

Автономное образовательное учреждение
высшего образования Ленинградской области
«Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Утверждаю
Проректор по образовательной
деятельности и цифровой
трансформации
Е.В. Карпичев
«31» января 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Методы анализа и организация продаж

Направление подготовки
38.03.01 – Экономика
(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль) образовательной программы
Экономика предприятий и организаций

Форма обучения
Очная

Гатчина
2024

Рабочая программа по учебном предмету «Методы анализа рынка и организация продаж» разработана на основе актуализированного Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика (уровень бакалавриата) Направленность (профиль) образовательной программы Экономика предприятий и организаций

Уровень: бакалавриат

Организация-разработчик: АОУ ВО ЛО «Государственный институт экономики, финансов, права и технологий»

Разработчик: к.э.н., доцент, доцент каф. менеджмента и маркетинга /Баранова Г.Н.

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «29» января 2024 г. Протокол №6.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой _____ / Чумаков В.Н.

Руководитель ОП _____ / Карпичев Е.В.

Содержание

1. Пояснительная записка.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	5
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	7
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	9
7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	11
10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	15
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	15

1. Пояснительная записка

Курс «Методы анализа рынка и организация продаж» занимает важное место при подготовке бакалавров по направлению 38.03.01 - Экономика. Проведение анализа рынка направлено на уменьшение рисков предпринимательской деятельности. Его результаты предназначены руководству для принятия управленческих решений, которые всегда сопровождаются риском в условиях постоянных рыночных изменений и неопределенности поведения, как потребителей, так и конкурентов (а также государства!). От этой информации зависят конечные финансовые результаты работы, устойчивость предприятия. Результаты анализа помогают снизить риск невостребованности продукции, приспособить производство к рыночной конъюнктуре, а, значит обеспечить дальнейшее развитие.

Целью освоения дисциплины «Методы анализа рынка и организация продаж» является формирование у будущих выпускников профессиональных компетенций, базовых знаний в области теории и практики современных методов анализа и организации продаж продуктов предприятий финансовой сферы.

Задачи дисциплины:

- ознакомить учащихся с теоретическими положениями методов сбора, обработки данных о состоянии рынков различных товаров и услуг (в том числе финансовых);
- привить навыки практической деятельности в области применения современных технологий сбора, обработки и анализа информации о рынках различных товаров и услуг (в том числе финансовых) и их поставщиках, и организации продаж таких товаров и услуг;
- выработать умения в проведении маркетинговых исследований рынков товаров и услуг (в том числе финансовых), и организации продаж таких товаров и услуг;
- развить способность организовать сбор, обработку и анализ информации о секторах финансового рынка, их продуктах и поставщиках, в том числе с применением маркетинговых исследований и современных информационных и компьютерных технологий;
- сформировать представление о современных проблемах в секторах финансового рынка и путях их решения;
- развить навыки профессиональной деятельности в разработке, организации и реализации финансовых услуг.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Методы анализа рынка и организация продаж» участвует в формировании следующей компетенции (следующих компетенций):

Компетенции	Индикаторы	Дескрипторы
ПК-1. Способен осуществлять сбор, мониторинг и обработку данных для проведения расчетов экономических показателей организации	ПК-1. И-1 Осуществляет сбор и обработку исходных данных для составления проектов финансово-хозяйственной, производственной и коммерческой деятельности (бизнес-планов) организации	Знать: основные конкурентоспособности предприятия, типы стратегий, направленных на обеспечение конкурентоспособности, критерии конкурентоспособности. Уметь: определять уровень конкурентоспособности предприятия на рынке, разрабатывать стратегии развития, направленные на повышение конкурентоспособности; предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производства труда. Владеть: навыками метода оценки конкурентоспособности предприятия и выбора приоритетных конкурентов в целях принятия эффективных управленческих решений

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы анализа рынка и организация продаж» является дисциплиной *по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений* для подготовки студентов по направлению 38.03.01 Экономика

Шифр компетенции	Предшествующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция	Дисциплины учебного плана, в которых компетенция осваивается параллельно с изучаемой дисциплиной	Последующие дисциплины учебного плана, в которых осваивается компетенция
ПК-1	Ценообразование и рыночная конъюнктура <i>/Ценовая политика</i>	Финансовое планирование и бюджетирование	

	<p><i>предприятия</i> (3 семестр) Правовое регулирование хозяйственной деятельности предприятия (4 семестр) Организация и планирование деятельности предприятия (4 семестр) Цифровая трансформация бизнеса (5 семестр) Управленческий и финансовый учет (5 семестр) Налоги и налогообложение предприятий (6 семестр) Диагностика экономического потенциала предприятия (6 семестр) Управление затратами и результатами деятельности предприятия (6 семестр) Производственная практика (технологическая (проектно- технологическая) практика) (6 семестр) Экономика отраслевых рынков (7 семестр) 1С-Предприятие (7 семестр) Инвестиционное проектирование (7 семестр) Мониторинг эффективности развития бизнеса (7 семестр) Финансовое планирование и бюджетирование (7 семестр) Инструментарий</p>	<p>(8 семестр) Инструментарий финансового рынка для создания и масштабирования бизнеса (8 семестр) Производственная практика (преддипломная практика) (8 семестр)</p>	
--	---	---	--

	финансового рынка для создания и масштабирования бизнеса (7 семестр)		
--	---	--	--

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость освоения учебной дисциплины «Методы анализа рынка и организация продаж» составляет 4 зачетных единиц или 144 академических часа.

Курс		8	Всего, ак. часов
Общая трудоемкость (всего ак. часов / з.ед)		144/4	144/4
Контактная работа	Лекции	12	12
	Практические занятия	24	24
Самостоятельная работа		81	81
Вид промежуточной аттестации	экзамен	2,3/24,7	2,3/24,7

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Наименование раздела дисциплины (тема)	Трудоемкость					Содержание
		всего	Контактная работа				
			лекции	практич. занятия	лабор. занятия		
8 семестр							
1.	Общие сведения о состоянии рынков различных товаров и услуг (в том числе финансовых)	39	4	8		27	Понятие, сущность и классификация рынков Алгоритм изучения рынка. Виды анализа
2.	Характеристика современных технологий сбора, обработки и анализа информации о рынках различных товаров и услуг (в том числе финансовых) и их поставщиках	39	4	8		27	Методы анализа рынка Критерии анализа рынка Методы прогнозирования рынка Понятие рыночной конъюнктуры и методы ее анализа Виды изучения рынка. Виды и структура рыночной информации
3	Организация продаж различных товаров и услуг (в том числе финансовых)	39	4	8		27	Виды организационных структур отдела продаж Выбор посредника для организации продаж продукции Кадровая политика в организации продаж и мотивация сотрудников Организация продаж на основе имеющегося отдела Составление портретов потребителя и конкурента SWOT-анализ
Зачет		27	2,3			24,7	
Итого		144	12	26,3		105,7	

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

№	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ак. часы	Форма контроля*
1.	Проработка теоретического материала по конспектам лекций, рекомендованной литературе, дополнительным источникам информации	24	Консультация преподавателя, устное собеседование
2.	Подготовка к практическим занятиям: поиск необходимой информации, обработка информации, написание доклада, подготовка к выступлению (дискуссии)	30	Выступление с докладом, презентация, ответы на дискуссионные вопросы
3.	Подготовка к текущему контролю (тестирование и/или написание реферата)	27	Тесты, рефераты
4.	Подготовка к промежуточной аттестации (вопросы к зачету, итоговый тест, написание курсовой работы)	24,7	Устное собеседование, тестирование, защита курсовой работы

Для самостоятельной работы по дисциплине (модулю) обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1) Финансовые рынки и институты : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Болдырева [и др.] ; под редакцией Н. Б. Болдыревой, Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15055-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537151>

2) Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17919-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545103>

3) Фонд оценочных и методических материалов по дисциплине «Методы анализа рынка и организация продаж»

7. Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачета)

- 1 Понятие и сущность рынка
- 2 Классификация рынков

- 3 Схема изучения рынка
- 4 Виды анализа
5. Анализ рынка в целом и положения предприятия на нём, масштаб рынка, доля на рынке, анализ претензий потребителей и т.д.
6. Анализ с помощью расчета фактических показателей сбыта
7. Анализ с использованием временных рядов (тенденций, сезонности и т.д.)
8. Анализ по классам ABC
9. Анализ с помощью гипотез
10. Критерии анализа рынка
11. Методы прогнозирования рынка
12. Понятие рыночной конъюнктуры и методы ее анализа
- 13.. Виды изучения рынка.
14. Виды и структура рыночной информации
15. Виды организационных структур отдела продаж
16. Выбор посредника для организации продаж продукции
17. Мотивация сотрудников отдела продаж
18. Кадровая политика в организации продаж
19. Организация продаж на основе имеющегося отдела
20. Составление портретов Потребителя и Конкурента
21. SWOT-анализ

Примерные практико-ориентированные задания

1. Расставьте в логической последовательности этапы диагностики конкурентной среды.

- 1.выявление и описание конкурентов
- 2.расчет рыночных долей конкурентов
- 3.построение конкурентной карты рынка
- 4.прогнозирование стратегии конкуренции фирмы на данном рынке

2. Укажите, какими преимуществами обладают следующие виды маркетинговых исследований.

1. Личное интервью
2. Телефонное интервью
3. Анкетирование по почте

А. отсутствие влияния интервьюера

Б. возможность наблюдения за реакцией опрашиваемого

В. возможность за короткий промежуток времени опросить многих респондентов

Фонд оценочных и методических материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом, представлен в приложении 1.

8. Перечень основной, дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

а) нормативные правовые акты

1) «Конституция Российской Федерации» (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года) // «Российская газета»,

Российская газета - Федеральный выпуск № 144(8198) 4 июля 2020 г

2) Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. 05.10.2015) // СЗ РФ. 2015 N 41 (часть I). Ст. 5629

б) основная литература:

1) Финансовые рынки и институты : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Болдырева [и др.] ; под редакцией Н. Б. Болдыревой, Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15055-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537151>

2) Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 447 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17919-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545103>

в) дополнительная литература:

1) Киселева, Н.П. Методология статистического анализа конъюнктуры финансового рынка : монография / Киселева Н.П., Третьякова О.Г. — Москва : КноРус, 2019. — 185 с. — ISBN 978-5-4365-2892-2. — URL: <https://book.ru/book/931359>

2) Трегуб, И.В. Инструменты анализа финансовых рынков. Часть 1. Технический анализ. Разработка торговых систем : монография / Трегуб И.В., Трегуб А.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 206 с. — ISBN 978-5-4365-5426-6. — URL: <https://book.ru/book/938106>

3) Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учебное пособие / Е.А. Федорова, А.И. Ермоленко, Ф.М. Шелопаев. — Москва : КноРус, 2017. — 358 с. — Для бакалавров. <https://www.book.ru/book/922167/view2/1>

г) ресурсы сети «Интернет»:

1) Журнал «Маркетинг. Менеджмент» <http://www.mgmt.ru/index.html>

2) Журнал «Маркетинг MBA» (Маркетинговое управление предприятием) <http://www.marketing-mba.ru/>

3) Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» <http://www.mavriz.ru/>

4) Журнал «Менеджмент в России за рубежом» <http://www.mevriz.ru/news/archive/2011/>

5) Торгово-промышленная палата Российской Федерации.
Официальный сайт. <http://www.tpprf.ru/ru/>

6) Электронная библиотека Российской Государственной библиотеки // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>

7) Электронная библиотечная система «Университетская библиотека – online» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная подготовка обучающихся проводится для углубления и закрепления знаний, полученных на лекциях и других видах занятий, для выработки навыков самостоятельного применения новых, дополнительных знаний и подготовки к предстоящим учебным занятиям, зачету.

Важным условием успешного изучения дисциплины является посещение лекций. Под посещением подразумевается не форма пассивного присутствия, а активная работа по изучению нового материала. Подготовка к лекционным занятиям включает в себя анализ предлагаемых для изучения вопросов, изучение нормативных источников и учебной и научной литературы по рассматриваемым вопросам лекции. В процессе лекции обучающийся может задавать уточняющие вопросы, осуществить взаимосвязь нового материала с уже изученным, подготовить базу для эффективного использования полученных знаний, облегчить подготовку к практическому занятию. Эффективным способом фиксации лекционного материала является конспектирование, представляющее собой не только фиксацию важнейших моментов лекции, но и указание примеров для понимания того или иного теоретического материала.

При подготовке к практическому занятию необходимо использовать конспектированные материалы лекций, учебную и научную литературу. Подготовка ответов по выносимым на обсуждение вопросам практического занятия включает в себя не только прочтение материала, но и его анализ и критическую оценку. Обучающемуся следует выявить малоизученные аспекты рассматриваемых вопросов, проявить инициативу при подготовке к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиями и зачету рекомендуется систематизировать знания, изображая их в табличном, графическом или схематичном виде. Это позволит установить взаимосвязь изучаемых явлений, упростит задачу запоминания материала, облегчит процесс практического применения полученных знаний.

Задачей практических занятий является выработка умения использовать теоретические знания, проявить наличие практических навыков. При подготовке к практическому занятию следует заблаговременно обеспечить наличие необходимо для данного занятия материала, самостоятельно повторить ранее изученные темы.

Для успешного освоения дисциплины важным является умение работать с терминами и их определениями. Для работы с терминологией эффективным является использование как учебной и научной литературы, так и юридических и философских словарей.

Работа с терминами может осуществляться как в форме составления собственных тематических словариков для удобства и скорости поиска необходимого термина. С этой целью необходимо каждый новый встречающийся термин записывать и во время подготовки к семинарским и практическим занятиям указывать соответствующее определение. В случае возникновения сложности выбора определения из имеющегося объема в рамках научного знания необходимо задавать вопросы преподавателю в рамках лекционных и практических занятий.

Интерактивные формы проведения занятий по дисциплине «Методы анализа рынка и организация продаж» включают в себя следующие виды занятий:

- групповые дискуссии, применяются для обеспечения навыков командной работы и межличностной коммуникации и представляют собой оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения представленной темы, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Кроме того, в ходе занятий проводятся круглые столы по заданным тематикам.

- ролевые игры, представляют собой моделирование ситуации, в которой участникам предлагается принять определенную позицию (роль) и затем выработать способ, который позволит привести эту ситуацию к наилучшему результату (игра). Ролевые игры наиболее эффективны как средство приобретения и совершенствования навыков непосредственного межличностного общения, командной работы, а также навыков принятия решений.

- анализ ситуаций (кейс-метод) — техника обучения, использующая описание реальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. В основе метода конкретных ситуаций лежит описание конкретной профессиональной деятельности или эмоционально-поведенческих аспектов взаимодействия людей. При изучении конкретной ситуации, и анализе конкретного примера студент должен вжиться в конкретные обстоятельства, понять ситуацию, оценить обстановку, определить, есть ли в ней проблема и в чем ее суть. Определить свою роль в решении проблемы и выработать целесообразную линию поведения.

Оценочные и методические материалы по дисциплине «Методы анализа рынка и организация продаж» представлены в ФОММ.

При подготовке к промежуточному или итоговому тестированию необходимо изучить теоретический и практический материал. Тестовые задания (с перечнем возможных вариантов ответов, среди которых хотя бы один ответ является неверным) обеспечивают структурность мышления, вынужденного выбрать из предложенных вариантов ответ все правильные

варианты. Тестовые задания на установления соответствия подразумевают необходимость проявления не только знания учебного материала, но и умения применять правила формальной логики. Тестовые задания на упорядочение направлены на установление логической последовательности рассматриваемых явлений (времени существования явлений, расположения структурных элементов правовых документов и т.п.).

Эффективным способом для подготовки к тестированию является работа обучающегося по решению тестовых заданий, предоставленных для самостоятельной работы. Также при подготовке к такой форме контроля знаний, как решение тестовых заданий, следует самостоятельно попытаться проработать рассматриваемые в дисциплине вопросы в форме составления тестовых заданий.

При подготовке к зачету следует иметь в виду, что он является итоговой формой контроля по изучению данной учебной дисциплины. Зачет подразумевает максимальную концентрацию знаний и умений, предполагающих полное изучение материала дисциплины.

Зачет проводится в форме устного собеседования и выполнения письменного задания, либо теста.

Решение преподавателя об итоговой оценке принимается по результатам устного ответа и выполненного письменного (тестового) задания, в зависимости от шкалы оценки.

В связи с развитием научно-технического прогресса в такой ситуации надлежит воспользоваться материалами, находящимися в открытом доступе сети Internet. Также необходимо учитывать, что по состоянию на сегодняшний день многие справочные правовые системы содержат не только текст нормативных актов, но и научные статьи по различным вопросам (например, СПС «Консультант Плюс»). Рекомендуются использовать электронно-библиотечные системы.

В силу кратковременности изучения и значительного объема данной учебной дисциплины кафедра настоятельно рекомендует систематически, а не эпизодически работать над изучением курса.

10. 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).

В целях освоения учебной программы дисциплины «Методы анализа рынка и организация продаж» инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях

11. Перечень информационных технологий, профессиональных баз данных, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программное обеспечение:

- 1) Операционная система (Microsoft Windows *Проприетарная*);
- 2) Пакет офисных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access, MS Publisher и др. *Проприетарная*);
- 3) Программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (FoxitReader *GNU Lesser General Public License*);
- 4) Web-браузер (Mozilla Firefox *GNU Lesser General Public License*);

Информационные справочные системы:

- 1) Автоматизированная информационная библиотечная система Marc21SQL;
- 2) Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных:

- 1) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus -<https://www.scopus.com>
- 2) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience - <https://apps.webofknowledge.com>
- 3) Научная электронная библиотека-www.elibrary.ru
- 4) База данных «Библиотека управления» -Корпоративный менеджмент -<https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>

12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование
Специализированные аудитории:
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации / компьютерный класс / помещение для самостоятельной работы
Технические средства обучения:
компьютер с программным обеспечением
Специализированные аудитории:
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
Технические средства обучения:
экран настенный
мультимедийный проектор
компьютер с программным обеспечением, указанным в п.11