинговая ...

2.Комплекс маркетинговых мероприятий, коммуникационного характера, включающий в себя такие действия как перепозиционирование, обновление философии бренда; изменение фирменного стиля (слоган, цветовое решение, оформление мест продаж и др.).

5.Один из шагов второго этапа, цель которого –обеспечить благозвучие, креативность, запоминаемость, отсутствие отрицательных ассоциаций

6.Третий этап: Изменение дизайна (напр., цвета логотипа и других визуальных атрибутов, сопровождающих бренд, стиля), в соответствии и новыми характеристиками бренда.

7. Четвертый этап, задача которого донести до аудитории (сотрудников, потребителей, конкурентов и т. д.), какими характеристиками обладает

новый бренд. Инструмент при помощи которого это осуществляется называется.....

По горизонтали:

3.Первый этап ребрендинга, основная цель которого ценить *узнаваемость бренда*, понять, насколько лояльно к нему относится потребитель; оценить сильный и слабые стороны, называется маркетинговый...

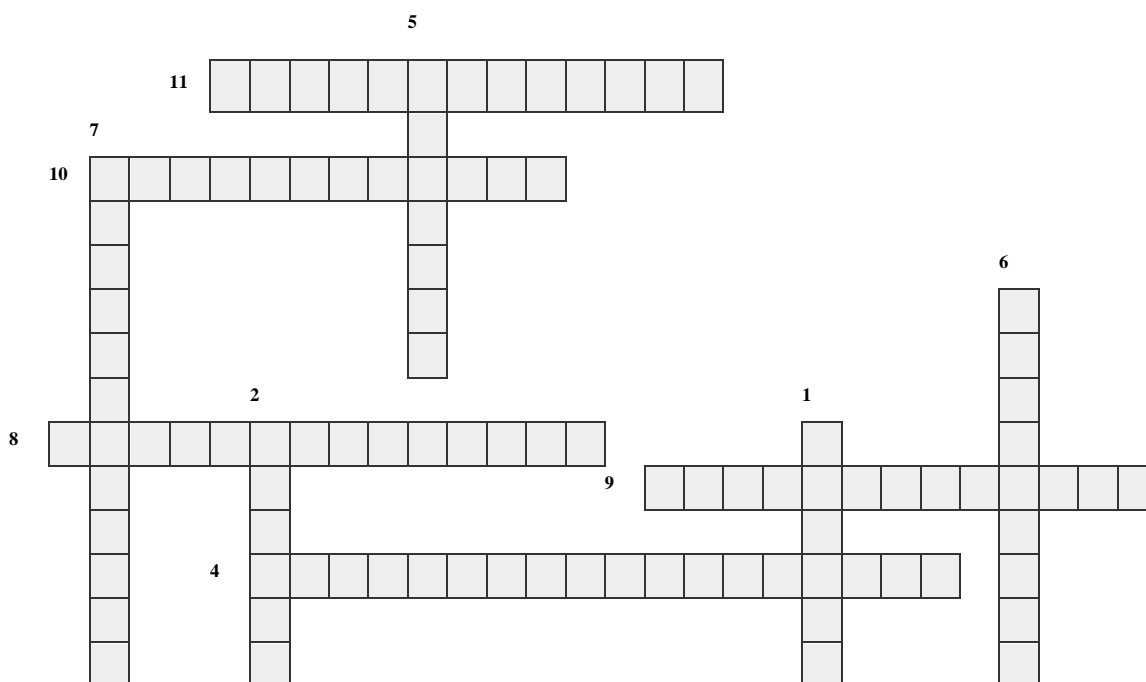
4.Второй этап предполагает изменение основных характеристик уже существующего бренда и закрепление их в сознании целевых аудиторий и называется ...

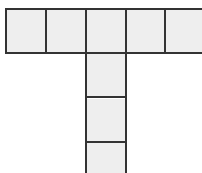
8.Усиление уникальности бренда посредством выделения его ключевых характеристик.

9.Это процесс и способность распознавания бренда по существенным признакам, его содержанию и значению для целевой аудитории. идентификация

10.Концепция управления торговым пространством и ассортиментом, согласно которой ассортимент делится на группы схожих продуктов называется ...менеджмент.

11.Это комплекс мероприятий производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки.





7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержатся в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.

Антикризисный менеджмент и консалтинг	
ПКН-2 Способность применять современные методы и техники сбора, обработки и анализа данных, а также определения и прогнозирования основных социально-экономических показателей объектов управления	<p><i>1. Разрабатывает методы, техники и инструментарий для анализа и прогнозирования тенденций и социально-экономических показателей.</i> Задание: Дайте прогноз видов деятельности публичной компании через 20 лет на основании Дневника (бюллетеня) патентов за 2019 год.</p> <p><i>2.Использует инструменты диагностики изменения состояния объектов управления на ранних стадиях в целях прогнозирования результатов их деятельности и предотвращения негативных последствий.</i> Задание: Произвести идентификацию нематериальных активов в компании на основании открытой информации.</p>



3. Владеет способностью анализировать проблемы финансово-экономического состояния организаций и прогнозировать их последствия.

Задание:

Перечислите риски, угрозы и вызовы компании в части кобрендинговых проектов на примере компаний «М.Видео» и «Альфа-Банка», «Ситибанка» и торговых центров «Стокманн». Доработайте классификацию.

ПРОБЛЕМЫ И РИСКИ КОБРЕНДИНГА В РОССИИ

1. Информационные:

- предоставляется недостаточно информации о программе;
- неправильно выбрана форма подачи информации о программе;
- предложенная информация не интересна целевым группам.

2. Экономические:

- финансовые затраты на программу выше, чем ожидаемая прибыль;
- неоправданно высоки затраты на коммуникацию;
- стимулирующее воздействие на клиентов недостаточно сильное.

3. Имиджевые:

- программа не соответствует продвигаемому имиджу компании, ухудшает его;
- программа не оказывает позитивного воздействия на имидж компании.

4. Организационные:

- неправильная работа персонала, участвующего в реализации программы, из-за недостаточной квалификации;
- чрезмерные временные затраты сотрудников на

	<p>проведение программы; ■ сбой в техническом обеспечении работы программы.</p> <p><i>4. Применяет интеллектуальные информационные технологии для повышения эффективности управления знаниями.</i></p> <p>Задание: Дайте оценку достоверности произведенной оценки на конкретном примере, дайте предложения по совершенствованию методов и подходов в оценке эффективности использования нематериальных активов в исследуемой организации.</p>
<p>ДКН-3 Способность разрабатывать меры в целях предупреждения негативных кризисных явлений, поддержки непрерывности развития бизнеса и обеспечения его финансовой устойчивости.</p>	<p><i>1. Демонстрация знания основных принципов системного подхода при разработке планов деятельности организаций.</i></p> <p>Разработайте последовательность мер в условиях репутационного кризиса компании Дарина.</p> <p>ООО «Дарина», основанное в 1995 г. в Омске, выпускает замороженные полуфабрикаты – пельмени, вареники, блинчики, беляши. По данным открытых исследований маркетингового агентства «Делфи», в конце 2000 гг. торговая марка «Дарина» стабильно лидировала по показателю top-of-mind в рейтинге потребительских предпочтений омичей на рынке пельменей.</p> <p>Летом 2010 г. Роспотребнадзор объявил, что в пельменях «Дарины» найдены споры сибирской язвы. Новость была немедленно подхвачена региональными и федеральными СМИ.</p> <p><i>2. Владеет инструментарием антикризисного управления по предупреждению кризисов в организациях</i></p> <p>Постройте лучевую модель мониторинга репутационных рисков на примере Ижавто.</p> <p><i>3. Демонстрирует владение методологией поддержки непрерывности развития бизнеса и обеспечения его финансовой устойчивости</i></p> <p>Задание: Доработайте систему мер защиты репутации Pepsi.</p> <p>Летом 1993 года компании PepsiCo довелось пережить 9 неприятных дней. Все началось с сообщения о будто бы найденном в банке с Diet Pepsi шприце. Местные журналисты с радостью подхватили историю, а вскоре поступила и вторая жалоба. Это привлекло внимание FDA (Food and Drugs Administration), которая порекомендовала покупателям переливать напиток в стеклянные стаканы перед</p>

	<p>употреблением.</p> <p>Предупреждение такой организации, как FDA, не осталось незамеченным. Национальные телеканалы придали истории широчайшую огласку, и вскоре новые сообщения о найденных в банках с Pepsi шприцах поступили уже из 24 штатов. Процесс стал подпитывать сам себя, и даже рекомендации FDA не обращать внимания на эти сообщения уже ничего не могли изменить.</p>
Управление инновациями и предпринимательство	
<p>ДКН-3</p> <p>Способность формировать и реализовывать политику компании в области создания, использования и защиты объектов интеллектуальной собственности</p>	<p><i>1. Демонстрирует владение методами построения корпоративной инновационной системы</i></p> <p>Задание 1. Приведите пример построения системы управления нематериальными активами (деловой репутацией) на примере публичной компании.</p> <p>Задание 2. Перечислите методы управления неоформленными результатами интеллектуальной деятельности.</p> <p>Задание 3. Проведите терминологический анализ понятий нематериальные активы, интеллектуальный капитал, интеллектуальная собственность</p> <p><i>2. Демонстрирует владение методами оценки эффективности инновационного процесса в компании</i></p> <p>Задание 1 Дайте обзор эффективных методов оценки (измерения) объектов интеллектуальной собственности и нематериальных активов.</p> <p>Задание 2 Дайте оценку достоверности произведенной оценки на конкретном примере, дайте предложения по совершенствованию методов и подходов в оценке эффективности использования нематериальных активов в исследуемой организации.</p> <p><i>3. Владеет основными положениями по использованию и защите объектов интеллектуальной собственности</i></p> <p>Задание 1. Дайте оценку состояния дел в вопросе оборота контрафактной продукции.</p> <p>Задание 2. Дайте анализ существующих методов</p>

	<p>защиты правообладателей и авторов.</p> <p>Задание 3. Дайте прогноз развития интеллектуального донорства.</p>
Управленческий консалтинг	
<p>ДКН-4; Способность использовать инструменты стратегического анализа и повышения эффективности и результативности деятельности</p>	<p><i>1. Использует понятия и принципы концепции управления результативностью (Performans management) для выделения показателей, необходимых для корректной оценки деятельности фирмы.</i></p> <p>Оцените результативность проведенного ребрендинга компании S7.</p> <p>Позиция знаменитого маркетолога состояла в том, что если принимается название вроде S7 и в нем не появляется таких слов, как «федеральная» или «национальная», то «компания останется локальной». Авиакомпания с названием S7 не будет восприниматься как национальный перевозчик. В принципе не сможет претендовать на этот статус. «Все по-прежнему называют компанию “Сибирью”».</p> <p><i>2. Демонстрирует навыки разработки и внедрения системы сбалансированных показателей для конкретной организации.</i></p> <p>Задание: Разработайте систему ключевых показателей для управления компанией Яндекс.</p> <p>Сфера высоких технологий в «Яндексе».</p> <p>В компании имеется управление машинного интеллекта и исследований, в которое входят:</p> <ul style="list-style-type: none"> - служба компьютерного зрения (поиск копий и похожих изображений, десятки классификаторов — как бинарных, так и многоклассовых, в том числе на десятки тысяч классов, распознавание лиц, OCR, генерация изображений нейросетями, множество детекторов, анализ видеоконтента и многое другое. Все это применяется практически во всех сервисах: в поиске изображений, в поиске видео, в Маркете, на Картах, в Диске, в рекламе и т.д.); - отдел разработки голосовых технологий и продуктов (компьютер учится узнавать человека по голосу, распознавать и понимать его речь, синтезировать голос и вести диалог на разные темы. Цель - развить следующие технологические направления: Automatic speech recognition (ASR) — уметь лучше человека распознавать спонтанную речь в условиях шума (в том числе на фоне других голосов). Text-to-speech (TTS) — сделать синтезированный голос, сложно отличимый от голоса живого человека. Voice biometrics — с высокой точностью идентифицировать человека по его голосу, а также определять его пол, возраст, язык и эмоциональное состояние. Natural language understanding (NLU) и dialog management (DM) —

	<p>научить компьютер верно понимать тематики запросов, содержательно вести диалог на общие темы и помогать людям с решением их задач.</p> <p>Чтобы эти все технологии бесперебойно работали в условиях высокой нагрузки и были легко интегрируемы в различные устройства, сервисы и приложения, мы разрабатываем серверную инфраструктуру и продукты для интеграции технологий.)</p> <p>- отдел машинного перевода (Обработка естественного языка — одна из самых сложных проблем искусственного интеллекта. Современное машинное обучение и большие объёмы данных здесь играют важнейшую роль. Отдел занимаемся всем, что имеет отношение к тексту: морфологией, синтаксисом, семантикой, исправлением опечаток, машинным переводом и т. п. Исследователи следят за прогрессом в машинном обучении и разрабатывает новые методы. Задача разработчиков — писать код под нагрузку в десятки тысяч RPS и масштабировать алгоритмы машинного обучения под обучающие выборки, размер которых измеряется петабайтами).</p> <p><i>3.Применяет программные продукты, используемые для реализации концепции управления результативностью и системы сбалансированных показателей на современных предприятиях.</i></p> <p>Задание: Опишите модели управления системой нематериальных активов в публичной высокотехнологичной компании.</p>
--	--

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие нематериального актива, интеллектуальной собственности, инноваций.
2. Классификация и типология нематериальных активов.
3. Зарубежные концепции, подходы и методы в классификации НМА.
4. Авторы, правообладатели, участники лицензионного договора. Их права и обязанности.
5. Порядок регистрации патентов.
6. Особенности секретов производства и оформление ноу-хау в организации.
7. Особенности создания, регистрации и защиты товарного знака.

8. Имидж и репутация как объекты управления на разных стадиях жизненного цикла.
9. Бренд и ребрендинг в управленческом цикле компании.
10. Нематериальные активы в новой технологической волне.
11. Роль и значение нематериальных активов организации в экономике страны.
12. Проблемы контрафакта и методы их решения.
13. Модели коммерциализации НМА.
14. Особенности оборота объектов авторского права.
15. Нематериальные активы в сделках M@A.
16. . Особенности оборота неформализованных НМА.
17. Человеческий капитал как нематериальный актив.
18. Технологии защиты деловой репутации фирмы.
19. Способы измерения НМА и мониторинг репутации.
20. Проблемы оценки НМА.
21. Рейтинги НМА, их особенности и оценка достоверности.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс РФ. Собрание законодательства РФ. - М.: Министерство юстиции, 2010.
2. Федеральный закон от 14.06.95 № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ».
3. Закон РФ от 08.02.98 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».
4. Федеральный закон от 26.12.95 № 208 –ФЗ «Об акционерных обществах».
5. Федеральный закон от 08.01.98 № 6 – ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)».
6. Закон РФ от 15.08.1994 г «О защите прав потребителей».

Рекомендуемая литература:

а) основная

1. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: учебник для вузов / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд III; пер. с 9-го англ. изд. - Москва: ИНФРА-М, IRWIN, 2000. - 412 с. - Университетский

учебник. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/453177> (дата обращения: 25.11.2019). - Текст: электронный.

2. Инновационный менеджмент: учебник для студентов вузов, обуч. по напр. "Менеджмент" (степень (квалификация) - "магистратура") / В.Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В.Я. Горфинкеля и Т.Г. Попадюк. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Вузовский учебник, 2019. - 380 с. - Вузовский учебник. - Магистратура. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1003543> (дата обращения: 25.11.2019). - Текст : электронный.

3. Антикризисное бизнес-регулирование: монография / А.Н. Ряховская [и др.]; Финуниверситет; под ред. А.Н. Ряховской. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр, 2019. - 304 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1020772> (дата обращения: 25.11.2019). - Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

4. Арсенова Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели : справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. - Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2014. - 246 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/432788> (Дата обращения : 25.11.2019). - Текст: электронный.

5. Леонтьева, Л. С. Управление интеллектуальным капиталом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. С. Леонтьева, Л. Н. Орлова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 295 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432148> (дата обращения: 25.11.2019). — Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Полнотекстовые базы данных

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>

6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>

7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке сообщений и докладов.

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка сообщений и докладов, для обсуждения их на семинарском занятии.

Цель сообщений и доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка научных докладов также развивает творческий потенциал студентов.

Темы докладов определяются преподавателем и распределяются между студентами с учетом их интересов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Рекомендации студенту:

- перед началом работы по написанию доклада с преподавателем согласовывается структура доклада, выделяются вопросы, на которые следует обратить особое внимание (при подготовке доклада по применению нормативных документов, регламентирующих отдельные вопросы реализации кризис- диагностики), по проблемным и дискуссионным теоретическим вопросам согласовать литературу, на основе которой будут выстраиваться основные положения доклада, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;

- выступить на семинарском занятии с 10-15 минутной презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Требования:

- к оформлению доклада в форме презентации. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название кафедры, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;

- к структуре доклада - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 5 позиций). Объем согласовывается с преподавателями. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы.

Выполнение контрольной работы направлено на оценку качества усвоения студентами дисциплины, владения навыками решения практических заданий. При подготовке к выполнению работы студент должен изучить рекомендуемые нормативные правовые акты и учебную литературу, а также повторить ключевые положения и определения по изученным вопросам учебной дисциплины. В ходе выполнения работы студент должен проявить знания основных вопросов по темам учебной дисциплины, а также умения решать типовые задачи, формулировать четкие и содержательные ответы на вопросы, проводить сравнительную оценку. Контрольная работа предполагает письменный ответ на вопрос, который должен отразить знание студентом понятийного аппарата. При работе учитывается правильность ответов на задания, отсутствие содержательных и терминологических ошибок, соответствие нормативным правовым актам.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

- Windows Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint)
- Антивирус ESET ENDPOINT SECURITY

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- «Консультант Плюс», «Гарант»

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации – не предусмотрено

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.