Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.07.2026 08:46:51
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАТА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

Кафедра иностранных языков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Иностранный язык делового и профессионального общения»

Направление подготовки	Торговое дело
Код направления подготовки	38.04.06
Профиль подготовки	Цифровой маркетинг
Квалификация выпускника	Магистратура
Форма обучения	Очная, очно-заочная

Грозный, 2026

Сардалова Л.Р. Рабочая программа учебной дисциплины «Иностранный язык делового и профессионального общения» [Текст] / Сост. **Сардалова Л.Р.** – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры иностранных языков и рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 7 от 17 марта 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 982, а также рабочим учебным планом по данному направлению подготовки.

© Сардалова Л.Р., 2026
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», 2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1. Цели и задачи освоения дисциплины.

Цели освоения дисциплины:

- обучение практическому владению разговорно-бытовой речью и языком специальности для активного применения иностранного языка как в повседневном, так и в профессиональном общении;
- овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях деятельности, а также для дальнейшего самообразования;
- воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- развитие информационной культуры; расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов; повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию.

Задачи:

- ознакомление студентов с основными видами словарно-справочной литературы и правилами работы с ними;
- приобретение студентами знаний в области лексики и грамматики изучаемого языка;
- обучение студентов чтению специальных текстов на иностранном языке (разные виды чтения применительно к разным целям) и умению извлекать и фиксировать полученную из иноязычного текста информацию в форме аннотации;
- формирование навыков общения на иностранном языке в рамках определённой тематики;
- обучение студентов основным принципам самостоятельной работы с оригинальной литературой.

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

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Знает современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках, закономерности деловой устной и письменной коммуникации УК-4.2 Умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения УК-4.3 Владеет методикой межличностного делового общения на	**Знать:** Коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия иностранном языке **Уметь:** Использовать современные информационно коммуникационные технологии для представления результатов академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные **Владеть:** навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия

	государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств	

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.

Дисциплина «Иностранный язык делового и профессионального общения» Б1.0.01 изучается в рамках обязательной части Блока Б1 ОПОП по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело», профиль «Цифровой маркетинг».

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

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

4.1. Структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины по данной форме обучения составляет 7 зачетных единицы (252 ч).

Форма работы обучающихся/ Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов			
	№ Семестра 1	№ семестра 2	№ семестра 3	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	34	17	34	85
Лекции (Л)				
Практические занятия (ПЗ)	34	17	34	85
Лабораторные работы (ЛР)				
Самостоятельная работа:	38	55	38	131
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)				
Расчетно-графическое задание (РГЗ)				
Доклад (Д)				
Реферат (Р)				
Собеседование (С)				
Тест (Т)				
Контроль	Зачет	Зачет	Экзамен-	36

Часы, выделенные на промежуточную аттестацию в графе «контроль» учебного плана, включают в себя: контактную аудиторную работу (её объем устанавливается приказом «О нормативах расчета объема годовой нагрузки профессорско-преподавательского состава по программам ВО») и самостоятельную работу.

4.2 Содержание разделов дисциплины.

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля

1	"Economy of the UK”	"Economy of the UK" "Economy of the USA" "What is Economics"	(С), (Т)
2	“Banks”	“English bank“ “Banks“ “Bank of London“	(С), (Т)
3	“Commercial contracts”	“Commercial contracts” “Shopping”	(С), (Т)
4	“Money"	“Money" "Money - Currency - Currency transactions" "The ruble is the monetary unit of Russia"	(С), (Т)
5	"Economy of England"	"Economy of England" "Economy of London" "Market economy"	(С), (Т)
6	"Market"	"Economy" "Market"	(С), (Т)

Собеседование (С), тестирование (Т)

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в I семестре.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	"Economy of the UK”	22		10		12
2	“Banks”	24		12		12
3	“Commercial contracts”	26		12		14
	Всего:	**101**		**34**		**38**

Разделы дисциплины, изучаемые во II семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	

4	“Money"	26		6		20
5	"Economy of England"	26		6		20
6	"Market"	20		**5**		**15**
	Всего:	**72**		**17**		**55**

Разделы дисциплины, изучаемые в III семестре

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	
4	“Money"	24		12		12
5	"Economy of England"	24		12		12
6	"Market"	24		**10**		14
	Всего:	**72**		**34**		**38**

4.4. Самостоятельная работа студентов

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетен-ции(й)
"Economy of the UK”	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Самостоятельное изучение	12	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
“Banks”	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Тестирование Самостоятельное изучение	12	УК 4 УК 4.1 УК 4.3 УК 4.2
“Commercial contracts”	Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Тестирование Самостоятельное изучение	14	УК 4 УК 4.1 УК 4.2

				УК 4.3
Итого в 1-м семестре:			38	
“Money"	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	20	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
"Economy of England"	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	20	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
"Market"	Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	15	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
Итого во 2-м семестре:			55	
“Money"	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	12	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
"Economy of England"	Работа с текстами по специальности. Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	12	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
"Market"	Подготовка к монологическим и диалогическим высказываниям.	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	14	УК 4 УК 4.1 УК 4.2 УК 4.3
Итого во 3-м семестре:			38	

4.5. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.6. Содержание практических занятий

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	3	
		I семестр	
1	1	Текст: "Economy of the UK". Развитие монологической и диалогической речи. Образование и употребление Perfect. Контрольно-тренировочные упражнения.	6
2	1	Текст: "Economy of the USA". Активизация новой лексики. Развитие монологической и диалогической речи.	6
3	2	Текст: "What is Economics". Активизация новой лексики Развитие монологической и диалогической речи.	6
4	2,3	Текст: “English bank”. Сложноподчиненные предложения. Подчинительные союзы. Контрольно-тренировочные упражнения.	8
5	3	Текст: “Banks». Инфинитивная конструкция to be going to. Контрольно – тренировочные упражнения.	8
		Итого в семестре:	34
		II семестр	
1	4	Текст: "The ruble is the monetary unit of Russia". Активизация новой лексики Развитие монологической и диалогической речи.	4
2	4	Текст: "Economy of England". Активизация новой лексики. Развитие монологической и диалогической речи.	4
3	5	Текст"Economy of London". Активизация новой лексики Развитие монологической и диалогической речи.	4
4	5	Лексическая тема: "Market economy". Автоматизация лексических и грамматических навыков.	2
5	6	Текст: "Economy". Развитие монологической и диалогической речи. Сложные формы прошедшего времени.	3
		Итого в семестре:	17

4.7. Курсовой проект (курсовая работа).

Курсовой проект не предусмотрен учебным планом.

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

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Иностранный язык» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому

усвоению изучаемого курса, ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Учебно-методическая литература
"Economy of the UK”	"Economy of the UK" "Economy of the USA" "What is Economics"	Опрос, оценка выступлений, проверка решения тестовых задач и упражнений	1. Ильчинская Е.П. Let’s Learn English with Pleasure. English Grammar in Use [Электронный ресурс]: учебное пособие по английскому языку / Е.П. Ильчинская, И.А. Толмачева. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 321 c. – 978-5-4487-0209-9. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74282.html 2. Агабекян И.П. Английский язык для бакалавров. Ростов н/Д Феникс, 2015. – 379 с. – 109 экземпляров.
“Banks”	“English bank“ “Banks“ “Bank of London“	Опрос, оценка выступлений, проверка решения тестовых задач и упражнений	1. Ильчинская Е.П. Let’s Learn English with Pleasure. English Grammar in Use [Электронный ресурс]: учебное пособие по английскому языку / Е.П. Ильчинская, И.А. Толмачева. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 321 c. – 978-5-4487-0209-9. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74282.html 2. Агабекян И.П. Английский язык для бакалавров. Ростов н/Д Феникс, 2015. – 379 с. – 109 экземпляров.
“Commercial contracts”	“Commercial contracts” “Shopping”	Опрос, оценка выступлений, проверка решения контрольно-тренировочных упражнений	1. Ильчинская Е.П. Let’s Learn English with Pleasure. English Grammar in Use [Электронный ресурс]: учебное пособие по английскому языку / Е.П. Ильчинская, И.А. Толмачева. – Электрон.

			текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 321 с. – 978-5-4487-0209-9. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74282.html 2. Агабекян И.П. Английский язык для бакалавров. Ростов н/Д Феникс, 2015. – 379 с. – 109 экземпляров.
“Money"	“Money" "Money - Currency - Currency transactions" "The ruble is the monetary unit of Russia"	Опрос, оценка выступлений, проверка решения тестовых задач и упражнений	1. Ильчинская Е.П. Let’s Learn English with Pleasure. English Grammar in Use [Электронный ресурс]: учебное пособие по английскому языку / Е.П. Ильчинская, И.А. Толмачева. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 321 с. – 978-5-4487-0209-9. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74282.html 2. Агабекян И.П. Английский язык для бакалавров. Ростов н/Д Феникс, 2015. – 379 с. – 109 экземпляров.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

1. Ильчинская Е.П. Let’s Learn English with Pleasure.
English Grammar in Use [Электронный ресурс]: учебное пособие по английскому языку / Е.П. Ильчинская, И.А. Толмачева. – Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2018. – 321 с. – 978-5-4487-0209-9. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74282.html
2. Агабекян И.П. Английский язык для бакалавров. Ростов н/Д Феникс, 2017. – 379 с. – 109 экземпляров.
3. Агабекян И.П. Английский для менеджеров -14-е изд., стер.-Ростов н/Д: Феникс, 2017, – 414 с. – 109 экз.
4. Агабекян И.П. Английский язык для экономистов. Ростов н/Д Феникс, 2017. – с. 413 – 49 экз.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).

www.wikipedia.org
www.direct.gov.uk/en/
http://www.pkc.gov.uk/
www.dying.about.com
www.lingvo.ru электронный словарь Abby Lingvo
www.multitran.ru электронный словарь Multitran

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

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем

На занятиях используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов, а также на практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks»)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ А.А. КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Методология научных исследований»

Направление подготовки	Торговое дело
Код направления подготовки	38.04.06
Профиль подготовки	Цифровой маркетинг
Квалификация выпускника	Магистратура
Форма обучения	Очная, очно-заочная

Грозный – 2026

Решиев С.С. Рабочая программа учебной дисциплины «Методология научных исследований»/ Сост. Решиев С.С. – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство» и рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 982, а также рабочим учебным планом по данному направлению подготовки.

© Решиев С.С., 2026

© Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова», 2026.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – приобретение аспирантами знаний по методологии и методах психолого-педагогических исследований, формированию исследовательской компетентности и их готовности применять полученные знания и умения в организации собственного научного исследования и организации научно-исследовательской работы в своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выявление и изучение проблем в современной теории познания;
- выявление и знание проблем научно-исследовательской работы как специфического вида человеческой деятельности в образовательном процессе;
- совершенствование и развитие общего интеллектуального и общего культурного уровня аспирантов; - изучение общенаучных методов и приемов исследования;

овладение научными методами получения современных научных знаний и углубление знаний методов научного исследования;

- совершенствование самостоятельной учебной деятельности магистранта;
- активное включение аспиранта в научно-исследовательскую работу.

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

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.4 Владеет навыками выполнения научно-исследовательских работ и проектов с использованием информационно-аналитических систем	Знать: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий Уметь: Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов Владеть: Осуществляет и аргументирует выбор стратегии по решению проблемной ситуации, оценивает преимущества и недостатки выбранной стратегии

3 Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Методология научных исследований» относится к блоку Б1.0.02 обязательной части.

Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Экономическая теория», «Коммерческая деятельность», «Введение в специальность», «Коммерческая деятельность» и др. дисциплин на предыдущем уровне образования.

В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для выполнения научно-исследовательской работы, торгово-технологической и преддипломной практики.

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины по данной форме обучения составляет 6 зачетных единицы (216 ч).

Форма работы обучающихся/ Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов		
	№ Семестра 1	№ семестра	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	34		34
Лекции (Л)	17		17
Практические занятия (ПЗ)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа:	128		128
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
Расчетно-графическое задание (РГЗ)			
Доклад (Д)	28		28
Реферат (Р)	20		20
Собеседование (С)			
Тест (Т)	20		20
Самостоятельное изучение разделов	60		60
Контроль	экзамен-54		экзамен-54

Часы, выделенные на промежуточную аттестацию в графе «контроль» учебного плана, включают в себя: контактную аудиторную работу (её объем устанавливается приказом «О нормативах расчета объема годовой нагрузки профессорско-преподавательского состава по программам ВО») и самостоятельную работу.

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	Общая характеристика методологии научного исследования	Тема 1. Общая характеристика методологии научного исследования. Структура научного знания. Формы организации научного знания. Источники и условия исследовательского поиска. Уровни методологии. Понятийно-категориальный аппарат	Р, Т, ДЗ

		научноисследовательской деятельности. Общее понятие познания, исследования, научно-исследовательской деятельности	
2	Методологические основы научно-исследовательской работы	Тема 1. Методологические основы научно-исследовательской работы. Основные понятия: проблема, объект, предмет и цели исследования. Взаимосвязи, отношения проблемы, предмета и цели исследования. Методика исследования. Тема исследования. Актуальность исследования. Формулировка противоречий. Формулирование проблемы. Определение объекта, предмета, гипотезы, цели и задач исследования. Исследовательские методы и методики. Методы эмпирического исследования. Методы теоретического исследования. Статистические методы и средства формализации	Р, УО, Т
3	Технология организации научного исследования, оформления и презентации его результатов	Тема 1. Технология организации научного исследования, оформления и презентации его результатов. Логика и структура научного исследования. Специфика научного исследования. Разработка логики и стратегии исследования. Этапы конструирования логики исследования: постановочный, собственно исследовательский и оформительско-внедренческий. Оформление результатов исследования. Презентация научно-исследовательской работы. Научный текст: характеристика. Виды, формы представления. Диссертация – специфический вид научного текста. Планирование и организация научноэкспериментальной	ДЗ, Т, УО

		работы в образовательном учреждении. Специфика организации научно-исследовательской работы в разных типах образовательных учреждений	

УО- опрос, Т - тест, ДЗ – домашнее задание, ТК – текущий контроль

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в I семестре.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Общая характеристика методологии научного исследования	76	6	6		42
2	Методологические основы научно-исследовательской работы	76	6	6		43
3	Технология организации научного исследования, оформления и презентации его результатов	73	5	5		43
4	Контроль	54				
	Итого:	**216**	**17**	**17**		**128**

4.4. Самостоятельная работа студентов

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетен-ции (й)
Общая характеристика методологии научного исследования	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Самостоятельное изучение	42	УК-5.4
Методологические основы научно-исследовательской работы	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	42	УК-5.4
Технология организации научного исследования,	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	43	УК-5.4

оформления и презентации его результатов				
Итого в 1-м семестре:			128	

4.5. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.6. Содержание практических занятий

№ занятия	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Общая характеристика методологии научного исследования	Общая характеристика методологии научного исследования. Структура научного знания. Формы организации научного знания. Источники и условия исследовательского поиска. Уровни методологии. Понятийно-категориальный аппарат научно-исследовательской деятельности. Общее понятие познания, исследования, научно-исследовательской деятельности	6	РК, Т, ДЗ
2	Методологические основы научно-исследовательской работы	Методологические основы научно-исследовательской работы. Основные понятия: проблема, объект, предмет и цели исследования. Взаимосвязи, отношения проблемы, предмета и цели исследования. Методика исследования. Тема исследования. Актуальность исследования. Формулировка противоречий. Формулирование проблемы. Определение объекта, предмета, гипотезы, цели и задач исследования. Исследовательские методы и методики. Методы эмпирического исследования. Методы теоретического исследования. Статистические методы и средства формализации	6	Р, РК, Т

3	Технология организации научного исследования, оформления и презентации его результатов	Технология организации научного исследования, оформления и презентации его результатов. Логика и структура научного исследования. Специфика научного исследования. Разработка логики и стратегии исследования. Этапы конструирования логики исследования: постановочный, собственно исследовательский и оформительско-внедренческий. Оформление результатов исследования. Презентация научно-исследовательской работы. Научный текст: характеристика. Виды, формы представления. Диссертация – специфический вид научного текста. Планирование и организация научноэкспериментальной работы в образовательном учреждении. Специфика организации научно-исследовательской работы в разных типах образовательных учреждений	5	ДЗ, Т, РК

**РК- рубежный контроль; Т – тестирование; Д – доклад; Д/П – доклад с презентацией; Э – эссе; К – кейсы; РГЗ – расчетно-графическое задание, ДЗ – домашнее задание; О – опрос по теме.*

4.7. Курсовой проект (курсовая работа).

Курсовой проект не предусмотрен учебным планом.

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

1. Тронин, В. Г. Методология научных исследований: учебное пособие / В. Г. Тронин, А. Р. Сафиуллин. — Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2020. — 87 с. — ISBN 978-5-9795-2046-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106137.html (дата обращения: 08.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Турский, И. И. Методология научного исследования: курс лекций / И. И. Турский. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2020. — 49 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108059.html (дата обращения: 08.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Дмитриенко, Г. В. Методология и методы научных исследований: учебное пособие / Г. В. Дмитриенко, Д. В. Мухин. — Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2021. — 226 с. — ISBN 978-5-9795-2148-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/121269.html (дата обращения: 08.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6 Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

7 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Петрова, Н. Ф. Методология научных исследований: учебное пособие / Н. Ф. Петрова. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2023. — 122 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135704.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Турский, И. И. Методология научного исследования: курс лекций / И. И. Турский. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2020. — 49 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108059.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Пономарёв, И. Ф. Методология научных исследований: учебное пособие / И. Ф. Пономарёв, Э. И. Полякова. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. — 216 с. — ISBN 978-5-9729-1430-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133002.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Простов, С. М. Основы и методология научных исследований: учебное пособие / С. М. Простов. — Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. — 254 с. — ISBN 978-5-00137-299-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/128396.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Основы научных исследований: учебник / А. И. Афанасьев, В. Я. Потапов, С. Г. Фролов [и др.]. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 204 с. — ISBN 978-5-4497-2702-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/139337.html (дата обращения: 08.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/139337

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart https://www.iprbookshop.ru/
2. Электронно-библиотечная система «Консультант Студента» studentlibrary.ru
3. ООО «ИВИС» http://www.ivis.ru/index.htm

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины. Обучение по дисциплине «Методология научных исследований» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, практические/семинарские занятия).

2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, практическим/ практическим занятиям, тестам/рефератам/докладам/эссе, и иным формам письменных работ, выполнение анализа кейсов, индивидуальная консультация с преподавателем).

3. Интерактивные формы проведения занятий (коллоквиум, лекция-дискуссия, групповое решение кейса и др.формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому/ семинарскому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Для понимания и качественного усвоения курса рекомендуется следующая последовательность действий обучающегося:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).

2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).

3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).

4. При подготовке к практическому/ семинарскому занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры.

Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 практические ситуации.

Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций. Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям.

Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения. Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать литературу, которую рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся по подготовке к практическим/семинарским занятиям. На практических/семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Ознакомление с планом практического/семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать литературу;
4. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;
5. Ответить на вопросы плана практического/семинарского занятия;
6. Выполнить домашнее задание;
7. Проработать тестовые задания и задачи;
8. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы. Цель организации самостоятельной работы по дисциплине - это углубление и расширение знаний в области порядка составления и разработки бизнес-планов; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к

практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины.

Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности. Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Самостоятельная работа реализуется:

– непосредственно в процессе аудиторных занятий на лекциях, практических занятиях;

– в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

– в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Подготовка к практическому занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить реферат и выступить с ним на практическом занятии.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем

На занятиях используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов, а также на практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks»)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Цифровизация экономики и бизнеса»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.О3

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Цифровизация экономики и бизнеса» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....14

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины…….23

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины……..24

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины……..24

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 27

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 27

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Цифровизация экономики и бизнеса» является обеспечить у обучающихся общее понимание основ цифровизации экономики и бизнеса, особенностей и возможностей цифровых технологий, их влияния на экономику в целом и на развитие отдельных отраслей.

Задачи:

- получение знаний и навыков по организации инфраструктуры цифровой экономики и цифровой трансформации коммерческого предприятия, выстраивания его связей в рамках цепочек добавленной стоимости и глобальных сетей;
- формирование умения выделять и соотносить негативные и позитивные факторы цифровой трансформации, определять степень их воздействия на макро- и микроэкономические показатели, на возможности ведения бизнеса и решение экологических проблем;
- формирование владения методами анализа цифровой экономики, оценки эффективности цифровой трансформации, выявлять и анализировать проблемы цифровой безопасности;
- формирование владения методами оценки экономической политики и функций государства в новых технологических условиях.

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

В совокупности с другими дисциплинами обязательной части учебного плана дисциплина «Цифровизация экономики и бизнеса» направлена на формирование следующих **универсальных компетенций (УК) магистра** по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
УК-6- Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	***Знать:*** основные принципы профессионального развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда в условиях цифровизации экономики и бизнеса; ***Уметь:*** пользоваться цифровыми способами совершенствования экономической деятельности на основе самооценки; ***Владеет:*** навыками применения цифровых технологий для профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда

	УК-6.2. Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	***Знать:*** основные технологические составляющие цифровой экономики при решении задач собственного профессионального и личностного развития; ***Уметь:*** решать задачи изменения карьерной траектории в условиях цифровой трансформации экономики и бизнеса ***Владеть:*** цифровым инструментарием в решении задач изменения карьерной траектории и расстановке приоритетов
	УК-6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни	***Знать:*** современные способы управления своей познавательной деятельностью в цифровой экономике; ***Уметь:*** с помощью современных цифровых технологий совершенствовать свою познавательную деятельность на основе самооценки в течение всей жизни ***Владеть:*** навыками применения инновационных технологий для управления и совершенствования своей познавательной деятельностью

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровизация экономики и бизнеса» относится к обязательным дисциплинам учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «Цифровизация экономики и бизнеса» являются знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин как «Проблемы современной экономики», «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия», «Интернет-маркетинг», а также дисциплины, изученные на предыдущем уровне образования. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики», «Цифровые финансовые технологии в бизнесе», «B2B Маркетинг», «Цифровые маркетинговые коммуникации», а также при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, при защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

4. **Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**51**	**51**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**138**	**138**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	38	38
Реферат (Р)	35	35
Эссе (Э)	35	35
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	27	27

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Цифровизация экономики и бизнеса. Цели, задачи, базовые направления развития	Цели, задачи, базовые направления развития. Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России. Подготовка специалистов в области информационно-коммуникационных технологий. Цифровая грамотность населения Опорная инфраструктура и государственная поддержка. Технологическое развитие: исторические вехи и современность. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики. Новые экономические законы. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений). Цифровизация экономики и бизнеса как	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи

		дальнейшее развитие новой (информационной) экономики.	
2.	Основные технологические составляющие цифровой экономики.	Блокчейн и криптовалюта. Сбор данных с интернет ресурсов. Статистический анализ больших данных. Мониторинг социальных сетей. Интернет вещей. Искусственный интеллект и машинное обучение. Анализ больших данных. Платформы цифровой экономики.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
3.	Организационные основы и структура цифровой экономики.	Цифровая безопасность Новая организация экономики (реального сектора) и экономических отношений (взаимосвязей и поведения в реальном секторе). Инновационная инфраструктура цифровой экономики. Дата-центры, технопарки и исследовательские центры. Города и регионы как центры инновационных сетей. Инновационная и структурная политика. Инновационное предпринимательство государства и формы сотрудничества с бизнесом. Решение проблем цифровой безопасности. Тема 4. Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике Государственное регулирование цифровой экономики. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики (электронное правительство, информационная инфраструктура, научные исследования, образование и кадры, информационная безопасность, умный город и телемедицина и т.д.). Межстрановые сопоставления.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
4.	Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	Государственное регулирование цифровой экономики. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики (электронное правительство, информационная инфраструктура, научные исследования, образование и кадры, информационная безопасность, умный город и телемедицина и т.д.). Межстрановые сопоставления.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
5.	Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики	Существующие цифровые стратегии в мире. Особенности стратегии построения цифровой экономики для России и Татарстана. Цифровизация экономики и бизнеса США. Цифровизация экономики и бизнеса Китая. Цифровизация экономики и бизнеса стран Европейского союза.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания

		Цифровизация экономики и бизнеса Казахстана	Задачи
6.	Влияние цифровой трансформации на экономику.	Изменения на рынках ресурсов. Конкуренция в новых экономических условиях. Новые условия производства и изменение производительности. Производственная функция. Изменения на рынках труда и капитала в условиях цифровой экономики. Цифровой и креативный капитал. Эффект вытеснения и эффект разнообразия на рынке труда. Конкуренция на рынке труда. Характер конкуренции в цифровой экономике. Экономическая эффективность производства, распределения и потребления в условиях цифровой экономики.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
7.	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа – Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации.	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы. Основные цели, задачи и меры по реализации внутренней и внешней политики Российской Федерации в сфере применения информационных и коммуникационных технологий, направленные на развитие информационного общества, формирование национальной цифровой экономики, обеспечение национальных интересов и реализацию стратегических национальных приоритетов. Обеспечение национальных интересов при развитии информационного общества. Основные приоритеты: - формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений; - развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры Российской Федерации; - создание и применение российских информационных и коммуникационных технологий, обеспечение их конкурентоспособности на международном уровне; - формирование новой технологической основы для развития экономики и социальной сферы; - обеспечение национальных интересов в области цифровой экономики.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
8	Организационные основы и структура цифровой экономики.	Цифровая безопасность Новая организация экономики (реального сектора) и экономических отношений. Инновационная инфраструктура цифровой экономики. Датацентры, технопарки и исследовательские центры. Города и регионы как центры инновационных сетей.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания

		Инновационная и структурная политика. Инновационное предпринимательство государства и формы сотрудничества с бизнесом. Цифровые риски. Решение проблем цифровой безопасности.	Задачи
9	Перспективные направления и сервисы цифровой экономики.	Цифровые услуги в экономике ЕС, основанной на данных. Текущая ситуация и лидеры процесса преобразований. Бизнес-сенсоры. Транспондеры. Большие данные. Оцифровка исследований. Взаимодействие и стандарты. Умное производство. Мобильные телекоммуникации. Интернет вещей. Услуги, управляемые данными. Облачные сервисы. Государственные закупки. Электронный транспорт.	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Цифровизация экономики и бизнеса. Цели, задачи, базовые направления развития	21	2	4	–	15
2.	Основные технологические составляющие цифровой экономики.	21	2	4	-	15
3.	Организационные основы и структура цифровой экономики.	21	2	4		15
4.	Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	21	2	4		15
5.	Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики	21	2	4		15
6.	Влияние цифровой трансформации на экономику.	22	2	4	-	16
7.	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа – Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации.	22	2	4	–	16
8.	Организационные основы и структура цифровой экономики.	22	2	4		16
9.	Перспективные направления и сервисы цифровой экономики.	22	1	2		16

	Всего	**189**	**17**	**34**	**–**	**138**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (4 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Цифровизация экономики и бизнеса. Цели, задачи, базовые направления развития	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	15	УК-6
Основные технологические составляющие цифровой экономики.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	15	УК-6
Организационные основы и структура цифровой экономики.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	15	УК-6
Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания	15	УК-6

	написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Задачи		
Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	15	УК-6
Влияние цифровой трансформации на экономику.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	16	УК-6
Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа –	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания	16	УК-6

Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации.	написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Задачи		
Организационные основы и структура цифровой экономики.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	16	УК-6
Перспективные направления и сервисы цифровой экономики.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи	16	УК-6
Всего часов			**138**	

4.5. Практические (семинарские) занятия (2 семестр).

№ занятия	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1-2	Цифровизация экономики и бизнеса. Цели, задачи, базовые направления развития	4
3-4	Основные технологические составляющие цифровой экономики.	4
5-6	Организационные основы и структура цифровой экономики.	4
7-8	Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	4
9-10	Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики	4
11-12	Влияние цифровой трансформации на экономику.	4
13-14	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа – Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации.	4
15-16	Организационные основы и структура цифровой экономики.	4
17	Перспективные направления и сервисы цифровой экономики.	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Стратегии, инструменты и технологии цифровизации экономики: монография / Д. В. Ковалев, Н. А. Косолапова, Е. А. Лихацкая [и др.]. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. — 224 с. — ISBN 978-5-9275-3345-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100202.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Солодушкина, К. А. Modern Dictionary of Phrasal Verbs and Idioms in the Language of Business = Современный словарь фразовых глаголов и идиом в сфере экономики и бизнеса / К. А. Солодушкина. — Санкт-Петербург: Антология, 2021. — 800 с. — ISBN 978-5-94962-139-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/104070.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики: монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.]; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110209.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
		вид
Цифровизация экономики и бизнеса. Цели, задачи, базовые направления развития	УК-6.1 – Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Основные технологические составляющие цифровой экономики.	УК-6.1 – Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Организационные основы и структура цифровой экономики.	УК-6.1 – Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	УК-6.2. – Эффективно взаимодействует с другими членами команды, и координирует работу команды	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики	УК-6.2- Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Влияние цифровой трансформации на экономику.	УК-6.2- Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа – Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации.	УК-6.3- Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи

Организационные основы и структура цифровой экономики.	УК-6.3- Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи
Перспективные направления и сервисы цифровой экономики.	УК-6.3- Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни	Домашние задания Реферат Устный опрос Тестовые задания Задачи

Темы рефератов

по дисциплине «Цифровизация экономики и бизнеса»

1. Движущие силы и этапы цифровой трансформации общества
2. Характеристика четвертой промышленной революции и шестого экономического уклада. Проблемы перехода
3. Связь цифровых технологий и инноваций
4. Понимание экономического блага в цифровой экономике
5. Инновационные модели экономического роста
6. Понятие цифрового производства. Основные технологии
7. Понятие промышленного интернета. Направления его развития
8. Понятие сквозных технологий и их роль в развитии рыночной экономики будущего
9. Факторы роста спроса на большие данные
10. Мировые тенденции развития технологий big data
11. Факторы, способствующие и сдерживающие развитие технологий big data: что сильнее
12. Механизм, масштабы и структура электронной торговли в России (мире)
13. Механизм сокращения трансакционных издержек в результате использования цифровых технологий
14. Динамика затрат российских предприятий на ИКТ
15. Материальные и нематериальные активы предприятия: особенности использования и учета
16. Модели спецификации производственной функции в условиях цифровой экономики
17. Криптовалюты: специфика, проблемы и перспективы использования
18. Взаимозаменяемость труда и капитала в эпоху цифровых технологий
19. Социальные эффекты в формировании спроса на высокотехнологичные товары
20. Компания Amazon: факторы продвижения и успеха
21. Современные трактовки понятия человеческого капитала
22.Человеческий капитал в системе воспроизводства высокотехнологичных предприятий
3. Место человека (работника) в информационной системе общества (предприятия): реально
ли цифровое рабство
24. Рынок труда в цифровой экономике
25. Методы расчета индекса человеческого развития. Связь с индексом цифровизации
26. Будущее образования в цифровой экономике
27. Цифровизация экономики и бизнеса в России (США, Китае или другой стране на выбор)
28. Фундаментальные факторы развития компании Microsoft (другой высокотехнологичной компании на выбор)
29. Мобильный интернет, имплантируемые технологии и цифровидение: факторы дальнейшего развития
30. Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение)
31. Проблема создания и размещения big data-центров

32. Интернет вещей, умный дом и умные города: сущность идей и перспективы развития
33. Роль искусственного интеллекта в обработке больших данных и принятии экономических
решений. Понятие нейротехнологии
34. Сферы применения робототехника и 3-D печати. Потенциал использования роботов в быту
35. Возможности использования технологий виртуальной реальности в информационных системах экономики
36. Цели и методы обработки больших данных
37. Современные автоматизированные информационные системы в банковском деле (бирже, бюджетных организациях и других сферах на выбор)
38. Цифровые технологии в теории производственных возможностей
39. Методы измерения уровня развития человеческого капитала на предприятиях
40. Специфические черты человеческого капитала в эпоху цифровой экономики: кто создает новые технологии
41. Профессии будущего: горизонт 2030-2050
42. Особенности мотивации персонала в IT-секторе
43. Цифровые методы и технологии управления человеческими ресурсами в организации (на выбор)
44. Нормативные акты по регулированию цифровой экономике
45. Структура, положения, этапы национальной программы «Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации»
46. Направления разработки ГОСТ Р «Цифровизация экономики и бизнеса. Общие положения».
Направления деятельности Технического комитета «Киберфизические системы»
47. Стандарты стандартизация в цифровой экономике

Вопросы для подготовки к устному опросу
по дисциплине «Цифровизация экономики и бизнеса»

1.Цифровизация экономики и бизнеса как дальнейшее развитие информационной экономики
2. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация
3. Цифровизация экономики и бизнеса и цифровая трансформация
4. Движущие силы и этапы цифровой трансформации
5. Технологические основы и инфраструктура цифровой экономики
6. Носимый интернет, имплантируемые технологии и цифровидение
7. Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение)
8. Проблема создания и размещения дата-центров
9. Интернет вещей, подключенный (умный) дом и умные города (автомобили без водителя)
10. Большие данные и принятие решений. Искусственный интеллект
11. Робототехника и 3-D печать
12. Биотехнологии и решение экологических проблем в цифровой экономике
13. Синтез технологий и экономические возможности.
14. Микроэкономические изменения в ходе цифровой трансформации
15. Макроэкономические параметры цифровой экономики
16. Социальные проблемы и их решение в цифровой экономике
17. Проблемы цифровой безопасности. Новые условия производства и изменение производительности в цифровой экономике
18. Характер изменений на рынке труда. Структура спроса и предложения.
19. Направления изменений на рынке капитала в условиях цифровой экономики.
20. Инновационнаяинфраструктура. Города и регионы как центры инновационных сетей

21. Экономическая эффективность. Эффективность распределения, производства и потребления в условиях цифровой экономики
22. Понятие big data. Новые подходы к накоплению и обработке данных в экономике и финансах на микро- и макроуровнях.
23. Открытые данные компьютерных поисковых систем и социальных сетей. Google Trends. YandexWorstat. Прогнозирование социально- экономических процессов в режиме реального
времени (nowcasting)
24. Экономические основы технологии распределенных реестров хранения информации (блокчейн) и криптовалют. Базовые процедуры и техники обработки больших данных: простейшие методы машинного обучения (machine learning)
25. Государственное регулирование цифровой экономики
26. Участие государства в развитии основных направлений цифровой экономики (электронное правительство, информационная инфраструктура, научные исследования, образование и кадры, информационная безопасность и т.д.)
27. Инновационная политика государства при переходе к цифровой экономике. Инновационное предпринимательство государства и формы сотрудничества с бизнесом Институциональная среда для цифровой экономики. Правовое регулирование цифровой экономики
28. Системы критериев для оценки развития цифровой экономики. Этапы формирования. Основные индексы, характеризующие развитие цифровой экономики в странах мира. Эффективность оценки
29. Законодательное сопровождение, регулирующие институты, участие в создании и виды стимулирования формирования цифровой экономики.
30. Технологическое развитие. Четвертая промышленная революция в историческом контексте
31. Синтез технологий и экономические возможности.
32. Микроэкономические изменения в ходе цифровой трансформации
33. Макроэкономические параметры цифровой экономики
34. Социальные проблемы и их решение в цифровой экономике
36. Инновационная политика государства при переходе к цифровой экономике. Инновационное предпринимательство государства и формы сотрудничества с бизнесом
37. Институциональная среда для цифровой экономики. Правовое регулирование цифровой экономики
38. Проблемы адаптации «новых правил игры» в цифровой экономике (трансакционный анализ)
39. Системы критериев для оценки развития цифровой экономики. Этапы формирования. Основные индексы, характеризующие развитие цифровой экономики в странах мира. Эффективность оценки

Тестовые задания по дисциплине
«Цифровизация экономики и бизнеса»

1. Понятие «Цифровизация экономики и бизнеса» вошло в употребление в:
а) начале 2000-х гг.
в) конце 2000-х гг.
г) конце 1980-х гг.
д) конце 1990-х гг.

2. При переходе к цифровой экономике:
а) растет производительность капитала и труда
б) труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом

в) расширяется рынок капитала и сужается рынок труда
г) происходит дегуманизация экономики

3. К основным компонентам цифровой экономики относят:
а) интернет
б) социальные сети
в) электронную торговлю
д) компьютеры

4. Основными свойствами виртуального пространства экономической деятельности хозяйствующих субъектов являются (выберите несколько вариантов ответа):
а) нестационарные экономические процессы
б) устойчивое состояние неравновесия
в) положительные обратные связи с информационной средой
г) отсутствие времени для реагирования на вызовы внешней среды

5. Постепенное непрерывное совершенствование бизнес-процессов обеспечивается процессом:
а) управления качеством
б) управления человеческими ресурсами предприятия
в) реинжиниринга бизнес-процессов
г) реорганизацией структуры управления

6. Эффективная модель регулирования цифровой экономикой предполагает (выберите несколько вариантов ответа):
а) модель проектного управления
б) конкретные рекомендации по реализации системы мер на уровне государства
в) необходимость адаптации системы управления к условиям перманентно меняющейся среды
г) наличие централизации управления процессов цифровизации

7. Повышение эффективности инновационных предпринимательских структур в современных условиях хозяйствования обязательно возможно при (выберите несколько вариантов ответа):
а) переориентации финансирования с государственных источников на частные и корпоративные
б) выходе на внешние рынки
в) переходе всей национальной экономики на инновационную модель развития
г) высокой концентрации наукоемкого производства, знаний, компетенций, технологий в предпринимательских структурах

8. Корпоративная информационная система обеспечивает (несколько вариантов ответа):
а) реализацию современной технологии бюджетирования и контроля затрат
б) внедрение системы управленческого учета затрат в разрезе видов деятельности, отдельных проектов и центров ответственности (подразделений предприятия)
в) оперативное получение аналитической информации для повышения качества принимаемых управленческих решений
г) создание систем электронного документооборота и повышение производительности труда

9. Основными способами использования информационных технологий в реинжиниринге бизнес-процессов являются (несколько вариантов ответа):

а) использование локальных баз данных
б) использование коммуникационных технологий
в) внедрение экспертных систем
г) внедрение систем поддержки принятия решений

10. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии, как правило, сопровождается (несколько вариантов ответа):
а) внедрением новых информационных систем в систему управления big data
б) улучшением текущих бизнес-процессов на основе имеющегося опыта развития
в) снижением рисков в хозяйственной деятельности предприятия
г) обновлением форм и носителей информации о бизнес-процессах

11. Термин «сквот», встречающееся в российских материалах и публикациях по цифровой экономике предприятий, означает:
а) среднеквадратичное отклонение показателей цифрового развития от динамики традиционного развития предприятия
б) виртуальное сообщество кибersквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов
в) сквозная технология, используемая инновационными предприятиями
г) распространенные системы быстрого обмена технической информацией между предприятиями

12. Сбербанк России выступает в качестве центра компетенции в федеральном проекте:
а) Цифровые криптовалюты
б) Нейротехнологии и искусственный интеллект
в) Информационная безопасность
г) Развитие человеческого капитала в России до 2030 года
13. Координационным органом Правительства, курирующим программу «Цифровая экономика», является:
а) Правительственная комиссия по цифровой экономике
б) Подкомиссия по цифровой экономике при Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности
в) Президиум Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности
г) Подкомиссия по цифровой экономике при Правительственной комиссии по информационным технологиям

14. В паспорте программы «Цифровизация экономики и бизнеса Российской Федерации» и паспортах
региональных проектов в ее составе НЕ используется понятие:
а) цифровая платформа
б) центр компетенций
в) виртуальная реальность
г) блокчейн-голосование

15. Какие преимущества предоставляют цифровые технологии по сравнению с традиционными форматами ведения экономической деятельности?
а) возможность практически бесконечного воспроизведения информации без ущерба для качества;

б) широкий диапазон типов информации, с которой работают цифровые технологии (текст, медиа и т.п.);
в) высокая скорость передачи информации;
г) высокая защищенность технологических и организационных инноваций.

16) Какой признак позволяет идентифицировать цифровую экономику?
а) информатизация сферы управления;
б) интеграция физических и цифровых объектов в сфере производства и потребления;
в) формирование сетевой модели экономической деятельности;
г) развитие интернет-коммуникаций как средства обмена информацией.

17) Каких изменений в организации экономической деятельности в меньшей степени требуют цифровые технологии?
а) изменение бизнес-моделей;
б) изменение организационных структур;
в) формирование цифровой культуры;
г) трансформации этических норм.

18) Для какой сферы экономической деятельности в рамках решения основных производственных задач в наименьшей степени могут быть применимы технологии Интернета вещей (IoT)?
а) жилищно-коммунальное хозяйство;
б) транспорт;
в) государственное управление;
г) здравоохранение.

19) Какой из структурных элементов не относится драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом?
а) «умные» сенсоры;
б) беспроводные сети;
в) дополненная реальность;
г) облачные сервисы

20) Каково место материального сектора производства и в цифровой экономике?
а) материальный сектор производства и цифровые платформы существуют автономно в экономике;
б) материальный сектор производства будет замещен цифровыми платформами;
в) материальный сектор производства нуждается в цифровых платформах для обеспечения коммуникаций с контрагентами;
г) материальный сектор производства обеспечит гибель цифровых платформенных решений.

Вопросы к экзамену

1. 1. Мировоззренческие основания исламских финансов.
2. Исламский подход к собственности.
3. Гарар: сущность и отличительные характеристики.
4. Мейсир: определение и содержание.
5. Риба: определение, сущность и отличительные признаки.
6. Неэквивалентность отсутствия ссудного процента и соответствия финансовой модели принципам шариата.

7. Запретные виды предпринимательства.
8. Соответствие финансовых продуктов законам шариата.
9. Закят: сущность и функции.
10. Историческая эволюция исламских финансов.
11. Существование сходных подходов к финансовой деятельности в других экономических культурах (православие, иудаизм, католицизм).
12. Проблема золотого динара.
13. Роль исламских налогов в налоговой системе исламских стран.
14. Механизмы регулирования деятельности исламских банков.
15. Способы формирования капитала исламского банка.
16. Методы определения достаточности капитала банка.
17. Начальный период исламской банковской системы.
18. Средний период исламской банковской системы.
19. Современный период исламского банкинга.
20. Развитие исламского банкинга в отдельных странах.
21. Рынок межбанковского кредитования.
22. Принципы исламской финансовой отчетности
23. Хавала как система денежных переводов.
24. Принципы исламского долгового финансирования.
25. Сукук: определение, сущность и виды.
26. Мурабаха: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
27. Мудараба: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
28. Мушарака: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
29. Убывающая мушарака: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
30. Иджара: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
31. Вакала: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
32. Кард хасан: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
33. Салям: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
34. Истисна: сущность, практика использования, права и обязанности сторон.
35. Риски в исламском банкинге.
36. Такафул: определение, сущность, правовые и организационные основы.
37. Модели управления фондом участников такафул.
38. Отличия такафул от традиционного коммерческого страхования.
39. Допустимые направления вложения средств для исламских страховщиков.
40. Формы существования исламских финансов в современной экономике.
41. Функционирование исламских банков в странах с нефинансовой экономикой.
42. Перспективы развития исламского банкинга в России.
43. Монистическая и дуалистическая модели исламских финансов.
44. Перспективы развития исламского банкинга в ЧР.
45. Основные принципы функционирования исламской финансовой системы
46. Структура исламской финансовой системы
47. Финансовые инструменты, используемые исламскими банками
48. Модели баланса исламского банка
49. Риски в исламском банкинге
50. Регулирование исламских банков
51. Разработка законодательства
52. Особенности определения достаточности капитала исламских банков
53. Денежно-кредитная политика в условиях исламской финансовой системы
54. Проблемы борьбы с отмыванием денег и система хавала
55. Рынок межбанковского кредитования
56. Анализ масштабов распространения исламской банковской системы

57. Масштабы исламской банковской системы
58. География распространения исламского банкинга
59. Создание инфраструктуры, необходимой для развития исламских банков
60. Страхование банковских депозитов (такафул).

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1 Литература

1. Внешнеторговая деятельность: инфраструктурное обеспечение цифровизации экономики: учебное пособие / О. П. Кузнецова, С. Н. Кошкина, Е. Н. Гусарская, А. Н. Силаенков. — Омск: Омский государственный технический университет, 2020. — 128 с. — ISBN 978-5-8149-3148-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115414.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Румянцева, Ю. Н. Правовые основы цифровизации экономики России: практикум / Ю. Н. Румянцева. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 66 с. — ISBN 978-5-4497-1566-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119445.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/119445.
3. Пороткин, Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учебное пособие / Е. С. Пороткин. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 132 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122202.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/122202.
4. Цифровая экономика. Бизнес-процессы электронной таможни: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Таможенное дело», и направлению подготовки «Экономика» / В. Б. Мантусов, П. Н. Башлы, С. Н. Гамидуллаев [и др.]; под редакцией В. Б. Мантусова. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 416 с. — ISBN 978-5-238-03345-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/109242.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. Алешин, А. В. Взаимодействие разномасштабных субъектов бизнеса в региональной экономике: предпосылки, институты, механизмы / А. В. Алешин. — Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2010. — 144 с. — ISBN 978-5-9275-0726-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/46930.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
6. Дермот, Макализ Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация / Макализ Дремот; перевод О. А. Самошкина. — 4-е изд. — Москва: Лаборатория знаний, 2020. — 696 с. — ISBN 978-5-00101-839-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89016.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2 Периодические издания

1. Экономика и бизнес. Информационно-аналитический журнал
2. Экономика и предпринимательство. Информационно-аналитический журнал
3. Экономические отношения. Информационно-аналитический журнал

4. Экономические науки. Информационно-аналитический журнал.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
2. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
4. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины – отдельный документ

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАТА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Торговый бизнес в условиях цифровой экономики»

Направление подготовки	Торговое дело
Код направления подготовки	38.04.06
Профиль подготовки	Цифровой маркетинг
Квалификация выпускника	Магистратура
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.04

Грозный – 2026

Гехаева П.Т. Рабочая программа учебной дисциплины «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики»/ Сост. Гехаева П.Т. – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство» и рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 982, а также рабочим учебным планом по данному направлению подготовки.

© Гехаева П.Т. 2026

© Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А.Кадырова», 2026.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики» является овладение умением разрабатывать стратегические планы развития торгового бизнеса в условиях цифровой экономики на основе результатов анализа данных.

Задачи дисциплины «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики»: − приобретение способности применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных; − получение знаний о методике разработки стратегических планов развития торгового бизнеса в условиях цифровой экономики; − формирование умений для разработки стратегических планов развития торгового бизнеса в условиях цифровой экономики на основе результатов анализа.

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

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-5. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Знает методики формирования команд и методы эффективного руководства коллективами. УК-3.2 Умеет разрабатывать командную стратегию, организовывать работу коллективов, управлять коллективом, разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту УК-3.3 Владеет методами организации и управления коллективом, планированием его действий	Знать: современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач Уметь: Применяет программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов анализа и исследований в бизнес-процессах торговли, а также использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач в международной торговле Владеть: современными информационными технологиями и программными средствами, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики» относится к блоку Б1.0.04 обязательной части.

Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Информатика», «Торговое дело» и др. бакалавриата.

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины по данной форме обучения составляет 4 зачетных единицы (144 ч).

Форма работы обучающихся/ Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов		
	№ Семестра 3	№ семестра	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	51		51
Лекции (Л)	17		17
Практические занятия (ПЗ)	34		34
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа:	93		93
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
Расчетно-графическое задание (РГЗ)			
Доклад (Д)			
Реферат (Р)			
Собеседование (С)			
Тест (Т)			
Контроль	зачет		зачет

Часы, выделенные на промежуточную аттестацию в графе «контроль» учебного плана, включают в себя: контактную аудиторную работу (её объем устанавливается приказом «О нормативах расчета объема годовой нагрузки профессорско-преподавательского состава по программам ВО») и самостоятельную работу.

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
4	Тема 1 Цифровая экономика: сущность и основные понятия.	Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России. Цифровой бизнес: сущность, отличия от традиционного бизнеса, преимущества и недостатки. Цифровые, традиционные и переходные торговые предприятия.	Р, Т, ДЗ

		Технологические инновации в деятельности цифрового бизнеса: виртуализация, информатизация, автоматизация. Организационные инновации: переход к сетевой модели функционирования. Перспективные направления цифрового предпринимательства	
5	Тема 2 Основные технологические и организационные составляющие цифровой экономики	Блокчейн и криптовалюта, искусственный интеллект и Big Data интеллектуальная аналитика интернет вещей, аддитивные технологии (3D), роботизация и др., дополненная реальность в бизнесе, нейронные сети и экспертные системы, Распознавание речи и образов, машинное обучение. Платформы цифровой экономики. Основные направления эволюции интернет-торговли. Омниканальная (интегрированная) модель	Р, УО, Т
6	Тема 3 Модели электронного бизнеса. Основы бизнес-моделирования.	Успешные модели электронного бизнеса. Модель бизнес-процессов Интернет-магазина. Интернет-магазины в структуре оффлайнового торгового бинеса. Информационная архитектура фронт-офиса. Методы представления информации о товаре	ДЗ, Т, УО
7	Тема 4 Цифровой маркетинг. Понятие и основные инструменты цифрового маркетинга.	Роль коммуникаций для успеха цифрового маркетинга: социальные сети, мессенджеры. Основные факторы продвижения интернет-магазина. Способы организации доставки товара потребителю. Реклама в интернет.	ДЗ, Т, УО
8	Тема 5. Цифровые платформы.	Сущность и особенности организации деятельности. Виды цифровых платформ. Концепция сборки цифровых платформ: создание экосистемы работы с различными типами	

		контрагентов в рамках цифрового бизнеса. Риски интернет-платформ для традиционного бизнеса	
9	Тема 6. Цифровые финансовые технологии.	Сущность и виды финансовых технологий. Криптовалюты: сущность и особенности применения. Краудфинансирование: разновидности и практика использования. Бизнес-стратегии финансово-технологических компаний.	ДЗ, Т, УО

УО- опрос, Т - тест, ДЗ – домашнее задание, ТК – текущий контроль

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Тема 1 Цифровая экономика: сущность и основные понятия.	20	2	4		14
2	Тема 2 Основные технологические и организационные составляющие цифровой экономики	23	2	6		15
3	Тема 3 Модели электронного бизнеса. Основы бизнес-моделирования.	26	2	6		16
4	Тема 4 Цифровой маркетинг. Понятие и основные инструменты цифрового маркетинга.	26	4	6		16
5	Тема 5. Цифровые платформы.	26	4	6		16
6	Тема 6. Цифровые финансовые технологии.	25	3	6		16
	Итого:	**144**	**17**	**34**		**93**

4.4. Самостоятельная работа студентов

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетен-ции(й)

Тема 1 Цифровая экономика: сущность и основные понятия.	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Самостоятельное изучение	14	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Тема 2 Основные технологические и организационные составляющие цифровой экономики	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	15	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Тема 3 Модели электронного бизнеса. Основы бизнес-моделирования.	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	16	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Тема 4 Цифровой маркетинг. Понятие и основные инструменты цифрового маркетинга.	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Самостоятельное изучение	16	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Тема 5. Цифровые платформы.	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	16	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Тема 6. Цифровые финансовые технологии.	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	16	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3
Итого в 1-м семестре:			93	

4.5. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.6. Содержание практических занятий

№ занятия	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Кол-во часов	Форма текущего контроля

1	Тема 1 Цифровая экономика: сущность и основные понятия.	Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России. Цифровой бизнес: сущность, отличия от традиционного бизнеса, преимущества и недостатки. Цифровые, традиционные и переходные торговые предприятия. Технологические инновации в деятельности цифрового бизнеса: виртуализация, информатизация, автоматизация. Организационные инновации: переход к сетевой модели функционирования. Перспективные направления цифрового предпринимательства	4	УО, Т, ДЗ
2	Тема 2 Основные технологические и организационные составляющие цифровой экономики	Блокчейн и криптовалюта, искусственный интеллект и Big Data интеллектуальная аналитика интернет вещей, аддитивные технологии (3D), роботизация и др., дополненная реальность в бизнесе, нейронные сети и экспертные системы, Распознавание речи и образов, машинное обучение. Платформы цифровой экономики. Основные направления эволюции интернет-торговли. Омниканальная (интегрированная) модель	6	Д, УО, Т
3	Тема 3 Модели электронного бизнеса. Основы бизнес-моделирования.	Успешные модели электронного бизнеса. Модель бизнес-процессов Интернет-магазина. Интернет-магазины в структуре оффлайнового торгового бинеса. Информационная архитектура фронт-офиса. Методы представления информации о товаре	6	ДЗ, Т, РГЗ

4	Тема 4 Цифровой маркетинг. Понятие и основные инструменты цифрового маркетинга.	Роль коммуникаций для успеха цифрового маркетинга: социальные сети, мессенджеры. Основные факторы продвижения интернет-магазина. Способы организации доставки товара потребителю. Реклама в интернет.	6	ДЗ, Т, УО
5	Тема 5. Цифровые платформы.	Сущность и особенности организации деятельности. Виды цифровых платформ. Концепция сборки цифровых платформ: создание экосистемы работы с различными типами контрагентов в рамках цифрового бизнеса. Риски интернет-платформ для традиционного бизнеса	6	ДЗ, РГЗ, УО
6	Тема 6. Цифровые финансовые технологии.	Сущность и виды финансовых технологий. Криптовалюты: сущность и особенности применения. Краудфинансирование: разновидности и практика использования. Бизнес-стратегии финансово-технологических компаний.	6	ДЗ, Т, УО

Т – тестирование; Д – доклад; Д/П – доклад с презентацией; Э – эссе; К – кейсы; РГЗ – расчетно-графическое задание, ДЗ – домашнее задание; О – опрос по теме.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа).

Курсовой проект не предусмотрен учебным планом.

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

1. Лапидус, Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лапидус. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 381 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16- 013607-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1037922

2. Мрочковский, Н.С., Стратегическое планирование перспектив развития моделей управления организациями в цифровой экономике: монография / Н.С. Мрочковский. — Москва: Русайнс, 2021. — 92 с. — ISBN 978-5-4365-8717-2. — URL:https://book.ru/book/942038

3. Развитие экономических систем в цифровой экономике: маркетинг, сфера услуг, логистика: монография / А.А. Чухлебов, О.В. Чкалова, В.В. Цимбаев [и др.]; под ред. И.Б.

Стукаловой, Р.Р. Сидорчука, О.В. Сагиновой, М.Э. Сейфуллаевой, Н.А. Зайцевой. — Москва: Русайнс, 2020. — 261 с. — ISBN 978-5-4365-6619-1. — URL: https://book.ru/book/939356

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации – отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Развитие предпринимательства: инновации, технологии, инвестиции: монография / под ред. М.А. Эскиндарова. — 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 352 с. - ISBN 978-5-394-04140-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1232452

2. Эскиндаров, М.А. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез: монография / под общ. ред. М.А. Эскиндарова. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 641 с. - ISBN 978-5-394-04272-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1428079

3. Современные тенденции развития цифровой экономики. Реалии, проблемы и влияние на финансы: монография / Г.Г. Кочетова, Е.А. Якунина, В.В. Лысак [и др.]; под ред. И.В. Политковской, Т.А. Шпилькиной, М.А. Жидковой, М.А. Федоровой, В.Б. Фроловой. — Москва: Русайнс, 2019. — 37 с. — ISBN 978-5-4365-3891-4. — URL:https://book.ru/book/934466

Нормативные правовые документы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012.

2. Паспорт федерального проекта «Цифровые технологии» (утв. президиумом Правительственной комиссии по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности, протокол от 28.05.2019 №9) – Текст: электронный // СПС «Гарант». – URL: https://base.garant.ru/72302274/

3. О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации Указ Президента РФ от 01.12.2016 N 642 – Текст: электронный // СПС «КонсультантПлюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/ cons_doc_LAW_207967.

4. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 08 декабря 2011 г. № 2227-р – Текст: электронный // СПС «Гарант». – URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart https://www.iprbookshop.ru/
2. Электронно-библиотечная система «Консультант Студента» studentlibrary.ru
3. ООО «ИВИС» http://www.ivis.ru/index.htm

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины. Обучение по дисциплине «Бизнес-планирование» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, практические/семинарские занятия).

2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, практическим/ практическим занятиям, тестам/рефератам/докладам/эссе, и иным формам письменных работ, выполнение анализа кейсов, индивидуальная консультация с преподавателем).

3. Интерактивные формы проведения занятий (коллоквиум, лекция-дискуссия, групповое решение кейса и др.формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому/ семинарскому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Для понимания и качественного усвоения курса рекомендуется следующая последовательность действий обучающегося:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).

2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).

3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).

4. При подготовке к практическому/ семинарскому занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры.

Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 практические ситуации.

Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций. Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям.

Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения. Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать литературу, которую рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся по подготовке к практическим/семинарским занятиям. На практических/семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Ознакомление с планом практического/семинарского занятия, который отражает содержаниепредложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать литературу;
4. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;
5. Ответить на вопросы плана практического/семинарского занятия;
6. Выполнить домашнее задание;
7. Проработать тестовые задания и задачи;
8. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы. Цель организации самостоятельной работы по дисциплине - это углубление и расширение знаний в области порядка составления и разработки бизнес-планов; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины.

Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности. Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Самостоятельная работа реализуется:

– непосредственно в процессе аудиторных занятий на лекциях, практических занятиях;

– в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

– в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Подготовка к практическому занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить реферат и выступить с ним на практическом занятии.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем

На занятиях используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов, а также на практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks»)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Проблемы современной экономики»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.05

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Проблемы современной экономики» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Проблемы современной экономики» являются развитие и обогащение знаний магистров об особенностях и специфики современных проблем экономической науки, в формировании у магистров знаний, умений и навыков, необходимых для осуществления научно-исследовательской деятельности в сфере наиболее значимых направлений современной теоретической и прикладной экономики, в формировании устойчивой потребности в научных изысканиях.

Задачи:

Задачи данной дисциплины заключаются в комплексном изучении теоретических, методических и организационных вопросов реализации современных проблем в экономике. Задачи включают: изучение новых положений в практической экономике; изучение развитие новых сфер экономики и изменение структуры экономики; изучение влияние политики на экономику.

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

В совокупности с другими дисциплинами базовой части учебного плана дисциплина «Проблемы современной экономики» направлена на формирование следующих **универсальные компетенции (УК)** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	**Знать:** - природу и сущность экономических явлений и процессов, разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; - сущность и диалектику взаимосвязи законов и принципов экономической - науки; - основные результаты новейших исследований, опубликованные в ведущих профессиональных журналах по проблемам современной экономической науки;
		Уметь: - демонстрировать способность анализировать и устанавливать взаимосвязи между идеями

		прошлого и современной экономической наукой; - ставить задачи в области методологии экономической науки, готовить научные статьи в этой области; - свободно ориентироваться в современных идейно-теоретических и экономико-политических дискуссиях.
		Владеть: - навыками анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия, организации и проведения научных дискуссий и междисциплинарного взаимодействия экспертов; - методикой и методологией проведения научных исследований в профессиональной сфере; - навыками поиска и использования информации об экономических концепциях в разрезе исторических эпох и направлений (школ) экономической мысли;

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Проблемы современной экономики» относится к дисциплинам обязательной базовой части учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	1 семестр	Всего

Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**51**	**51**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**111**	**111**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	17	17
Реферат (Р)	20	20
Эссе (Э)	10	10
Самостоятельное изучение разделов	10	10
Экзамен	Экзамен-54	54

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Основные проблемы российской экономики на современном этапе.	Основные проблемы российской экономики на современном этапе: государство и рынок в современных условиях хозяйствования; финансовая стабилизация; современные проблемы безработицы; состояние социальной сферы; инфляция; проблемы развития малого бизнеса; проблемы ветшания инфраструктуры; проблемы диверсификации экономики; проблемы нефтезависмости экономики; проблемы бюрократии и коррупции и др. Краткая характеристика современного состояния экономики и перечисленных основных проблем. Методы и средства государственного регулирования экономики.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Проблемы устойчивого развития экономики России и ее экономической безопасности.	Национальная экономическая безопасность, ее понятие и значение. Основные угрозы экономической безопасности – внутренние и внешние угрозы. Концепция и стратегия экономической безопасности. Принципы национальной экономической безопасности. Задачи национальной экономической безопасности. Устойчивое развитие экономики, понятие и значение. Модель устойчивого развития. Система сбалансированных показателей, состав,	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

		структура, значение. Стратегическая карта, ключевые показатели эффективности устойчивого развития экономики. Опережающие индикаторы устойчивого развития. Финансовые и нефинансовые институты развития. Электронное правительство и эффективность его деятельности.	
3.	Проблемы международной интеграции экономики России.	Понятие международной экономической интеграции, задачи, цели и значение. Факторы интеграции Типы экономической интеграции, их особенности Примеры интеграции. Основные направления участия России в процессах международной интеграции. Свободные экономические зоны, примеры их создания в России. ВТО, создание, перспективы, Преимущества и недостатки вступления в ВТО.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Денежно-кредитная политика, ее типы и инструменты.	Сущность денежно-кредитной системы и ее формы. Регулирование денежно-кредитной системы. Денежнокредитная политика государства, ее составные части и цели. Объекты, субъекты и предмет денежно-кредитной политики. Принципы денежно-кредитной политики. Номинальный якорь денежно-кредитной политики. Формы якоря. Таргетирование. Операционная цель и инструменты денежно-кредитной политики. Методы денежнокредитной политики. Правила денежно-кредитной политики.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
5.	Современные тенденции развития банковской системы	Сущность банковской системы, ее структура. Функции банковской системы и ее признаки. Типы банковских систем. Бюро кредитных историй. Агентство по страхованию вкладов. Банковская инфраструктура. История создания банков. Оценка потребителями работы коммерческих банков. Кибермошенничество и его угрозы. Направления развития банковской системы России. Проблемы функционирования банковской системы на современном этапе	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
6.	Проблемы антиинфляционного регулирования в экономике.	Понятие инфляции, ее значение. Истрия термина. Темп инфляции. Виды и причины инфляции. Последствия инфляции. Методы измерения инфляции. Моделирование инфляции. Антиинфляционная политика государства. Антиинфляционные стратегия и тактика. Пути борьбы с инфляцией. Политика фирм в борьбе с инфляцией	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

7.	Налоговая система России и основные пути ее совершенствования налоговой системы.	Налоговая система России, ее структура, ее значение. Налоги и сборы, понятие, сходства, отличия. Признаки налогов. Функции налогов. Принципы налогообложения. Действующая система налогов и сборов. Элементы налогообложения. Виды налоговых ставок. Налоговые льготы и их классификация. Методы налогообложения. Налоговая политика государства. Налоговый механизм, его сущность и структура. Проблемы современной налоговой системы и направления ее совершенствования	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
8.	Аспекты функционирования и поддержки малого бизнеса	Понятие малого бизнеса. Сущность и критерии отнесения предприятий к малому бизнесу. Сравнительная характеристика малого бизнеса в России и зарубежных странах. Малые предприятия по видам экономической деятельности. Преимущества и риски малого бизнеса. Система и программы поддержки малого бизнеса. Бизнеснавигатор МСП, его разделы и значение.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
9	Социальная политика и развитие человеческого капитала	Социальная политика, ее понятие и значение. Составные части социальной политики. Цель социальной политики и эволюция развития социальной политики. Формы реализации социальной политики. Стратегия социальной политики. Принципы социальной политики. Функции социальной политики. Методы социальной политики и ее правовое обеспечение. Основные проблемы современной социальной политики. Рынок труда и занятость	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные проблемы российской экономики на современном этапе.	18	2	2	–	12

2.	Проблемы устойчивого развития экономики России и ее экономической безопасности.	18	2	4	-	12
3.	Проблемы международной интеграции экономики России.	18	2	4		12
4.	Денежно-кредитная политика, ее типы и инструменты.	18	2	4		12
5.	Современные тенденции развития банковской системы	18	2	4		12
6.	Проблемы антиинфляционного регулирования в экономике.	18	2	4	-	12
7.	Налоговая система России и основные пути ее совершенствования налоговой системы.	18	2	4	_	12
8.	Аспекты функционирования и поддержки малого бизнеса	18	2	4	–	12
9.	Социальная политика и развитие человеческого капитала	20	1	4		15
	Всего	**108**	**17**	**34**	–	**111**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (1 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Основные проблемы российской экономики на современном этапе.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Проблемы устойчивого развития экономики России и ее экономической безопасности.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3

Проблемы международной интеграции экономики России.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Денежно-кредитная политика, ее типы и инструменты.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Современные тенденции развития банковской системы	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3

Проблемы антиинфляционного регулирования в экономике.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Налоговая система России и основные пути ее совершенствования налоговой системы.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Аспекты функционирования и поддержки малого бизнеса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3

	занятия, подготовка к РК			
Социальная политика и развитие человеческого капитала	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	15	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3
Всего часов			**111**	

4.5. Практические занятия (3 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	2
2-3	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
4-5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
6-7	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
8-9	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4

10-11	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
12-13	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
14-15	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4
16-17	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	4

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Ильин, В. В. Цифровая экономика: практическая реализация: методическое пособие / В. В. Ильин. — Москва: Интермедиатор, 2020. — 201 с. — ISBN 978-5-91349-074-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96468.html
2. Косоруков, А. А. Цифровое государственное управление: учебное пособие / А. А. Косоруков. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 226 с. — ISBN 978-5-4497-1472-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117051.html

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
1.	Основные проблемы российской	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Домашние задания Реферат Устный опрос	7 32 25

	экономики на современном этапе.	УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7 100 60
2.	Проблемы устойчивого развития экономики России и ее экономической безопасности.	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
3.	Проблемы международной интеграции экономики России.	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
4.	Денежно-кредитная политика, ее типы и инструменты.	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

		особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры		
5.	Современные тенденции развития банковской системы	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
6.	Проблемы антиинфляционного регулирования в экономике.	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
7.	Налоговая система России и основные пути совершенствования налоговой системы.	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
8.	Аспекты функционирования и поддержки малого бизнеса	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	

		взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Экзаменационные материалы	
9.	Социальная политика и развитие человеческого капитала	УК-5.1- Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2- Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач УК-5.3 - Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

Темы рефератов

по дисциплине «Проблемы современной экономики»

Тематика рефератов

1. Понятие социально-экономической системы. Структура экономической системы. Типы систем.
2. Основные направления, школы и концепции экономической науки конца XX - начала XX1 в.
3. Современное развитие классических учений в экономической науке.
4. Теории социально-экономических последствий современной научнотехнической революции.
5. Маржинальная революция.
6. Актуальные проблемы институциональной теории.
7. Особенности рыночных институтов в переходной экономике.
8. Проблемы развития рыночных институтов в рыночной экономике.
9. Теоретические аспекты эффективности фирмы в экономике.
10. Экономическая природа фирмы. Стихийный и планомерный порядок. Концепция минимального эффективного размера.
11. Пути минимизации издержек. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде.
12. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
13. Особенности ценообразования в условиях олигополии.
14. Картелеподобные структуры.
15. Ценообразование по принципу «издержки плюс».
16. Издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция.
17. Государство, его экономические функции и сферы интересов.
18. Объекты государственного регулирования. Инструменты государственного вмешательства в экономику.
19. Правительственные учреждения и их влияние на микрорынки.
20. Внешние эффекты (экстерналии) и экономическое регулирование.
21. Цели экономической политики. Взаимосвязь отдельных целей.
22. Глобальное регулирование экономики.
23. Макро-равновесие и экономический рост.
24. Количественный и качественный рост.

25. Экологические, технологические, демографические и социальные преграды экономического роста.
26. Государственное регулирование экономического роста.
27. Методологические проблемы исследования переходной экономики.
28. Понятие переходной (трансформационной) экономики.
29. Формы и методы протекания экономических процессов в переходной экономике.
30. Реформы в переходный период.
31. Варианты системных реформ в переходной экономике.
32. Шоковая терапия и градуализм.
33. Проблемы экономической политики в переходной экономике.
34. Закономерности переходной экономики.
35. Цели реформирования в переходной экономике.
36. Международная экономическая интеграция. Основные интеграционные группировки.
37. Глобализация мировой экономики.
38. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности.
39. Таможенно-тарифное и нетарифное регулирование. Программы развития внешнеторговой деятельности.

Вопросы для подготовки к устному опросу
по дисциплине «Проблемы современной экономики»

1. Что такое современность?
2. Какие методы и подходы Вы знает при изучении науки?
3. Источники получения информации о проблемах в экономике?
4. Основные тенденции развития экономики.
5. Закономерности развития проблем в экономике с странах с различными укладами.
6. Какие новые открытия сделаны в экономической науке?
7. Какие дисциплины экономической науки носят междисциплинарный характер?
8. Какие показатели используют для оценки экономического развития страны?
9. С какой целью необходим мониторинг основных показателей развития страны?
10. Как технологии влияют на экономику страны?.

Темы для эссе
по дисциплине «Проблемы современной экономики»

Эссе должно быть подготовлено по следующей схеме:
- Введение-идея
- проблематизация вопроса;
- Общий тезис: с разбивкой на «подтезисы», которыми доказывается общий тезис;
- Основная часть – идея-доказательства тезиса;
- Заключение-идея-формулирование выводов.

Объем эссе 3-5 страниц машинописного текста.

1. Наука как социальный институт.
2. Определения предмета экономических исследований в различных научных школах.
3. Вклад российских ученых в развитие мировой экономической науки.

4. Национальные особенности российской экономической мысли
5. Экономическая система общества.
6. Философия экономики: что необходимо знать экономисту из философии науки.
7. Формы организации научной деятельности.
8. Проблемы повышения эффективности отечественной экономической науки
9. Экономические законы: их сущность и диалектика взаимосвязи.
10. Математизация экономики.
11. Современные технологии в экономической науке
12. Проблемы прогнозирования
13. Неверифицируемость теорий как признак кризиса экономической науки: правда или вымысел
14. Экономическая теория - основа социальных прогнозов и управленческих решений
15. Социальная роль экономической науки
16. Экономика и проблема взаимодействия наук.
17. Психологические проблемы в современной экономической науке
18. Нобелевские ученые по экономике и их вклад в экономическую науку.
19. Информационное общество: содержание, формы проявления, перспективы развития 20. Компьютерные технологии в экономической науке
21. Россия в контексте глобализации и информатизации
22. Методология экономического анализа
23. Стимулирование научных исследований в РФ.
24. Проблемы развития инновационной экономики.
25. Формирование институциональной региональной среды
26. Поведенческая экономика и современные тенденции эволюции института собственности
27. Приоритетность критериев эффективности при проектировании законодательства
28. Россия в глобальной экономике знаний и трансформации
29. Противоречия и последствия глобализации
30. Социально-экономические модели экономического обустройства в различных странах и выбор России

Самостоятельная работа по дисциплине
«Проблемы современной экономики**»**

Задания для самостоятельной работы
1. Изучить теорию ассиметричной информации.
2. Рассмотреть методы психологических исследований в экономике.
3. Эмпирический анализ рыночных механизмов.
4. Ознакомиться с теорией оптимальных механизмов распределения ресурсов
5. История становления микроэкономической науки в работах нобелевских лауреатов
6. Ознакомление с основными Нобелевскими лауреатами XXI в.
7. Основные концепции разработанные Акерлофом Дж., Канэманом Д., Смитом В., Ауманом Р., и др.
8. Вывод основных положений из работ Нобелевских лауреатов

План семинарского занятия
1. Проблемы микроэкономической науки в работах нобелевских лауреатов
2. Ознакомление с основными Нобелевскими лауреатами XXI в.

3. Основные концепции разработанные Акерлофом Дж., Канэманом Д., Смитом В., Ауманом Р., и др.
4. Вывод основных положений из работ Нобелевских лауреатов

Контрольные вопросы для самопроверки
1. Перечислите основных Нобелевских лауреатов
2. Какой вклад они внесли в макроэкономику XXI в.?
3. Кратко раскройте тему работы Смита В.?
4. Охарактеризуйте работу Аумана Р.?

Тема 1.2. Современные теории монополистической конкуренции и олигополии
Задания для самостоятельной работы
1. Ознакомиться с понятием монополистической конкуренции.
2. Понятие олигополии.
3. Изучите современные теории монополии и олигополии.
4. Совершенная конкуренция: понятие и признаки.
5. Современные теории определения объема продукции в условиях монополистической конкуренции.
6. Социальная цена монополии.
7. Современные модели олигополии.
8. Олигополистические ценовые войны.

План семинарского занятия
1. Современные теории определения объема продукции в условиях монополистической конкуренции.
2. Социальная цена монополии.
3. Современные модели олигополии.
4. Олигополистические ценовые войны.
Контрольные вопросы для самопроверки
1. Олигополистические ценовые войны.
2. Современные теории определения объема продукции в условиях монополистической конкуренции.
3. Социальная цена монополии.
4. Современные модели олигополии.

Модуль 2. Современные макроэкономические проблемы

Тема 2.1 Развитие макроэкономической науки в трудах Нобелевских лауреатов по экономике XXI в
Задания для самостоятельной работы
1. Изучить становление макроэкономической науки.
2. Рассмотреть основные концепции Нобелевских лауреатов.
3. История становления макроэкономической науки в работах нобелевских лауреатов.
4. Ознакомление с основными Нобелевскими лауреатами XXI в.
5. Основные концепции, разработанные Гренжером К., Энглом Р., Кидландом Ф.
6. Вывод основных положений из работ Нобелевских лауреатов

План семинарского занятия
1. История становления макроэкономической науки в работах нобелевских лауреатов.
2. Ознакомление с основными Нобелевскими лауреатами XXI в.

3. Основные концепции, разработанные Гренжером К., Энглом Р., Кидландом Ф. 4. Вывод основных положений из работ Нобелевских лауреатов

Контрольные вопросы для самопроверки
1. Что вы знаете о методах анализа временных рядов с общими трендами?
2. К каким научным новинкам ведут исследования Кидланда и Прескотта?
3. За что Фелпс Э. получил Нобелевскую премию?
4. Какие положения вы выделяете из исследований Эдмунда Фелпса?

Тема 2.2 Дискуссионные вопросы современной экономической политики государства

Задания для самостоятельной работы
1. Изучить макроэкономическую политику государства.
2. Государство, его экономические функции и сферы интересов.
3. Изучить эффективность экономической политики государства в открытой экономике
4. Рассмотреть совокупный спрос в открытой экономике.
5. Макроэкономическая политика государства.
6. Бюджетно-налоговая политика.
7. Модель открытой экономики с несовершенной мобильностью капитала и зависимостью чистого экспорта от дохода.

План семинарского занятия
1. Макроэкономическая политика государства.
2. Бюджетно-налоговая политика.
3. Модель открытой экономики с несовершенной мобильностью капитала и зависимостью чистого экспорта от дохода.

Контрольные вопросы для самопроверки
1. Перечислите цели и виды фискальной политики государства.
2. Государственный бюджет.
3. Что такое модель простого мультипликатора Кейнса?
4. Что такое мультипликатор сбалансированного бюджета.

Тема 2.3. Актуальные проблемы политики экономического роста.

Задания для самостоятельной работы
1. Ознакомиться с основными теориями экономических циклов.
2. Определить понятие цикла.
3. Изучить показатели цикла.
4. Типы, фазы, факторы, причин.
5. Роль резких изменений технологий.
6. Межвременное замещение в предложении труда.
7. Нейтральность денег.
8. Гибкость заработной платы и цен.

План семинарского занятия
1. Роль резких изменений технологий.
2. Межвременное замещение в предложении труда.
3. Нейтральность денег.
4. Гибкость заработной платы и цен.

Контрольные вопросы для самопроверки
1. В чем особенность неоклассической теории бизнес-цикла?
2. Объясните теорию несовершенной информации?
3. Что такое деловые шоки?

Тема 2.4. Современные проблемы мировой экономики
Задания для самостоятельной работы
1. Дать определение экономическому росту.
2. Определить причины роста реального выпуска в долгосрочном периоде, сценарии роста, показатели роста.
3. Изучить «Золотое правило накопления»
4. Исследовать результаты экономического роста.
5. Модели экономического роста
6. Модель Р. Солоу
7. Типы НТП

План семинарского занятия
1. Модели экономического роста.
2. Модель Р. Солоу.
3. Типы НТП.

Контрольные вопросы для самопроверки
1. Как действует «золотое правило» накопления?
2. В чем суть модели Е.Домара? 3. Что такое экономический рост?
Модуль 3. Проблемы трансформационной экономики (темы 3.1-3.3)
Задания для самостоятельной работы
1. Дать определение денежно-кредитной политике
2. Определить конечные и промежуточные цели денежно-кредитной политики
3. Назовите инструменты кредитно-денежной политики
4. Природа инфляции: монетарные и немонетарные концепции.
5. Анализ факторов российской инфляции.
6. Возможности инфляционного финансирования дефицита государственного бюджета.
7. Сеньораж.
План семинарского занятия
1. Природа инфляции: монетарные и немонетарные концепции.
2. Анализ факторов российской инфляции.
3. Возможности инфляционного финансирования дефицита государственного бюджета.
4. Сеньораж.
Контрольные вопросы для самопроверки
1. Что такое сеньораж?
2. Что такое инфляционный налог?
3. Назовите основные направления кредитно-денежной политики нашего государства?
4. Перечислите типы инфляции?

Вопросы к экзамену

1. Особенности и структура научного знания
2. Логика и закономерности развития науки.
3. Эволюция подходов к анализу научного знания.

4. Понятия закона, закономерности, гипотеза, теорема, модель, эффек.
5. Междисциплинарный подход в методологии современной науки.
6. Предмет, объект и метод экономического исследования.
7. Неточность и слабая форма экономических законов.
8. Отсутствие мировых Экономических констант.
9. Субъективный характер экономических рекомендаций.
10. Кризис объяснительной, прогностической и управленческих функций экономики.
11. Взаимосвязь и взаимозависимость общественных потребностей в науке и возможностей науки.
12. Роль прикладных исследований.
13. Проявление законов уменьшающейся предельной полезности и закона уменьшающейся предельной эффективности применительно к науке.
14. Современные теории монополистической конкуренции.
15. Экономический анализ информации.
16. Современные теории олигополии.
17. Современные проблемы теории ценности.
18. Современные теории экономического цикла.
19. Современные теории экономического роста.
20. Современные теории денежно-кредитной политики.
21. Современные исследования динамики обменных курсов.
22. Современные проблемы процесса конвергенции.
23. Макроэкономика открытой экономики.
24. Современные исследования в области трансакционных издержек.
25. Экономический анализ государства.
26. Современная теория организации.
27. Россия в глобальной экономике знаний и трансформации
28. Противоречия и последствия глобализации
29. Стимулирование научных исследований в РФ.
30. Проблемы развития инновационной экономики.
31. Формирование институциональной региональной среды
32. Социальная роль экономической науки
33. Экономика и проблема взаимодействия наук.
34. Психологические проблемы в современной экономической науке
35. Нобелевские ученые по экономике и их вклад в экономическую науку.
36. Информационное общество: содержание, формы проявления, перспективы развития
37. Компьютерные технологии в экономической науке
38. Россия в контексте глобализации и информатизации.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.2 Литература

7. Внешнеторговая деятельность: инфраструктурное обеспечение цифровизации экономики: учебное пособие / О. П. Кузнецова, С. Н. Кошкина, Е. Н. Гусарская, А. Н. Силаенков. — Омск: Омский государственный технический университет, 2020. — 128 с. — ISBN 978-5-8149-3148-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115414.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

8. Румянцева, Ю. Н. Правовые основы цифровизации экономики России: практикум / Ю. Н. Румянцева. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 66 с. — ISBN 978-5-

4497-1566-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119445.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/119445.

9. Поротькин, Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учебное пособие / Е. С. Поротькин. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 132 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122202.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/122202.

10. Цифровая экономика. Бизнес-процессы электронной таможни: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Таможенное дело», и направлению подготовки «Экономика» / В. Б. Мантусов, П. Н. Башлы, С. Н. Гамидуллаев [и др.]; под редакцией В. Б. Мантусова. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 416 с. — ISBN 978-5-238-03345-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/109242.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

11. Алешин, А. В. Взаимодействие разномасштабных субъектов бизнеса в региональной экономике: предпосылки, институты, механизмы / А. В. Алешин. — Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2010. — 144 с. — ISBN 978-5-9275-0726-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/46930.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

12. Дермот, Макализ Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация / Макализ Дремот; перевод О. А. Самошкина. — 4-е изд. — Москва: Лаборатория знаний, 2020. — 696 с. — ISBN 978-5-00101-839-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89016.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2 Периодические издания

5. Экономика и бизнес. Информационно-аналитический журнал
6. Экономика и предпринимательство. Информационно-аналитический журнал
7. Экономические отношения. Информационно-аналитический журнал
8. Экономические науки. Информационно-аналитический журнал.

11. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

5. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
6. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
7. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
8. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
9. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
10. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Проблемы современной экономики» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Проблемы современной экономики» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если

программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра финансов, кредита и антимонопольного регулирования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Цифровые финансовые технологии в бизнесе»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.06

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Финансы, кредит и антимонопольное регулирование», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» является формирование у обучающихся системных фундаментальных знаний о современных цифровых технологиях и инструментарии финансовой сфере, основных направлений развития цифровых финансовых технологий, о направлениях и перспективах цифровизации в сфере общественных финансов, о потенциале цифровых платформ и результатах их внедрения.

Задачи:

- выявление и оценка основных проблем развития финансовых отношений в условиях цифровой экономики;
- оценка современных тенденций развития цифровой экономики;
- изучение особенностей использования цифровых финансовых технологий в финансово-бюджетной сфере;
- изучение особенностей использования финансовых технологий в организациях нефинансового сектора;
- использование интегрированной телекоммуникационной среды передачи данных;
- создание стандартных интерфейсов для взаимодействия информационных ресурсов с другими (внешними) системами в рамках системы «Электронный бюджет», основанных на открытых промышленных стандартах межсистемного взаимодействия.

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

В совокупности с другими дисциплинами базовой части учебного плана дисциплина «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» направлена на формирование следующих **универсальные компетенции (УК)** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1- Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса	**Знать:** - современные информационные технологии соответствующие содержанию FinTech-компаний и их профессиональных задач.
		Уметь: - выбирать инструментарий обработки и анализа данных инноваций на рынке платежных услуг.
		Владеть:

		навыками использования программного обеспечения соответствующего требованиям цифровых технологий на финансовом рынке
	УК-1.2- Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	**Знать:** - основные модели архитектуры информационных систем финансовой инфраструктуры
		Уметь: - разрабатывает модели архитектуры информационных систем при оценке и анализе рисков киберстрахования
		Владеть: - навыками применения инструментальных средств моделирования Suptech и Regtech технологий
	УК-1.3 - Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения	**Знать:** - базовые банковские цифровые продукты и услуги
		Уметь: - охарактеризовать финансовые продукты и услуги на краудфандинговых площадках
		Владеть: - навыками использования страховых и инвестиционных продуктов и услуг для финансирования бизнеса

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» относится к дисциплинам обязательной базаовой части учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

4. **Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	3 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**51**	**51**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**57**	**57**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	17	17
Реферат (Р)	20	20
Эссе (Э)	10	10
Самостоятельное изучение разделов	10	10
Экзамен	Экзамен-36	36

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Понятие FinTech: направления его развития.	Основные понятия и принципы финансовых технологий. Цифровые финансовые технологии. Правовые основы регулирования и использования финансовых технологий. Цифровые финансовые технологии: сущность и виды. Технологическое развитие: исторические вехи и современность. Особенности современного рынка финансовых технологий.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.	Платежная система и виртуальная валюта. Мобильный банкинг как инновация платежной системы. Электронная коммерция.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

			Экзаменационные материалы
3.	Развитие цифровых технологий на финансовом рынке.	Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: BigData и SmartData. Мобильные технологии. Искусственный интеллект, роботизация и машинное обучение. Биометрия. Технология распределенных реестров. Открытые интерфейсы (Open API). Экономические основы технологии распределенных реестров хранения информации (блокчейн). Преимущества и проблемы применения блокчейна. Криптовалюты: история и классификация. регулирование криптовалют в различных странах. Перспективы и риски применения криптовалют в финансовой системе государства.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Создание и развитие финансовой инфраструктуры.	Платформа для удаленной идентификации. Платформа быстрых платежей. Платформа-маркетплейс для финансовых услуг и продуктов. Платформа для регистрации финансовых сделок. Система передачи финансовой информации. Сквозной идентификатор клиента. Платформа для облачных сервисов. Платформа на основе технологии распределенных реестров.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
5.	Киберстрахование	Понятие и особенности киберрисков, кибератаки и киберпреступлений. Способы защиты от киберрисков. Особенности организации киберстрахования и методов оценки страхового риска. Анализ киберрисков в мире и России. Анализ киберпреступлений в мире и России. Анализ развития киберстрахования в мире и России.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
6.	Основные направления развития технологий Suptech и Regtech.	Международный опыт внедрения SUPTECH- и REGTECH-решений. Сферы применения SupTech. Сферы применения RegTech. Цели и задачи внедрения SUPTECH И REGTECH на российском финансовом рынке	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
7.	Концепция цифрового рубля.	Ключевые преимущества цифрового рубля. Выбор модели цифрового рубля. Модель D –	Домашние задания

		двухуровневая розничная модель цифрового рубля. Примеры операций с цифровым рублем. Влияние цифрового рубля на денежно-кредитную политику и финансовую стабильность	Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
8.	Краудфандинг и финансирование бизнеса	Краудфандинг как инструмент для ведения бизнеса. Плюсы краудфандинга. Минусы краудфандинг. Краудфандинг как новый метод финансирования инвестиций. Краудсорсинг. Краудлендинг. Краудинвестинг.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие FinTech: направления его развития.	13	2	4	–	7
2.	Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.	13	2	4	-	7
3.	Развитие цифровых технологий на финансовом рынке.	13	2	4		7
4.	Создание и развитие финансовой инфраструктуры.	13	2	4		7
5.	Киберстрахование	13	2	4		7
6.	Основные направления развития технологий Suptech и Regtech.	13	2	4	-	7
7.	Концепция цифрового рубля.	13	2	4	–	7
8.	Краудфандинг и финансирование бизнеса	17	3	6	–	8
	Всего	**108**	**17**	**34**	–	**57**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (6 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетенций
Понятие FinTech: направления его развития.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Развитие цифровых технологий на финансовом рынке.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Создание и развитие финансовой инфраструктуры.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3

	реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Киберстрахование	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Основные направления развития технологий Suptech и Regtech.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Концепция цифрового рубля.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3

	реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Краудфандинг и финансирование бизнеса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3
Всего часов			**57**	

4.5. Практические занятия (3 семестр).

№ тем	*Тематика лабораторных занятий*	*Количество часов*
1-2	Понятие FinTech: направления его развития.	4
3-4	Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.	4
5-6	Развитие цифровых технологий на финансовом рынке.	4
7-8	Создание и развитие финансовой инфраструктуры.	4
9-10	Киберстрахование	4
11-12	Основные направления развития технологий Suptech и Regtech.	4
13-14	Концепция цифрового рубля.	4
15-17	Краудфандинг и финансирование бизнеса	6

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Ильин, В. В. Цифровая экономика: практическая реализация: методическое пособие / В. В. Ильин. — Москва: Интермедиатор, 2020. — 201 с. — ISBN 978-5-91349-074-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/96468.html

2. Косоруков, А. А. Цифровое государственное управление: учебное пособие / А. А. Косоруков. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 226 с. — ISBN 978-5-4497-1472-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117051.html

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
10.	Понятие FinTech: направления его развития.	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения. УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий. УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7 32 25 7 100 60
11.	Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения. УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

		УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения		
12.	Развитие цифровых технологий на финансовом рынке.	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения. УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий. УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
13.	Создание и развитие финансовой инфраструктуры.	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения. УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий. УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
14.	Киберстрахование	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

		УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий. УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения		
15.	Основные направления развития технологий Suptech и Regtech	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения. УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий. УК-1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
16.	Концепция цифрового рубля.	УК-1.1. Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
17.	Краудфандинг и финансирование бизнеса	УК-1.2. Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

Темы рефератов

по дисциплине «Цифровые финансовые технологии в бизнесе»

Тематика рефератов

40. Понятие «финансовые технологии (финтех)».
41. Предпосылки развития финансовых технологий. Основные тенденции развития финансовых технологий в России и мире.
42. Мошеннические схемы в платежной сфере с использованием финтех.
43. Поддержка развития финансовых технологий государством в различных странах. Причины оказания государственная поддержки в данной сфере.
44. Суть биткоина как технологии.
45. Понятие краудфандинга. Примеры реализации проектов краудфандинга.
46. Основы интернет-банкинга. Сетевые технологии интернет-банкинга.
47. Электронные деньги и их использование в хозяйственном обороте.
48. Государственная политика в области финансовой грамотности и финансовой вовлеченности пользователей финансовых услуг.
49. Трансформация платежных инструментов и их использование на современном этапе развития.
50. Платежная система TARGET2 и ее роль на рынке Евросоюза.
51. Межбанковские платежные системы: их роль и значение (на примере зарубежных стран).
52. Понятие виртуальной валюты. Классификация виртуальных валют.
53. Небанковские организации и их роль в развитии платежной индустрии (на примере России или зарубежных стран).
54. Защита прав потребителей финансовых услуг.
55. Системно-значимые и социально-значимые платежные системы. Критерии, их роль и место в национальной платежной системе России.
56. Риски и риск-менеджмент в платежных системах. Методы управления рисками в платежных системах: системный риск; операционный риск; кредитный риск; репутационный риск.
57. Нормативно-правовое регулирование создания, выпуска, хранения и обращения цифровых финансовых активов.
58. Технология передачи финансовой информации SWIFT и ее использование в межбанковских расчетах и в платежных системах.
59. Fintech и основные тренды платежной индустрии.
60. Индустрия денежных переводов: современное состояние и тенденции развития (на примере России или зарубежных стран).
61. Клиринг и расчеты в платежных системах.
62. Потенциальные риски противоправного использования виртуальных валют.
63. Эффективность технологии m-payment, m-banking по сравнению с традиционными каналами обслуживания клиентов.
64. Особенности институциональной инфраструктуры платежных систем России.
65. Электронная коммерция и основные тенденции ее развития в мире.
66. Политика в области противодействия легализации незаконных доходов и меры ее регулирования.
67. Особенности финансовых технологий в финансовом секторе.
68. Специфика финтеха в нефинансовых секторах.
69. Особенности этапа разработки финансовых технологий в финансовом секторе.
70. Концепция цифрового рубля.
71. Основные направления цифровой трансформации.

Вопросы для подготовки к устному опросу
по дисциплине «Цифровые финансовые технологии в бизнесе»

12. Инструменты правового регулирования в области цифровых финансов: отечественный и международный аспекты.
13. Формы финансового управления в России и за рубежом, основанные на использовании возможностей перспективных цифровых технологий.
14. Цифровые модели взаимодействия участников финансово-кредитных отношений на международном уровне.
15. Криптоподходы к финансовым отношениям: классика финансов в цифровой экономике зарубежных стран.
16. Технологическая и правовая защищённость в условиях глобальной цифровизации финансовых рынков.
17. Основные показатели развития финансовой сферы экономики отдельных стран с применением информационно-коммуникационных технологий.
18. Международная практика управления цифровыми финансовыми потоками.

Кейс-задания
по дисциплине «Цифровые финансовые технологи в бизнесе»

Кейс-задание 1:

Проанализируйте материал источника «Обзор отрасли финансовых технологий» по результатам исследований E&Y от 23 декабря 2016 г. по ссылке https://fs.moex.com/files.

Подготовьте ответы на следующие вопросы:

1) Что такое финтех? Каковы предпосылки развития финтеха? Какие технологии наиболее востребованы и в каких странах?

2) Приведите 2 примера успешных компаний, внедривших проекты финтеха.

3) Назовите основные тенденции развития финансовых технологий в мире? Как развития финтеха поддерживается различными государствами? Почему оказывается государственная поддержка?

4) Как развивается финтех в России? Каковы масштабы проникновения интернета в мире? В России (регионах)? Каковы масштабы проникновения мобильной телефонии в мире? В России (регионах)?

5) Что такое электронная коммерция? Каковы основные тенденции развития электронной коммерции в мире?

6) Что такое онлайн эквайрин? Каковы принципы регулирования и модели бизнеса агрегаторов платежных систем в России? Каковы драйверы российского рынка онлайн-эквайринга?

7) Что такое мобильный эквайрин? Каковы тенденции развития мобильного эквайринга в мире? Каковы тенденции развития мобильного эквайринга в России?

8) Что такое мобильная коммерция? Каковы основные тенденции развития мобильной коммерции в мире?

9) Каковы тенденции развития и основные участники рынка безналичных платежей переводов в России?

10) Каковы масштабы применения пластиковых карт в России в сравнении с другими странами мира?

11) Как развивается рынок переводов без открытия счета в России?

12) Что такое электронный кошелек? Что такое электронные фиатные деньги?

13) Этапы и предпосылки возникновения электронных денег? Как регулируются электронные деньги в России?

14) Каковы драйверы развития рынка электронных денег? Каковы перспективы развития рынка электронных денег? Приведите статистические данные.

15) Как развивается рынок мобильных платежей и переводов: направления и тенденции? Что такое технология NFC-платежей? Отличие от технологии Bluetooth.

Инструкция и/или методические рекомендации по выполнению:

Выделите в тексте документа и в вопросах ключевые слова и словосочетания и соотнесите их друг с другом.

Кейс-задание 2.

Зарегистрируйте электронный кошелек (Яндекс Webmoney) и пополните баланс Вашего сотового телефона на незначительную сумму. Проанализируйте условия работы электронного кошелька:

1) Какие типы кошельков существуют?

2) Опишите работу следующих ПО для управление кошельками: KeeperStandard (Mini); KeeperWinPro (Classic); KeeperWebPro (Light); KeeperMobile;Keeper для социальных сетей.

3) Расскажите о тарифах системы.

4) Каким образом поддерживается безопасность и конфиденциальность электронного кошелька?

5) Расскажите о кодексе системы WebMoneyTransfer.

6) Какое содержание имеют следующие соглашения: Соглашение о трансфере имущественных прав; Соглашение о борьбе с незаконной торговлей; Соглашение об использовании кредитного сервиса; Соглашения по WM-кошелькам.

7) Выделите основных субъектов системы, расскажите о них.

Кейс-задание 3.

Провести сравнительный анализ наличного и безналичного денежного оборота по странам мира и сделать выводы:

- Россия, США,
- Австрия, Таиланд
- Китай, Великобритания
- Казахстан, Италия,
- Швеция, ФРГ
- Корея, Финляндия
- Украина, Швейцария
- Япония, Норвегия
- Испания, ЮАР
- Гонконг, Канада
- Австралия, Бразилия
- Сингапур, Израиль
- По выбору студента (закрепляется преподавателем).

Тестовые задания по дисциплине

«Цифровые финансовые технологии в бизнесе»

Закрытого типа

Тема 1. Понятие FinTech: направления его развития.

1.Быстрорастущие наборы данных большого объема и инструменты для работы с ними:
а) Big Data
б) Искусственный интеллект
в) машинное обучение
г) блокчейн

2. Система или машина, которая может имитировать человеческое поведение для выполнения определенных задач.
а) Big Data
б) Искусственный интеллект
в) машинное обучение
г) блокчейн

3. Распределенная база данных, которая содержит информацию обо всех транзакциях, проведенных участниками системы.
а) Big Data
б) Искусственный интеллект
в) машинное обучение
г) блокчейн

4. Цифровое отображение реальных (физических) активов в распределенных реестрах.
а) токенизация активов
б) биометрия
в) СПБ
г) нет правильного ответа

5. Термин объединяющий технологии, позволяющие распознавать пользователя по биометрическим данным.
а) токенизация активов
б) биометрия
в) СПБ
г) нет правильного ответа

6. Переводы между физическими лицами:
а) токенизация активов
б) биометрия
в) СПБ
г) нет правильного ответа

7. Форма реализации электронного бизнеса по осуществлению коммерческих операций с преимущественным использованием электронных средств обмена данными посредством сетей электросвязи - это ... В данном случае под электронными средствами обмена данными понимаются сети телеграф, телефон, радиолинии, телевидение, сеть Интернет и др.
а) электронный бизнес (E-Business)
б) интернет-экономика (I-Economy)
в) электронная коммерция (E-Commerce)
г) электронная экономика (E-Economy)

8. Цифровые технологии изменяющие мир – это …

а) робототехника
б) цветные принтеры
в) 3D-печать
г) автоответчики

9. Цифровые технологии используются:
а) в областях электроники
б) в измерительных приборах
в) в приготовлении пищи
г) в математических расчетах

10. Цифровая трансформация – это…
а) обновление гаджетов руководства предприятия
б) использование современных технологий для кардинального повышения производительности и ценности предприятий
в) развитие клиентской базы
г) нет правильного ответа

Тема 2. Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.

11. Оператором по переводу денежных средств является:
а) Банк России;
б) физические и юридические лица, зарегистрированные на территории РФ;
в) физические лица, имеющие право на осуществление перевода денежных средств;
г) все ответы верны

12. Оператор по переводу денежных средств осуществляет перевод денежных средств, в форме:
а) безналичных расчетов;
б) наличных расчетов;
в) почтового перевода;
г) все ответы верны

13. Нормативно-правовой базой регулирования отношений в области национальной платежной системы выступают:
а) Конституция РФ, международные договора РФ, нормативно-правовые акты Правительства и Центрального Банка РФ;
б) ФЗ N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле, ФЗ N 115-ФЗ "О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма", нормативно-правовые акты Правительства и указы Президента РФ;
в) Постановления Правительства РФ, Распоряжения Министра финансов РФ, Федеральные законы и иные нормативно-правовые акты органов исполнительной власти РФ в области национальной платежной системы;
г) нет правильного ответа

14. Операционный центр, платежный клиринговый центр и расчетный центр это:
1. банковский платежный агент;
2. оператор услуг платежной инфраструктуры;
3. объекты платежной системы.
г) нет правильного ответа

15. Платежная система Банка России признается системно значимой платежной системой, так как:
а) соответствует Федеральному закону № 161"О национальной платежной системе";
б) соответствует хотя бы одному критерию системной значимости платежной системы;
в) соответствует нормативно-правовой базе финансового права;
г) нет правильного ответа

Вопросы к экзамену

39. Основные понятия и принципы финансовых технологий.
40. Цифровые финансовые технологии в финансовой сфере.
41. Правовые основы регулирования и использования финансовых технологий.
42. Законодательство отдельных стран в области цифровых финансов.
43. BigData и SmartData: происхождение концепции больших данных и их содержания.
44. Технологии искусственного интеллекта, роботизации и машинного обучения в финансовом секторе.
45. Системы электронных денег: классификация и виды. Правовые основы обращения электронных денег.
46. Платежная система и виртуальная валюта.
47. Достоинства и недостатки электронных денег.
48. Юридическая и финансовая основа электронных денег.
49. Цели и основные направления деятельности Банка России в области финансовых технологий.
50. Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: BigData и SmartData.
51. Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: Мобильные технологии.
52. Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: Искусственный интеллект, роботизация и машинное обучение.
53. Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: Биометрия. Технология распределенных реестров.
54. Исследование, анализ и разработка предложений по применению финансовых технологий: Открытые интерфейсы (Open API).
55. Платформа-маркетплейс для финансовых услуг и продуктов.
56. Fintech и основные тренды платежной индустрии.
57. Клиринг и расчеты в платежных системах.
58. Технология передачи финансовой информации SWIFT и ее использование в межбанковских расчетах и в платежных системах.
59. Международная практика управления цифровыми финансовыми потоками.
60. Риски в сфере цифровых финансовых технологий.
61. Эволюция цифровых денег.
62. Методы оценки эффективности работы интернет-компаний сектора финансовых технологий.
63. Понятие и особенности киберстрахования.
64. Понятие и особенности киберрисков, кибератаки и киберпреступлений.
65. Способы защиты от киберрисков.
66. Особенности организации киберстрахования и методов оценки страхового риска.
67. Классификация моделей машинного обучения по принципу применения.
68. Подготовка к киберстрахованию и процесс андеррайтинга.
69. Анализ киберпреступлений в мире и России.
70. Отличительные характеристики рынка киберстрахования.
71. Роль провайдеров киберстрахования.

72. Страховые выплаты по киберстрахованию.
73. Определение RegTech и SupTech и основные области их применения.
74. Классификация моделей электронных платежей.
75. Нормативно-правовое регулирование создания, выпуска, хранения и обращения цифровых финансовых активов.
76. Разновидности электронных денег.
77. Эмиссия электронных денег.
78. Риски развития технологий RegTech и SupTech.
79. Цели и задачи внедрения SUPTECH И REGTECH на российском финансовом рынке.
80. Мобильная коммерция: сущность, механизмы реализации, тенденции развития, алгоритмы внедрения.
81. Платёжные компании и платёжные сервисы производителей мобильных устройств, разработчиков мобильных операционных систем и онлайн-платформ.
82. Система отношений компаний с индустрией ФИНТЕХ: акселераторы, бизнес-инкубаторы, хакатоны.
83. Взаимодействие и противостояние традиционных финансовых институтов и финтех компаний.
84. Реальные и виртуальные платёжные карты. Электронные кошельки. Персональный идентификатор.
85. Необанкинг и его особенности.
86. Основные тенденции развития финансовых технологий в России и мире.
87. Криптоиндустрия и ее значение в международных финансах: понятие,структура крипторынка, регулирование, перспективы развития.
88. Мошеннические схемы в платежной сфере с использованием финтех.
89. Поддержка развития финансовых технологий государством в различных странах. Причины оказания государственная поддержки в России.
90. Цифровые банковские продукты и услуги: классификация, особенностивнедрения, регулирование.
91. Концепция цифрового рубля.
92. Ключевые преимущества цифрового рубля.
93. Выбор модели цифрового рубля. Модель D – двухуровневая розничная модель цифрового рубля.
94. Влияние цифрового рубля на денежно-кредитную политику и финансовую стабильность.
95. Понятие краудфандинга. Примеры реализации проектов краудфандинга.
96. Основы интернет-банкинга. Сетевые технологии интернет-банкинга.
97. Краудинвест, краудлендинг как альтернативный финансовый инструмент для привлечения капитала в стартапы.
98. Инновации в платежных технологиях на рынке платежных услуг.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.3 Литература

1. Кузовкова, Т. А. Формирование цифровой экосистемы бизнеса: учебное пособие для магистрантов / Т. А. Кузовкова, Т. Ю. Салютина, О. И. Шаравова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 122 с. — ISBN 978-5-4497-1541-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117862.html
2. Кузовкова, Т. А. Введение в экономику цифровых платформ: учебное пособие / Т. А. Кузовкова, Т. Ю. Салютина, О. И. Шаравова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 129 с. — ISBN 978-5-4497-1478-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117860.html

3. Кузовкова, Т. А. Методы комплексной оценки цифрового развития экономики и общества: учебное пособие / Т. А. Кузовкова, Т. Ю. Салютина. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 118 с. — ISBN 978-5-4497-1551-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117861.html
4. Чернопятов, А. М. Финансы в цифровой экономике: учебник / А. М. Чернопятов. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 147 с. — ISBN 978-5-4497-1609-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119620.html

7.4 Периодические издания

9. Финансы и кредит. Информационно-аналитический журнал
10. Банковские услуги. Информационно-аналитический журнал
11. Введение в цифровые финансы. Информационно-аналитический журнал
12. Банковское право. Информационно-аналитический журнал.

19. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

3. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
4. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
5. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
6. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
7. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
8. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Цифровые финансовые технологии в бизнесе» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать

дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.07

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» - освоение методов и приемов управления затратами и коммерческого ценообразования, применяемыми на рынке и занимающими центральное место в системе современного маркетинга;

- формирование практических навыков применения методов и способов управления затратами и ценами, которые в настоящее время наиболее актуальны для отечественных фирм.

Задачи:

- понять сущность основных подходов к управлению затратами и ценообразованием в фирме;
- усвоить основные принципы затратного и ценностного ценообразования;
- овладеть методами и приемами обоснованного выбора наиболее выгодной цены на товар фирмы;
- анализа экономической приемлемости изменений цен; определения экономической ценности товара для потребителей;
- уметь формировать ценовую стратегию фирмы с учетом конкуренции;
- четко представлять взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы.

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

В совокупности с другими дисциплинами обязательной части учебного плана дисциплина «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» направлена на формирование следующих **универсальные компетенции (УК)** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-2 - Способен управлять проектом на всех	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	**Знать:** - методы ценообразования и управления проектами; - политику ценообразования при определении жизненного цикла проекта; - основные этапы ценообразования и этапы жизненного цикла проекта; **Уметь:** - разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов с

этапах его жизненного цикла		помощью методов ценообразования; - разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления ценовой политики; - свободно ориентироваться в ценах, издержках и доходах предприятий.
		Владеть: - навыками анализа рыночного спроса и предложения для разработки проектов в сфере ценообразования; - методами оценки эффективности проекта ценообразования; - методами оценки потребности в ресурсах при установлении ценовой политики;

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» относится к дисциплинам обязательной базовой части учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	1 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**51**	**51**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**57**	**57**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена

Решение задач (РЗ)	17	17
Реферат (Р)	20	20
Эссе (Э)	10	10
Самостоятельное изучение разделов	10	10
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
1.	Основные теоретические концепции цены	Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения. Эволюция теории цены	
2.	Основные этапы формирования цен в России	Ценовая политика страны до 90-х годов XX века. Либерализация цен и ее последствия	Реферат Контрольная работа Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
3.	Основы методологии ценообразования	Принципы ценообразования. Основные методы ценообразования. Затратное ценообразование. Классификация и калькулирование издержек для целей ценообразования. Основные методы затратного ценообразования. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании. Альтернативные издержки и их учет при определении цен. Ценообразование с учетом ценности товара. Понятие ценности товара и определяющие факторы. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене. Основные методы и модели ценностного ценообразования. Ценообразование с учетом конкуренции. Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Трансфертные цены и методы их. Метод сопоставимых рыночных цен. Метод цены последующей реализации. Затратный метод. Метод сопоставимой рентабельности. Метод распределения прибыли.	
4.	Общая постановка	Характеристика типа рынка продукции	Реферат

	задачи ценообразования на предприятии	предприятия. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия. Выработка ценовой стратегии предприятия. Тактика реализации ценовой стратегии.	Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
5.	Ценовая политика предприятия	Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые изделия. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы	
6.	Анализ рыночного спроса и предложения	Цена и равновесие рынка. Условия общего изменения спроса и предложения. Методы построения уравнений спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения от цены. Взаимодействие цены, спроса, предложения. Факторы, влияющие на цены.	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
7.	Цена, издержки и доходы предприятия	Анализ совокупных затрат на производство и реализацию продукции. Анализ структуры издержек. Влияние цены на динамику доходов предприятия.	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
8.	Формирование свободных цен.	Свободные цены и их роль в условиях рыночных отношений. Свободные (рыночные) закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, свободные отпускные (итоговые) цены на продукцию отечественного производства. Порядок их установления, применения, фиксирования. Структура цен. Свободные цены оптовых организаций и свободные розничные цены. Порядок их формирования, применения, фиксирования. Оптовые и торговые надбавки как структурные элементы цены. Структура свободных розничных цен в	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы

		зависимости от стадий товародвижения и налоговой составляющей (уплаты налога на добавленную стоимость и его включения в цену товара). Цены комиссионной торговли непродовольственными товарами как разновидность розничных цен. Порядок определения цены продажи товара комитентом. Комиссионное вознаграждение, его виды, структура и порядок определения. Уценка товара в комиссионной торговле.	
9.	Анализ цен и товаров конкурентов	Учёт в ценообразовании потребительского выбора. Кривые безразличия и замещаемость товаров-аналогов. Анализ уровня конкурентоспособности товаров-аналогов	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
10.	Методы расчёта цены товара	Классификация методов ценообразования. Расчётные методы ценообразования. Нормативно-параметрические методы расчёта цены товара. Рыночные методы ценообразования.	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
11.	Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений	Меры государственного воздействия на процессы ценообразования. Особенности формирования цен на различных типах рынков. Учет предпринимательских рисков в ценообразовании.	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование темы	Количество часов

		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные теоретические концепции цены	8	1	2	–	5
2.	Основные этапы формирования цен в России	8	1	2	-	5
3.	Основы методологии ценообразования	8	1	2	-	5
4.	Общая постановка задачи ценообразования на предприятии	8	1	2	-	5
5.	Ценовая политика предприятия	8	1	2	-	5
6.	Анализ рыночного спроса и предложения	11	2	4	-	5
7.	Цена, издержки и доходы предприятия	11	2	4	–	5
8.	Формирование свободных цен.	11	2	4	–	5
9.	Анализ цен и товаров конкурентов	11	2	4	-	5
10.	Методы расчёта цены товара	12	2	4	-	6
11.	Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений	12	2	4	-	6
	Всего	**108**	**17**	**34**	–	**57**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (1 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Основные теоретические концепции цены	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Основные этапы формирования цен в России	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3

	написание реферата, подготовка к РК	Экзаменационные материалы		
Основы методологии ценообразования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Общая постановка задачи ценообразования на предприятии	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Ценовая политика предприятия	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3

	семинарские занятия, подготовка к РК			
Анализ рыночного спроса и предложения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Цена, издержки и доходы предприятия	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Формирование свободных цен.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3

	выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Анализ цен и товаров конкурентов	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3
Методы расчёта цены товара	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	6	УК-2.1
Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	6	УК-2.2 УК-2.3

	вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Всего часов			**57**	

4.5. Практические занятия (1 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Основные теоретические концепции цены	2
2	Основные этапы формирования цен в России	2
3	Основы методологии ценообразования	2
4	Общая постановка задачи ценообразования на предприятии	2
5	Ценовая политика предприятия	2
6-7	Анализ рыночного спроса и предложения	4
8-9	Цена, издержки и доходы предприятия	4
10-11	Формирование свободных цен.	4
12-13	Анализ цен и товаров конкурентов	4
14-15	Методы расчёта цены товара	4
16-17	Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений	4

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

2. Леванова, Л. Н. Ценовая политика организации: теория и практика: учебно-методическое пособие для бакалавров по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» / Л. Н. Леванова. — Саратов: Издательство Саратовского университета, 2022. — 244 с. — ISBN 978-5-292-04788-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/127153.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Ценообразование основы денежно-ценовой стратегии российского государства: учебное пособие для магистров / И. К. Ларионов, А. В. Новичков, Г. П. Сорокина [и др.]; под редакцией И. К. Ларионова, А. В. Новичкова, Г. П. Сорокиной. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2026. — 430 с. — ISBN 978-5-394-05859-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/136548.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
18.	Основные теоретические концепции цены	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	7 32 25 7 100 60
19.	Основные этапы формирования цен в России	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
20.	Основы методологии ценообразования	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

		проекта, а также потребности в ресурсах		
21.	Общая постановка задачи ценообразования на предприятии	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
22.	Ценовая политика предприятия	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
23.	Анализ рыночного спроса и предложения	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
24.	Цена, издержки и доходы предприятия	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	

		варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Экзаменационные материалы	
25.	Формирование свободных цен.	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
26.	Анализ цен и товаров конкурентов	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	
27.	Методы расчёта цены товара	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере,	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

		методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах		
28.	Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений	УК-2.1- Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта УК-2.2- Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые УК-2.3 - Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	

Темы рефератов

по дисциплине «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия»

Тематика рефератов

1. Теоретические аспекты рыночного ценообразования.
2. Цены как инструмент маркетинговой политики.
3. Ценообразующие факторы в условиях рынка и их классификация.
4. Цены и их роль в координации рынка.
5. Ценовая политика предприятия.
6. Основы формирования ценовой стратегии.
7. Ценовые стратегии, их виды и классификация.
8. Этапы разработки ценовой стратегии.
9. Ценообразование и инфляция.
10. Рыночный монополизм и ценообразование.
11. Затратное ценообразование, его преимущества и недостатки.
12. Учет затрат при формировании цен.
13. Методы затратного ценообразования в деятельности коммерческих фирм.
14. Формирование цен с учетом конкуренции.
15. Пассивное ценообразование.
16. Ценообразование и стимулирование продаж.
17. Система скидок как инструмент стимулирования продаж.
18. Косвенные налоги как элементы цены товара.
19. Виды цен и их классификация.
20. Формирование свободных цен, порядок их применения.
21. Оптовые и торговые надбавки как цены сферы услуг.
22. Организационно - экономические основы регулирования цен в России.
23. Регулирование цен на продукцию и услуги в сферах естественных монополиях.
24. Регулирование цен в странах с развитой рыночной экономикой
25. Ценообразование и электронная торговля.
26. Цены мирового товарного рынка, их виды.
27. Трансфертное ценообразование.
28. Контроль за государственной дисциплиной цен.

Вопросы для подготовки к устному опросу

по дисциплине «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия»

1. Какие структурные подразделения предприятия участвуют в формировании и реализации ценовой политики?
2. Назовите основные цели ценовой политики предприятия.
3. Назовите основные этапы процесса формирования стратегии ценообразования и раскройте их содержание.
4. Как влияет структура затрат на выбор стратегии ценообразования?
5. Как влияет эластичность спроса по цене на выбор стратегии ценообразования?
6. Почему фирмы, осуществляющие продажу по каталогам, выбирают стратегию случайной скидки?
7. Какие показатели необходимо проанализировать, принимая решение о снижении цены на одном из сегментов рынка?
8. Приведите примеры применения стратегий конкурентного ценообразования на продовольственном рынке; на рынке жилья; на рынке образовательных услуг; на рынке услуг транспорта; на рынке непродовольственных товаров.
9. Приведите примеры стратегий дифференцированного ценообразования и оцените условия их применения на продовольственном рынке; на рынке медицинских услуг; на рынке образовательных услуг; на рынке бытовой техники и электроники; на рынке канцелярских товаров.

Типовые задания для занятий семинарского типа, самостоятельной работы по темам дисциплины

Практическое занятие по теме 2

Контрольные вопросы:
1. Объясните механизм действия цены - покажите взаимосвязь между различными функциями цены.
2. Перечислите основные группы цен. Назовите сферу, специфику и ограничения их применения в российских условиях.

Практическое занятие по теме 3

Контрольные вопросы:
1. Каковы элементы цены, какую роль в составе цены играют себестоимость, скидки, наценки, налоги? Каковы современные приемы и способы расчета цен?
2. Основные экономические показатели ценообразования для различных рынков и групп товаров. Как влияет на структуру розничной цены изменение каналов движения товара от продавца к покупателю?

Практическое занятие по теме 4

Контрольные вопросы:
1. Чем вызывается необходимость регулирования цен государством? Каковы цели государственного регулирования цен?
2. Дайте характеристику возможных форм государственного ценового регулирования.

Практическое занятие по теме 5

Контрольные вопросы:
1.Охарактеризуйте этапы обоснования цены в маркетинге компании.
2. Охарактеризуйте идеальную цену:

- оптимальная цена по отношению к конкурентам, позволяющая товару выглядеть привлекательным на фоне конкурентов;
- оптимальная цена по мнению потребителей, которую они готовы отдать за продукт, зная его свойства и преимущества;
- оптимальная стоимость товара с точки зрения компании, которая позволяет получать требуемый уровень прибыли с продаж.

Практическое занятие по теме 6

Контрольные вопросы:
1. Разработайте программу сбора информации для принятия ценовых решений.
2. Как определить диапазон основного выбора для установления возможной цены исходя из оптимального соотношения прибыли, выручки и доли рынка?

Практическое занятие по теме 7

Контрольные вопросы:
1.Что собой представляет система методов ценообразования? Какие группы методов ценообразования обычно используют?
2. Раскройте содержание методов ценообразования, обозначьте область их применения методов ценообразования, покажите достоинства и недостатки.

Практическое занятие № 1 по теме 9

Контрольные вопросы:
1. Раскройте сущность основных этапов формирования ценовой стратегии компании.
2. Какие ценовые стратегии целесообразно проводить на различных стадиях жизненного цикла товара?

Практическое занятие № 2 по теме 9

Контрольные вопросы:
1. Охарактеризуйте современные тенденции скидочных систем в мировой практике. Чем должна, руководствоваться компания при предоставлении скидок? 2. Различие понятий «акция», «скидка», «бонус», «промокод», «специальное предложение», «уникальное предложение» в теории и на практике маркетингового ценообразования.

Тестовые задания по дисциплине

«Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия**»**

1. Основное условие применения стратегии дифференцированного ценообразования:
а) возможность позиционирования товара;
б) наличие свободных производственных мощностей;
в) высокая степень конкуренции;
г) низкая эластичность спроса по цене.

2. Убыточным лидером продаж называется товар:
а) продаваемый по цене ниже себестоимости;
б) продаваемый с минимальной прибылью для привлечения к покупке других товаров фирмы;
в) продаваемый в меньшем количестве, чем другие товары;
г) продаваемый в большем количестве, чем другие товары.

3. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:
а) при высокой эластичности спроса по цене;

б) при низкой эластичности спроса по цене;
в) при единичной эластичности спроса по цене;
г) при положительной эластичности спроса по цене.

4. Стратегия нейтрального ценообразования означает:
а) установление цен на уровне фирм-конкурентов;
б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли;
в) расчет цен затратными методами;
г) установление цены в соответствии с экономической ценностью товара.

5. Стратегия премиального ценообразования не применима:
а) при высокой эластичности спроса по цене;
б) при низкой эластичности спроса по цене;
в) при высоких удельных переменных затратах;
г) при низких удельных переменных затратах.

6. Для дифференцированного ценообразования необходимо:
а) высокоэластичный рыночный спрос;
б) умение изолировать рынки с целью устранения возможности перепродажи товара;
в) различная ценовая эластичность для отдельных субрынков;
г) наличие определенной монопольной власти фирмы-производителя.

7. Стратегия дифференцированного образования означает:
а) продажу товаров в кредит;
б) продажу товаров по индивидуальной цене каждому покупателю;
в) продажу товаров по различным ценам разным покупателям;
г) продажу товаров по единым ценам всем покупателям.

8.Теория, утверждающая, что основой цены является стоимость созданная трудом, является теорией трудовой стоимости. Кто является основоположником данной теории:
а) Вильям Петти;
б) Адам Смит;
в) Давид Рикардо;
г) Эрхардом.

9. Основными положениями теории трудовой стоимости являются:
а) множество человеческих потребностей удовлетворяется множеством товаров, производящиеся множеством видов человеческого труда;
б) обеспечение равновесия на рынке;
в) цена представляет собой выражение соизмеримости всех видов потребительных стоимостей;
г) спрос и предложение признаются равнозначными ценообразующими факторами.

10. Одним из недостатков теории трудовой стоимости является:
а) недооценка полезности товара;
б) недооценка спроса и предложения товаров (конъюнктуры рынка);
в) недооценка фактора рабочего времени для производства товаров.

11.Что не является основным принципом Маржинальной теории:
а) равновесие на рынке;
б) учет соотношения спроса и предложения;

в) ограничение прироста денежной массы;
г) признание спроса и предложения как равнозначных ценообразующих факторов.

12. Равновесной ценой является цена:
а) при которой предложение превышает спрос;
б) при которой предложение соответствует спросу;
в) при которой спрос превышает предложение.

13. Цена – это:
а) инструмент рынка;
б) неотъемлемый элемент товарно-денежных отношений;
в) объективная экономическая категория;
г) все перечисленные выше.

14. Внутренними ценообразующими факторами не является:
а) способ производства;
б) организационный и технический уровни производства;
в) ориентация на различных покупателей;
г) жизненный цикл товара;
д) длительность цикла товародвижения;
е) организация сервиса;
ж) имидж предприятия на рынке;
з) наличие и уровень конкуренции.

15. К внешним ценообразующим факторам не относится:
а) политическая и экономическая ситуация в стране;
б) обеспеченность основными ресурсами;
в) жизненный цикл товара;
г) уровень доходов и сбережений населения;
д) масштабы государственного регулирования экономики и цен;
е) общий уровень инфляции;
ж) наличие и уровень конкуренции;
з) совершенствование налогового законодательства;
и) внешнеэкономическая политика.

16. Цена обладает следующими функциями:
а) измерительная;
б) учетная;
в) регулирующая;
г) стимулирующая;
д) перераспределительная;
е) сбалансированности спроса и предложения
ж) все ответы верны.

17.С помощью перераспределительной функции осуществляется:
а) измерение количества денег, которое покупатель готов заплатить, а продавец получить за проданный товар;
б) распределение и перераспределение вновь созданной стоимости между отраслями и секторами национальной экономики;
в) стимулирование создания высокоэффективной продукции.

18. Сущность измерительной функции цены заключается в:

а) балансировании спроса и предложения;
б) распределении национального дохода;
в) измерении количества затраченного труда, сырья, материалов, комплектующих и т.п. на производство продукции

19. Особенности оптовых цен:
а) назначаются на крупные партии товаров;
б) по такой цене товар продается промежуточному потребителю;
в) по такой цене товар покупается для конечного потребителя;
г) по такой цене товар продается населению.

20. В расчетах между предприятиями не участвуют цены:
а) отпускные цены;
б) текущие цены;
в) учетные цены;
г) розничные цены;
д) закупочные цены.

21. Розничная торговая наценка представляет собой:
а) косвенный налог;
б) доплату за качество;
в) составная часть отпускной цены;
г) издержки торговой организации;
д) составная часть розничной цены.

22.Что выступает объектом регулирования в механизме ценообразования?
а) система ценообразования;
б) система цен и методов, воздействующих на их формирование;
в) налоги и ставки банковского кредита;
г) взаимоотношения между субъектами хозяйствования и государством по вопросам ценообразования.

23. Какая из приведенных ниже классификаций цен соответствует их делению в зависимости от вида?
а) свободные, отпускные, розничные, закупочные, регулируемые;
б) фиксированные, предельные, свободные;
в) отпускные, розничные, закупочные.

24. Кто может выступать субъектом ценообразования в РФ?
а) юридические лица и предприниматели, республиканские органы государственного управления;
б) республиканские органы государственного управления, областные и городские исполнительные и распорядительные органы;
в) юридические лица и предприниматели, республиканские органы государственного управления; областные и городские исполнительные и распорядительные органы;

25. К внешним факторам ценообразования относят:
а) высокие ставки налогов;
б) эффективность рекламной деятельности;
в) масштабы государственного регулирования цен;
г) послепродажный сервис (гарантия);

26. К внутренним факторам ценообразования относят:
а) жизненный цикл товара;
б) характер спроса;
в) особые свойства товара:
г) совершенство налогового законодательства.

27. Функцией показывающей, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции, является:
а) учетно-измерительная функция;
б) стимулирующая функция;
в) функция перелива капитала;
г) распределительная функция.

28.Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:
а) стимулирующую функцию;
б) функцию перелива капитала;
в) распределительную функцию;
г) информационную функцию;
д) функцию сбалансирования спроса и предложения

Вопросы к зачету

1. Теория трудовой стоимости и факторов производства.
2. Теория спроса и предложения.
3. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене: оценка коэффициентов эластичности, классификация товаров.
4. Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых решений.
5. Эластичность спроса по доходам. Перекрестная эластичность спроса по цене.
6. Устойчивость рыночного равновесия. Динамическая модель цены.
7. Особенности ценообразования на рынках различных типов.
8. Экономическое содержание цены. Функции цены.
9. Основные ценообразующие факторы.
10. Система ценообразования. Виды и система цен.
11. Структура механизма ценообразования.
12. Методология и принципы ценообразования.
13. Структура цены. Поэлементный состав цены. Характеристика отдельных элементов.
14. Концепция ценовой политики в РФ.
15. Формы государственного ценового регулирования. Концепция ценовой политики в области регулирования цен.
16. Объективный характер, цели и методы государственного регулирования цен.
17. Характеристика типов установления регулируемых цен.
18. Порядок и формы регулирования цен на продукцию организаций-монополистов.
19. Формы проверки правильности применения цен и оформления цен. Экономическая ответственность за нарушения дисциплины цен.
20. Определение базовой цены.
21. Классификация затрат для исчисления себестоимости как основного элемента цены. Характеристика экономических элементов и калькуляционных статей затрат.
22. Варианты отнесения условно-постоянных расходов на себестоимость единицы продукции.
23. Учет транспортных расходов при формировании цены.
24. Методы установления цены.

25. Виды издержек для целей ценообразования. Методы ценообразования, основанные на издержках.
26. Анализ соотношения затрат, объема производства и прибыли (CVP-анализ).
27. Метод определения цены с ориентацией на спрос.
28. Метод определения цены с ориентацией на уровень конкуренции.
29. Метод «предложения втемную» (тендерный метод). Цены товарных аукционов.
30. Методы ценообразования, ориентированные на качество и потребительские свойства.
31. Установление цены на новые товары.
32. Установление цены в рамках товарного ассортимента.
33. Управление ценами. Психологические аспекты установления цены.
34. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.
35. Ценовая политика предприятия в системе маркетинга.
36. Технология обоснования цены в маркетинге предприятия. Информация, необходимая для принятия решений, связанных с ценами.
37. Отпускная цена предприятия и порядок ее формирования на основе затратного метода.
38. Ценообразование на основе сокращенных затрат.
39. Целесообразность снижения и повышения цен.
40. Цена и жизненный цикл товара.
41. Этапы разработки ценовой стратегии.
42. Характеристика основных стратегий ценообразования.
43. Обоснование управленческих решений с использованием цен и действующей системы налогообложения.
44. Реакция покупателей и конкурентов на изменение цен.
45. Риск в ценообразовании и страхование цен.
46. Ценообразование и электронная торговля.
47. Взаимосвязь инфляционного роста цен и формирования ценовой политики.
48. Взаимодействие ценовой политики и налогов.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.5 Литература

13. Худжатов, М. Б. Ценообразование во внешней торговле. Практикум: учебное пособие / М. Б. Худжатов, Т. М. Воротынцева. — Санкт-Петербург: Интермедия, 2019. — 120 с. — ISBN 978-5-4383-0185-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85774.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

14. Кириллов, Ю. Г. Ценообразование во внешней торговле: учебное пособие / Ю. Г. Кириллов, В. В. Кузнецов. — Омск: Омский государственный технический университет, 2019. — 91 с. — ISBN 978-5-8149-2772-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115459.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

15. Поротькин, Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учебное пособие / Е. С. Поротькин. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 132 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122202.html (дата обращения: 13.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/122202.

16. Курс по ценам и ценообразованию /. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 119 с. — ISBN 978-5-4374-0398-3. —

Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/65260.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

17. Лев, М. Ю. Цены и ценообразование: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / М. Ю. Лев. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 382 с. — ISBN 978-5-238-02643-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81589.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7.2 Периодические издания

13. Ценовик. Информационно-аналитический журнал

14. Вестник **ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ** И СМЕТНОГО НОРМИРОВАНИЯ. Информационно-аналитический журнал

15. Практическое ценообразование. Информационно-аналитический журнал

20. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

4. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
5. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
6. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
7. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
8. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
9. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать

дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Интернет-маркетинг»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Интернет-маркетинг» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у обучающихся системных фундаментальных знаний о современных цифровых технологиях и инструментарии финансовой сфере, основных направлений развития цифровых финансовых технологий, о направлениях и перспективах цифровизации в сфере общественных финансов, о потенциале цифровых платформ и результатах их внедрения.

Задачи:

- выявление и оценка основных проблем развития финансовых отношений в условиях цифровой экономики;
- оценка современных тенденций развития цифровой экономики;
- изучение особенностей использования цифровых финансовых технологий в финансово-бюджетной сфере;
- изучение особенностей использования финансовых технологий в организациях нефинансового сектора;
- использование интегрированной телекоммуникационной среды передачи данных;
- создание стандартных интерфейсов для взаимодействия информационных ресурсов с другими (внешними) системами в рамках системы «Электронный бюджет», основанных на открытых промышленных стандартах межсистемного взаимодействия.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Интернет-маркетинг» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-1 - Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1.2- Применяет инновационные подходы, основанные на достижениях экономической и управленческой теории, в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	***Знать:*** - ключевые понятия, цели и задачи Интернет-маркетинга; - инновационные подходы, основанные на достижениях экономической и управленческой теории, специфику работы проектов в Интернет-пространстве; ***Уметь:*** применять инновационные

		подходы в торгово-экономической, торгово-организационной сферах при анализе любого сегмента Интернет-бизнеса ***Владеть:*** - навыками разработки стратегии интернет-маркетинга и выбирать каналы цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии
ПК-1 - Демонстрирует навыки подготовки к проведению маркетингового исследования	ПК-1.5 - Способен организовать процесс проведения маркетингового исследования, установить сроки и требования к проведению маркетингового исследования	***Знать:*** процесс проведения маркетингового исследования с выявлением характерных ошибок, которых следует избегать в Интернет-проектах; ***Уметь:*** - организовать процесс проведения маркетингового исследования с помощью интернет-технологий ***Владеть:*** - способами организации процесса проведения маркетингового исследования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу
ПК-2- Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.2 - Знает принципы планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации с помощью инновационных методов, и инструментов	***Знать:*** - принципы планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации с

		помощью сети Интернет ***Уметь:*** - проводить анализ любого сегмента Интернет-бизнеса, давать оценки эффективности, монетизации, работы с аудиторией с помощью инновационных методов, и инструментов ***Владеть:*** - навыками использования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу;

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Интернет-маркетинг» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать следующим набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Интернет-маркетинг», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Интернет-маркетинг и бизнес коммуникации» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов)

	Трудоемкость, часов

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	1 семестр	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**	**68**
Лекции (Л)	*17*	*17*	*34*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**38**	**119**	**157**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	*Не предусмотрены*	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	8	19	27
Реферат (Р)	10	30	40
Эссе (Э)	10	30	40
Самостоятельное изучение разделов	10	40	50
Экзамен	Зачет	Экзамен-27	27

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Основные понятия Интернет-маркетинга.	Определение и основные понятия Интернет-маркетинга. Интернет -реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи. Преимущества интернет-маркетинга и интернет-рекламы. Методы получения и анализа информации Интернет-маркетинга. Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете. Конкурентная разведка в Интернете. Понятие бенчмаркинга. Аудитория и статистика мобильного интернета. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Теория и методология маркетинга в сети Интернет	Развитие интернет-маркетинга. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение Интернет-маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники интернет-маркетинга (экономика, общая теория маркетинга) и смежные дисциплины (теория	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр.). Основные концепции интернет-маркетинга. Аудитория интернета. Поиск свободных ниш. Основные принципы работы с целевой аудиторией в сети интернет. Система инструментов интернет-маркетинга.	Экзаменационные материалы
3.	Интернет-технологии в маркетинге	Основы веб-технологии. Медиапланирование. Технологии Интернет-рекламы. Технологии баннерной рекламы. Технологии контекстной рекламы. Web-аналитика	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Цифровой маркетинг и электронный бизнес.	Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. Управление эффективными продажами товаров и услуг в условиях цифровой экономики. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumerto-consumer, C2C; businessto-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A. Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ; маркетинг категории «один на один»; интерактивный маркетинг; маркетинг в режиме удобного для потребителя времени; интегрированный маркетинг. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digitalмаркетинга.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
5.	Маркетинговые функции Интернет сайтов	Организация деятельности трансграничных торговых площадок («маркетплейсы»). Источники маркетинговой информации в сети Интернет. Обзор существующих методов проведения маркетинговых исследований в Интернет. Технологии составления выборок респондентов, особенности и правила проведения, применяемые в онлайн исследованиях. Использование технологий Интернет-маркетинга для предложения продукта на рынке.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
6.	Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды, изучение web аналитики. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика. Выбор вида коммуникации. Составление прогноза	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс

		бюджета мероприятий Интернет маркетинга.	Тестовые задания Экзаменационные материалы
7.	Разработка и управление проектами в интернет-маркетинге.	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
8.	Корпоративный сайт как инструмент интернет-маркетинга	Принципы проектирования вебсайтов. Выбор площадок в социальных медиа для продвижения веб-сайта. Анонсирование сайта в поисковых системах. Основы веб-дизайна	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
9.	Поисковое продвижение сайта (SEO)	Понятие, сущность и преимущества поискового продвижения сайта. Индексация сайта ПС. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Поисковая оптимизация. Методика подбора ключевых запросов. Апдейты и скорость продвижения сайта. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
10.	Создание и оптимизация сайта	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
11.	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами	Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы	Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные понятия Интернет-маркетинга.	16	4	4	–	8
2.	Теория и методология маркетинга в сети Интернет	16	4	4	-	8
3.	Интернет-технологии в маркетинге	16	4	4		8
4.	Цифровой маркетинг и электронный бизнес.	12	2	2		8
5.	Маркетинговые функции Интернет сайтов	12	3	3		6
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**38**

Темы дисциплины, изучаемые во втором семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	24	4	4	–	20
2.	Разработка и управление проектами в интернет-маркетинге.	24	4	4	-	20
3.	Корпоративный сайт как инструмент интернет-маркетинга	24	2	2		20
4.	Поисковое продвижение сайта (SEO)	24	2	2		20
5.	Создание и оптимизация сайта	24	2	2		20
6.	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами	25	3	3		19
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**119**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетенций
Основные понятия Интернет-маркетинга.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Теория и методология маркетинга в сети Интернет	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Интернет-технологии в маркетинге	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Цифровой маркетинг и электронный бизнес.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2

	реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Маркетинговые функции Интернет сайтов	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	6	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Всего часов в 1 семестре			**38**	
Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Разработка и управление проектами в интернет-маркетинге.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2

	написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Корпоративный сайт как инструмент интернет-маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Поисковое продвижение сайта (SEO)	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Создание и оптимизация сайта	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс	20	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2

	учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Тестовые задания Экзаменационные материалы		
Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами			19	ОПК-1.2 ПК-1.5 ПК-2.2
Всего часов во втором семестре			**119**	
Итого			**157**	

4.5. Практические занятия (1 семестр).

№ тем	*Тематика лабораторных занятий*	*Количество часов*
1-2	Основные понятия Интернет-маркетинга.	4
3-4	Теория и методология маркетинга в сети Интернет	4
5-6	Интернет-технологии в маркетинге	4
7	Цифровой маркетинг и электронный бизнес.	2
8-9	Маркетинговые функции Интернет сайтов	3

2 семестр

№ тем	*Тематика* практических *занятий*	*Количество часов*
1-2	Стратегия, планирование в Интернет-маркетинге	4
3-4	Разработка и управление проектами в интернет-маркетинге.	4
5	Корпоративный сайт как инструмент интернет-маркетинга	2
6	Поисковое продвижение сайта (SEO)	2
7	Создание и оптимизация сайта	2
8-9	Показатели эффективности цифрового маркетинга, определяемые поисковыми системами	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

2. Ульченко, Е. Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет: материалы научных исследований / Е. Н. Ульченко. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012. — 64 с. — ISBN 978-5-9935-0277-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/21457.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/31693.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

отдельный документ

Вопросы к зачету

1. Закономерности и особенности развития интернет-маркетинга в условиях цифровизации экономики.
2. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в сети интернет.
3. Основные инструменты интернет-маркетинга.
4. Исследование и ориентация на потребности клиента в интернет-маркетинге.
5. Охарактеризуйте работу с целевой аудиторией в интернете.
6. Охарактеризуйте четкое и нечеткое позиционирование в сети интернет, особенности
7. дифференциации по видам и масштабу деятельности и типам рынков.
8. Понятие целевой аудитории. Принципы удержания и наращивания аудитории. Примеры якорных сервисов. Ключевые ошибки.
9. Предназначение, состав и специфика отчетов TNS и Гэллоп Медиа для оценки размера, и состава целевой аудитории в интернете
10. Как и с какой целью проводят поиск свободных ниш в сети интернет?
11. Приведите примеры успешного позиционирования товара / бренда / торговой структуры в сети интернет.
12. Основные подходы к дизайну и usability сайта
13. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.

14. Интернет маркетинг в деятельности торгового предприятия.
15. Интернет-реклама в деятельности компании.
16. Мобильные технологии контент-провайдеров в политике продвижения товаров крупных компаний.
17. Оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет
18. Стратегическое управление маркетинговыми интернет-коммуникациями.
19. Интернет как инструмент маркетинговых коммуникаций.
20. Интернет-реклама как эффективный способ привлечения клиента.
21. Технологии продвижения интернет-компаний в Instagram.
22. Влияние современных Интернет-технологий на результаты деятельности компании.
23. Преимущества соцсетей для маркетинговых коммуникаций компаний
24. Применение интернет-маркетинга в ритейле
25. Разработка мероприятий Интернет-маркетинга
26. Анализ состояния и тенденций развития электронной торговли международного товарного рынка (на примере конкретного товарного рынка).
27. Анализ потребительских предпочтений с применением интернет-технологий (на примере конкретного рынка товаров или услуг).
28. Применение маркетинговых технологий в электронной торговле.
29. Формирование коммуникационной политики с применением методов интернет-маркетинга (на примере конкретного предприятия).
30. Использование инструментов интернет-маркетинга в брендинге.
31. Влияние SMM на потребительское решение
32. Влияние продвижения в Instagram на осведомленность потребителей о продукте.
33. Модели поведения посетителей сайтов. Классификация по степени посещаемости
34. Типы поведения посетителей Интернет-магазинов.
35. Поисковые машины и каталоги.
36. E-mail маркетинг. Основные направления e-mail маркетинга.
37. Поисковые системы. Эффективный поиск информации.
38. Язык поисковых машин.
39. Понятие и виды спама.
40. Понятие хостинга.
41. Регистрация в поисковых системах.
42. Стандарт исключения для поисковых систем.
43. Баннер. Эффективность баннера. Текстовые баннеры. Интерактивные баннеры. Службы баннерного обмена. Размещаем баннер на сайте.
44. Понятие ранжирования.
45. Что такое Title, Description, Keywords. Их влияние на продвижение сайта.
46. Что нельзя делать чтобы не выпасть из выдачи Google.
47. Особенности продвижения сайта в Яндексе.
48. Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы.
49. Внешняя оптимизация. Общие положения и методы.
50. Бесплатная внешняя оптимизация сайта.
51. Виды поисковых запросов: низкочастотные, среднечастотные, высокочастотные и long tail запросы.
52. Ключевые слова для продвижения сайта.
53. Семантическое ядро сайта.

54. Причины, по которым посетители могут покидать сайт.
55. Влияние уникального дизайна на продвижение сайта.
56. Черное SEO.
57. Перелинковка сайта.
58. Блоги и блогосфера.
59. Контекстная, медийно-контекстная и медийная реклама.
60. Основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.

Вопросы к экзамену

1. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
2. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
3. Охарактеризуйте вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
4. Охарактеризуйте поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
5. Прямой интернет-маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
6. Что такое «закупка новостного трафика»? Укажите источники, критерии эффективности.
7. Контекстная реклама: понятие, преимущества и недостатки, источники, критерии эффективности.
8. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в работе маркетплейсов
9. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
10. Интернет-маркетинг как предмет исследования.
11. Охарактеризуйте процесс разработки и модернизации веб-сайтов.
12. Представьте алгоритм процесса продвижения объектов рынка в Интернете.
13. Сравните основные поисковые системы Интернета в России и за рубежом.
14. Укажите и охарактеризуйте ключевые принципы интернет-продвижения объекта рынка в независимой зоне поисковых систем.
15. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
16. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
17. Основные понятия и примеры, связанные с вирусным маркетингом.
18. Понятие информации, положительно направленных и отрицательно направленных информационных полей. Информационные войны. Использование информационных полей в коммерческих целях.
19. Виды интернет-магазинов. Преимущества и недостатки интернет-магазинов.
20. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция веб-ресурсов и SMS-сервисов.
21. Виджеты для мобильных устройств.
22. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
23. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
24. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
25. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
26. Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
27. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
28. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
29. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.

30. Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.
31. Регистрация каталога. Работы по инструментарию Google Analytics и Яндекс метрика.
32. Аффилиативный или партнерский маркетинг.
33. SMO (social media optimization, продвижение сайта в социальных медиа-сетях) и SMM (social media marketing, маркетинг в социальных медиа-сетях).
34. «Партизанский» маркетинг.
35. Социальный маркетинг.
36. Тайм-маркетинг.
37. Доверительный маркетинг.
38. Лог-файлы. Счетчики. Cookies
39. Состав и особенности комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, блогами и блогерами, с интернет-форумами. Привлечение пользователей в интернетсообщество.

40. Сравните основные характеристики рекламы в поисковых системах Интернета в РФ и за рубежом.
41. Дайте понятие контекстной, медийно-контекстной и медийной рекламы.
42. Укажите основные сервисы, предоставляющие услуги контекстной рекламы.
43. Преимущества и недостатки контекстной рекламы.
44. Дайте понятие «SEO».
45. Охарактеризуйте методы SEO-оптимизации.
46. Работа с внутренней оптимизацией.
47. Укажите принципы проектирования и методы оптимизации веб-сайтов.
48. Как влияет внешнее окружение на эффективность сайта?
49. Представьте сравнительную характеристику основных видов интернетпродвижения.
50. Как проводят оценку эффективности продвижения в социальных сетях?
51. Как проводят оценку эффективности продвижения в независимой зоне поисковых систем?
52. Как проводят оценку эффективности продвижения в системах контекстной рекламы?
53. Как проводят оценку эффективности баннерной рекламы?
54. Разработка и реализация интернет-маркетинговых стратегий.
55. Охарактеризуйте и приведите примеры вирусного маркетинга в сети интернет
56. Охарактеризуйте и приведите примеры партизанского маркетинга в сети интернет
57. Укажите основные принципы эффективной коммуникации, особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем и социальных медиа.
58. Информационные войны в интернет-маркетинге
59. Развитие мобильного интернета и мобильного маркетинга. SMS-биллинг. Интеграция вебресурсов и SMS-сервисов.
60. Тренды современного E-mail маркетинга.
61. Дайте краткую характеристику технологии
62. Интернет-рекламы, баннерной и контекстной рекламы.
63. Укажите особенности функционирования современных веб-аналитических систем.
64. Задачи и возможности веб-аналитики.
65. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.
66. Анализ и мониторинг информационного поля бренда, личности, организации.
67. Как проводят анализ трафика на веб-сайте и анализ конверсий?

68. Google Analytics и Яндекс Метрика.
69. Метрики контент-маркетинга, показатели эффективности SMM маркетинга, E-mail маркетинга.
70. Метрики посадочных страниц, анализ SERM и ORM.
71. Алгоритмы формирования потребительского спроса.
72. Укажите особенности проведения социологических исследований в сети интернет
73. Методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования в сети интернет.
74. Охарактеризуйте методы сбора, систематизации и обобщения первичной и вторичной маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований в сети интернет.
75. Укажите алгоритм проведения маркетинговых исследований спроса / конкурентов / пользователей / брендов в сети интернет с использованием инструментов комплекса маркетинга
76. В чем проявляются особенности организации и управления маркетинговой деятельности в сети интернет в условиях цифровизации?
77. Приведите примеры применения инновационных технологий в Интернет-маркетинге и электронной торговле.
78. Укажите особенности проектирования и управления торгово-технологическими процессами Интернет-маркетинга и электронной торговли.
79. Охарактеризуйте типовые методики оценки эффективности продвижения в соцсетях.
80. Приведите примеры систем экономических и социально-экономических показателей, используемых в Интернет-маркетинге и электронной торговле.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.6 Литература

5. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85658.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
8. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.7 Периодические издания

16. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал

17. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
18. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал

21. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

4. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
5. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
6. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
7. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
8. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
9. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Интернет-маркетинг» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Интернет-маркетинг» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты,

параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.А. КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

Направление подготовки	Торговое дело
Код направления подготовки	38.04.06
Профиль подготовки	Цифровой маркетинг
Квалификация выпускника	Магистратура
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.02

Грозный – 2026

Гехаева П.Т. Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»/ Сост. Гехаева П.Т. – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство» и рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 982, а также рабочим учебным планом по данному направлению подготовки.

© Гехаева П.Т. 2026
© Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А.Кадырова», 2026.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: целью изучения дисциплины «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» является овладение студентом теоретическими основами и практическими умениями, и навыками составления бизнес-планов и проектов.

Задачи:

- изучение основных требования к бизнес-плану и его составным частям;
- выработка умения самостоятельного составления бизнес-плана;
- выработка навыков в обработке экономических показателей функционирования фирмы, определении характеристик и тенденций рынка, использовании программных средствах поддержки составления бизнес- плана;
- выработка навыков в составлении и экспертизе бизнес-планов проектов.

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

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;	ОПК-1.1 Решает практические и (или) исследовательские задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах с применением знаний экономической и управленческой теории	Знать: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий Уметь: Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарных подходов Владеть: Осуществляет и аргументирует выбор стратегии по решению проблемной ситуации, оценивает преимущества и недостатки выбранной стратегии
ПК-1 Демонстрирует навыки подготовки к проведению маркетингового исследования	ПК-1.4 Владеет навыками разработки технического задания с использование современных инновационных методов и инструментов для проведения маркетингового исследования	Знать: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла Уметь: Выбирает и обосновывает методологию управления проектом Владеть: Определяет проблему на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом поставленных целей

3 Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности» относится к блоку Б1.0.03 обязательной части.

Курс опирается на уже полученные знания по дисциплинам: «Экономическая теория», «Коммерческая деятельность», «Введение в специальность», «Коммерческая деятельность» и др. бакалавриата.

В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Управление бизнесом на конкурентных рынках».

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины по данной форме обучения составляет 6 зачетных единицы (216 ч).

Форма работы обучающихся/ Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов		
	№ Семестра 3	№ семестра	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	68		68
Лекции (Л)	34		34
Практические занятия (ПЗ)	34		34
Лабораторные работы (ЛР)			
Самостоятельная работа:	112		112
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)			
Расчетно-графическое задание (РГЗ)			
Доклад (Д)			
Реферат (Р)			
Собеседование (С)			
Тест (Т)			
Контроль	Экзамен		36

Часы, выделенные на промежуточную аттестацию в графе «контроль» учебного плана, включают в себя: контактную аудиторную работу (её объем устанавливается приказом «О нормативах расчета объема годовой нагрузки профессорско-преподавательского состава по программам ВО») и самостоятельную работу.

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
	Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия	Понятие и сущность бизнес-плана Цели и задачи бизнес-плана Функции и принципы бизнес-	РК, Т, ДЗ

		планирования	
	Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования	Классификация бизнес-планов Общая характеристика основных методик бизнес-планирования	Р, РК, Т
	Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое планирование инвестиционного проекта	Выбор идеи и первоначальный этап бизнес-планирования Разработка структуры бизнес-плана	ДЗ, Т, РК
	Понятие бизнес-плана. Цель, задачи и особенности составления	Этапы бизнес плана. Описания продукта (услуги) Анализ рынка сбыта. Оценка конкурентов. Стратегии маркетинга. План производства. Организационный план.	ДЗ, Т, РК
	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта. Производственный план Жизненный цикл товаров и услуг	ДЗ , Т, РК
	Организационный план	Организационный план. Финансовый план. Основные виды оценки инвестиционных проектов. Организационная структура предприятия	РК

УО- опрос, Т - тест, ДЗ – домашнее задание, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, КР- курсовая работа

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре.

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				
		Всего	Аудиторная работа			Вне-ауд. работа СР
			Л	ПЗ	ЛР	

1	Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия	26	4	4		18
2	Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования	30	6	6		18
3	Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое планирование инвестиционного проекта	30	6	6		18
4	Понятие бизнес-плана. Цель, задачи и особенности составления	30	6	6		18
5	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта	32	6	6		20
6	Организационный план	32	6	6		20
	Итого:	**180**	**34**	**34**		**112**

4.4. Самостоятельная работа студентов

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетен-ции(й)
Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Самостоятельное изучение	18	ОПК-1.1 ПК-1.4
Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	18	ОПК-1.1 ПК-1.4
Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое планирование инвестиционного проекта	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Тестирование Самостоятельное изучение	18	ОПК-1.1 ПК-1.4
Понятие бизнес-плана. Цель, задачи и особенности составления	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	18	ОПК-1.1 ПК-1.4
Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	20	ОПК-1.1 ПК-1.4
Организационный план	подготовка к лекции и практическим занятиям;	Собеседование Тестирование Самостоятельное изучение	20	ОПК-1.1 ПК-1.4
Итого в 3-м семестре:			112	

4.5. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

4.6. Содержание практических занятий

№ занятия	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Кол-во часов	Форма текущего контроля
1	Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия	Понятие и сущность бизнес-плана Цели и задачи бизнес-плана Функции и принципы бизнес-планирования	4	Р, Т, ДЗ
2	Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования	Классификация бизнес-планов Общая характеристика основных методик бизнес-планирования	6	Р, ДЗ, Т
3	Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое планирование инвестиционного проекта	Выбор идеи и первоначальный этап бизнес-планирования Разработка структуры бизнес-плана	6	ДЗ, Т, Р
4	Понятие бизнес-плана. Цель, задачи и особенности составления	Этапы бизнес плана. Описания продукта (услуги) Анализ рынка сбыта. Оценка конкурентов. Стратегии маркетинга. План производства. Организационный план.	6	ДЗ, Т, Р
5	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта. Производственный план Жизненный цикл товаров и услуг	6	ДЗ , Т, Р
6	Организационный план	Организационный план. Финансовый план. Основные виды оценки инвестиционных проектов. Организационная структура предприятия	6	ДЗ, Т, Р

**РК- рубежный контроль; Т – тестирование; Д – доклад; Д/П – доклад с презентацией; Э – эссе; К – кейсы; РГЗ – расчетно-графическое задание, ДЗ – домашнее задание; О – опрос по теме.*

4.7. Курсовой проект (курсовая работа).

Курсовой проект не предусмотрен учебным планом.

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

1. Кисова А.Е. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Кисова А.Е., Шпиганович А.А., Богомолова Е.В.— Электрон. текстовые данные. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2021. — 64 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/101613.html. — ЭБС «IPRbooks»
2. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горбунов В.Л.— Электрон. текстовые данные. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/89423.html. — ЭБС «IPRbooks»
3. Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Орлова П.И.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 285 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/90232.html. — ЭБС «IPRbooks»
4. Леонов С.А. Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Леонов С.А., Попов Ю.А.— Электрон. текстовые данные. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 86 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/102898.html. — ЭБС «IPRbooks»
5. Кравченко А.В. Моделирование бизнес-процессов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кравченко А.В., Драгунова Е.В., Кириллов Ю.В.— Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 367 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/99351.html. — ЭБС «IPRbooks»

6 Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В результате аттестации по дисциплине осуществляется комплексная проверка формирования умений и знаний, которые формируют универсальные и профессиональные компетенции обучающихся.

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код компетенции (индикатора достижения компетенции)	Наименование оценочного средства
1	Бизнес-план и его роль в экономической деятельности предприятия	ОПК-1.1 ПК-1.4	Р, Т, ДЗ
2	Классификация бизнес-планов и основные методики бизнес-планирования	ОПК-1.1 ПК-1.4	Р, ДЗ, Т
3	Этапы разработки бизнес-плана и стратегическое	ОПК-1.1 ПК-1.4	ДЗ, Т, Р

	планирование инвестиционного проекта		
4	Понятие бизнес-плана. Цель, задачи и особенности составления	ОПК-1.1 ПК-1.4	ДЗ, Т, Р
5	Анализ рынка и стратегия маркетинга проекта	ОПК-1.1 ПК-1.42	ДЗ , Т, Р
6	Организационный план	ОПК-1.1 ПК-1.4	ДЗ, Т, Р

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Кисова А.Е. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Кисова А.Е., Шпиганович А.А., Богомолова Е.В.— Электрон. текстовые данные. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2021. — 64 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/101613.html. — ЭБС «IPRbooks»
2. Горбунов В.Л. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горбунов В.Л.— Электрон. текстовые данные. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/89423.html. — ЭБС «IPRbooks»
3. Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Орлова П.И.— Электрон. текстовые данные. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 285 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/90232.html. — ЭБС «IPRbooks»
4. Леонов С.А. Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Леонов С.А., Попов Ю.А.— Электрон. текстовые данные. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 86 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/102898.html. — ЭБС «IPRbooks»
5. Кравченко А.В. Моделирование бизнес-процессов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кравченко А.В., Драгунова Е.В., Кириллов Ю.В.— Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 367 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/99351.html. — ЭБС «IPRbooks»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Экономическая теория – электронный учебник (http://www.tfi.uz/et/)
2. Экономический словарь (http://www.dis.ru/slovar/)
3. «Economicus» – информация по самому широкому спектру экономических дисциплин (http://economicus.ru/)
4. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart https://www.iprbookshop.ru/
5. Электронно-библиотечная система «Консультант Студента» studentlibrary.ru
6. ООО «ИВИС» http://www.ivis.ru/index.htm

9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины. Обучение по дисциплине «Бизнес-планирование» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, практические/семинарские занятия).

2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, практическим/ практическим занятиям, тестам/рефератам/докладам/эссе, и иным формам письменных работ, выполнение анализа кейсов, индивидуальная консультация с преподавателем).

3. Интерактивные формы проведения занятий (коллоквиум, лекция-дискуссия, групповое решение кейса и др.формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому/ семинарскому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Для понимания и качественного усвоения курса рекомендуется следующая последовательность действий обучающегося:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).

2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).

3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).

4. При подготовке к практическому/ семинарскому занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры.

Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить 1 - 2 практические ситуации.

Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций. Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям.

Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения. Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать литературу, которую рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся по подготовке к практическим/семинарским занятиям. На практических/семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Ознакомление с планом практического/семинарского занятия, который отражает содержаниепредложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать литературу;
4. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;
5. Ответить на вопросы плана практического/семинарского занятия;
6. Выполнить домашнее задание;
7. Проработать тестовые задания и задачи;
8. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы. Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «Бизнес-планирование» - это углубление и расширение знаний в области порядка составления и разработки бизнес-планов; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности. Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины.

Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности. Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Самостоятельная работа реализуется:

– непосредственно в процессе аудиторных занятий на лекциях, практических занятиях;

– в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

– в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Подготовка к практическому занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), подготовку заготовок для выступлений по вопросам, выносимым для обсуждения по конкретной теме. Такие заготовки могут включать цитаты, факты, сопоставление различных позиций, собственные мысли. Если проблема заинтересовала обучающегося, он может подготовить реферат и выступить с ним на практическом занятии.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем

На занятиях используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов, а также на практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks»)

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.О.07

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» - формирование системы теоретических знаний, практических навыков и умений у обучающихся, позволяющих осуществлять сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам торговой, поведенческой и маркетинговой деятельности.

Задачи:

- изучение теоретических основ маркетинговых исследований;
- рассмотрение проблем информационного обеспечения маркетинговых исследований;
- освоение процесса планирования маркетинговых исследований;
- изучение процедуры сбора данных, выявление ошибок сбора и обработки данных и определение путей их локализации;
- освоение процедур предварительного и углубленного анализа данных;
- изучение правил подготовки отчета о результатах исследования.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК-1-3 Владеет методами применения современных подходов экономической и управленческой теории для решения профессиональных задач	***Знать:*** - методы применения современных подходов экономической и управленческой теории для хранения, переработки и анализа маркетинговой информации ***Уметь:*** анализировать имеющиеся ресурсы и ограничения, а также оценивать оптимальные способы решения поставленных задач; ***Владеть:*** навыками анализа имеющихся ресурсов и ограничений, оценки и выбора оптимальных способов решения поставленных задач.

ПК-1- Демонстрирует навыки подготовки к проведению маркетингового исследования	ПК-1.2 Определяет современные маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	***Знать:*** - современные маркетинговые инструменты и принципы, определяющие круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; ***Уметь:*** выявлять проблемы и формулировать цели при планировании маркетингового и поведенческого исследования, экспериментального анализа **Владеть:** подготовки и согласования плана, установлением сроков и требований к проведению маркетингового исследования и ситуационного анализа

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**155**	**155**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	25	25

Реферат (Р)	40	40
Эссе (Э)	25	25
Самостоятельное изучение разделов	65	65
Экзамен	Экзамен	27

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
2.	Сущность маркетинговых исследований.	Сущность маркетингового исследования. Цели, предмет и объект маркетингового исследования. Виды маркетинговых исследований: полевые и кабинетные; количественные и качественные; единоразовые, периодические, непрерывные; индикативные, заказные, омнибусные. Разведочные (поисковые) исследования. Описательные исследования. Причинно-следственные (каузальные) исследования. Направления маркетинговых исследований: рыночные исследования; исследования потенциальных возможностей предприятия. Требования к маркетинговым исследованиям. Роль маркетинговых исследований в маркетинговом управлении предприятием. Маркетинговые исследования на этапе определения маркетинговой проблемы. Роль маркетинговых исследований в ситуационном анализе, разработке маркетинговой стратегии и программы. Маркетинговые исследования в оценке эффективности маркетинга. Роль маркетинговых исследований в международном маркетинге	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Процесс маркетинговых исследований	Процесс маркетингового исследования и характеристика важнейших проблем на каждом этапе исследования. Определение проблемы маркетингового исследования. Постановка целей, задач и гипотез. Выбор вида исследовательского проекта. Разработка плана (программы) маркетингового исследования. Сбор данных и локализация ошибок, возникающих в процессе сбора и обработки данных. Предварительный и углубленный анализ данных. Подготовка отчета о результатах	Реферат Контрольная работа Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы

		исследования. Проблемы в планировании и организации маркетинговых исследований в России.	
3.	Виды исследовательских проектов и методы сбора данных.	Характеристика видов исследовательского проекта. Поисковые (разведочные) исследования: суть и характеристика методов проведения. Описательные (дескриптивные) маркетинговые исследования: суть и характеристика методов проведения. Каузальные (причинно-следственные) исследования: суть и характеристика методов проведения.	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Разработка плана маркетингового исследования.	Понятие плана маркетингового исследования. Характеристика структуры плана исследования. Характеристика наиболее часто встречающихся ошибок маркетингового исследования. Юридическое оформление взаимоотношений между заказчиком и исследовательской компанией. Разработка плана-графика маркетингового исследования. Составление бюджета маркетингового исследования. Определение проблемы исследования, его целей, задач и гипотез. Подготовка предложения о проведении маркетингового исследования. Характеристика методов сбора данных. Сбор вторичных данных. Сбор первичных данных. Измерение результатов в маркетинговых исследованиях. Измерение и шкалирование. Характеристика типов измерительных шкал. Сопоставление методов шкалирования. Методы сравнительного шкалирования. Методы не сравнительного шкалирования. Разработка форм для сбора данных. Анкета: понятие, процесс разработки, требования к составлению. Лист наблюдения: понятие, процесс разработки, требования к составлению. Выборка: понятие, методы отбора, типы. Этапы проектирование выборки. Вероятностные выборки. Формирование простой случайной выборки. Стратифицированная выборка. Групповая выборка. Детерминированные выборки. Определение конечного и начального объема выборки.	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
5.	Проведение	Характеристика организационных	Реферат

	полевых работ и возникающие ошибки.	проблем маркетингового исследования. Суть полевых работ. Процесс полевых работ. Отбор, подготовка и контроль работы полевого персонала. Проверка результатов полевых работ. Оценка работы полевого персонала.	Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
6.	Предварительный анализ данных.	Подготовка данных к анализу: проверка анкет; редактирование данных; кодирование, преобразование, очищение данных; статистическая корректировка данных. Оценка различий в результатах измерения. Выбор стратегии анализа данных. Классификация статистических методов обработки данных. Выборочные и не выборочные (систематические) ошибки. Выборочные ошибки: понятие и причины возникновения. Систематические ошибки: понятие и типы. Случайные и неслучайные ошибки. Ошибки наблюдения и не наблюдения. Классификация ошибок наблюдения и методы их локализации. Классификация ошибок не наблюдения и способы их локализации. Ошибки обработки данных и способы их снижения. Суммарная ошибка.	Реферат Кейс Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы
7.	Углубленный анализ данных.	Методы углубленного анализа данных и их характеристика. Вариационный ряд. Построение таблиц сопряженности признаков. Методы проверки гипотез. Дисперсионный и ковариационный анализ: понятие, область применения, последовательность проведения. Корреляционный и регрессионный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения. Дискриминантный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения. Факторный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения. Кластерный анализ: понятие, область использования, последовательность проведения. Многомерное шкалирование: понятие, область использования, последовательность проведения. Совместный анализ: понятие, область	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы

		использования, последовательность проведения	
8.	Отчет по результатам маркетингового исследования.	Этапы разработки отчета о результатах маркетингового исследования. Требования к отчету. Критерии его оценки. Проведение презентации отчета. Преодоление разногласий с заказчиком	Реферат Контрольная работа Разноуровневые задачи Коллоквиумы Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность маркетинговых исследований.	24	2	2	–	20
2.	Процесс маркетинговых исследований	24	2	2	-	20
3.	Виды исследовательских проектов и методы сбора данных.	24	2	2	-	20
4.	Разработка плана маркетингового исследования.	24	2	2	-	20
5.	Проведение полевых работ и возникающие ошибки.	24	2	2	-	20
6.	Предварительный анализ данных.	22	2	2	-	18
7.	Углубленный анализ данных.	22	2	2	–	18
8.	Отчет по результатам маркетингового исследования.	25	3	3	–	19
	Всего	**189**	**17**	**17**	–	**155**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (2 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**

	обучающихся, в т.ч. КСР			
Сущность маркетинговых исследований.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.3 ПК-1.2
Процесс маркетинговых исследований	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.3 ПК-1.2
Виды исследовательских проектов и методы сбора данных.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.3 ПК-1.2
Разработка плана маркетингового исследования.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.3 ПК-1.2

	лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Проведение полевых работ и возникающие ошибки.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	20	ОПК-1.3 ПК-1.2
Предварительный анализ данных.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	18	ОПК-1.3 ПК-1.2
Углубленный анализ данных.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	18	ОПК-1.3 ПК-1.2

	лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Отчет по результатам маркетингового исследования.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	19	ОПК-1.3 ПК-1.2
Всего часов			**155**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Сущность маркетинговых исследований.	2
2	Процесс маркетинговых исследований	2
3	Виды исследовательских проектов и методы сбора данных.	2
4	Разработка плана маркетингового исследования.	2
5	Проведение полевых работ и возникающие ошибки.	2
6	Предварительный анализ данных.	2
7	Углубленный анализ данных.	2
8-9	Отчет по результатам маркетингового исследования.	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Леванова, Л. Н. Ценовая политика организации: теория и практика: учебно-методическое пособие для бакалавров по направлению 38.03.02 - «Менеджмент» / Л. Н. Леванова. — Саратов: Издательство Саратовского университета, 2022. — 244 с. — ISBN

978-5-292-04788-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/127153.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4486-0770-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83809.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине - отдельный документ

Вопросы к экзамену

1. Понятие маркетинга. Эволюция концепций маркетинга с точки зрения поведения потребителя.
2. Понятие, объект и предмет дисциплины «Поведение потребителей».
3. Поведение потребителей и ее связь с другими науками.
4. Сегментирование и удовлетворение потребителя.
5. Психологические факторы поведения потребителей.
6. Потребительское поведение семьи и домохозяйства.
7. Группы и групповые коммуникации.
8. Социальная стратификация.
9. Концепция стиля жизни и его измерение.
10. Модель процесса принятия решений потребителями.
11. Типы процесса принятия решений.
12. Факторы, влияющие на расширение решения о покупке.
13. Понятие нового товара и инновации. Типы инноваций.
14. Диффузия инноваций. Процесс принятия решения об инновации.
15. Классификация потребителей, покупающих новый товар.
16. Понятие экспонирования. Типы каналов распространения информации.
17. Понятие внимания, способы привлечения внимания.
18. Количественные методы изучения поведения потребителей.
19. Качественные методы изучения поведения потребителей.
20. Потребительский экстремизм
21. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний
22. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений
23. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение
24. Демография и культура в потребительском поведении
25. Культурные вариации в потребительском поведении
26. Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение
27. Социальный статус потребителей: показатели и выбор шкалы оценки
28. Типы групп влияния на потребительское поведение
29. Диффузия инноваций и классификация потребителей по скорости освоения инноваций
30. Домохозяйство, его типы, структура, жизненный цикл в маркетинговых решениях
31. Внутренние факторы поведения потребителей и их использование в маркетинге
32. Восприятие
33. Обучение
34. Память
35. Отношения

36. Роль и типы ситуационных факторов в принятии решения о покупке
37. Критерии классификации потребительских решений
38. Активация осознания проблемы потребителем
39. Информационный поиск в потребительском решении
40. Оценочные критерии в потребительском решении
41. Правила принятия решений о выборе альтернатив
42. Источник покупки: критерии выбора потребителем
43. Варианты использования покупок потребителем
44. Послепокупочная оценка альтернатив
45. Типы деловых покупателей и решений о покупке
46. Деловое покупательское поведение, его модель
47. Факторы делового покупательского поведения
48. Консьюмеризм – история и глобальные перспективы
49. Права потребителей и госрегулирование
50. Потребительский экстремизм

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.8 Литература

18. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 294 c. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85277.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

19. Шабашова, Л. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2019. — 160 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89492.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

20. Пороткин, Е. С. Инновационная экономика и цифровизация бизнеса: учебное пособие / Е. С. Пороткин. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 132 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122202.html (дата обращения: 13.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/122202.

21. Зинюк, О. В. Современный дизайн. Методы исследования: монография / О. В. Зинюк. — Москва: Московский гуманитарный университет, 2011. — 128 c. — ISBN 978-5-98079-757-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/8444.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

22. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — 352 c. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85658.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

23. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 c. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

24. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета,

2018. — 153 c. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

25. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7.9 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал

22. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
2. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
5. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
6. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе обучающемуся следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающегося необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающегося. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление обучающегося с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающиеся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающим необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет обучающемуся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант обучающегося», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Ритейл-маркетинг в цифровой экономике»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.04

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся комплексного представления об управлении компанией на принципах маркетинга, отражающего взаимосвязь стратегических и тактических маркетинговых решений и оценку влияния этих решений на результативность бизнеса в сфере ритейла, а также понимания специфики покупательского поведения и компетенций, необходимых для успешного управления потребительским опытом в современном ритейле.

Задачи:

- ознакомление с современными маркетинговыми технологиями, применяемыми в ритейле;
- обучение навыкам анализа трендов бизнес-среды;
- изучение основных направлений позиционирования в современной розничной торговле;
- формирование практических навыков применения инструментов продвижения в ритейле;
- приобретение навыков применения основных способов выявления новых трендов развития онлайн и оффлайн ритейла и моделей потребления;
- выработка умения прогнозирования влияния внешней маркетинговой среды на маркетинговые решения ритейлера.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ОПК-3.3. Владеет навыками обоснования приоритетных направлений развития сферы обращения.	***Знать:*** - технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении; ***Уметь:*** - подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг; ***Владеть:*** - навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг.
ПК-1. Демонстрирует навыки подготовки к проведению	ПК-1.1 - Демонстрирует навыки разработки и согласования плана проведения маркетингового	***Знать:*** методологию заказа и анализа

маркетингового исследования	исследования в цифровой экономике	результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Умеет:*** заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Владеет:*** навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» могут быть использованы при написании магистерской диссертации, а также для изучения последующих дисциплин.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**74**	**74**

Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	14	14
Реферат (Р)	30	30
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Введение в предмет.	Что такое ритейл, составляющие ритейла, рынок ритейла в России и за рубежом Общая характеристика и понятийно-категориальный аппарат дисциплины. Роль и место в образовательном процессе. Роль и место в профессиональной деятельности. Основные определения понятия «ритейла». История становления ритейла. Основные классификации ритейла: по ценовой политике, по ассортиментной политике, по территориальной экспансии. Структура ритейла: отделы, функции, принципы работы.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
2.	Позиционирование и стратегия сетей	Виды стратегий. Основные элементы позиционирования. CVP, Категорийный менеджмент - понятия, принципы формирования.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
3.	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	Типология ЦА по соц-демо, покупательскому поведению, RFM-анализ. Компании и методы, определяющие профиль ЦА. Взаимодействие с потребителем и его участие в работе сети.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Инструменты продвижения в ритейле	Основные направление продвижения: трейд-маркетинг, лояльность, ATL, инстор. Расчет эффективности. Сезонность. Коллаборации с производителями.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

5	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	Организация торгового зала. Выкладка продукции. Путь клиента для максимизации продаж	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
6	CTM – как двигатель продаж	Важность для ритейла. Стратегии CTM. 4p CTM. Брендинг и нейминг. Принципы формирования портфеля и ассортимента. Продвижение CTM.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	Базовые элементы UX дизайна. Методы повышения качества обслуживания. Основные инструменты удержания клиента через удобство.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
8	Онлайн ритейл	История формирования. Виды и особенности работы. Будущее ритейла за онлайном	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в предмет.	14	2	2	–	8
2.	Позиционирование и стратегия сетей	14	2	2	-	10
3.	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	12	2	2		8
4.	Инструменты продвижения в ритейле	14	2	2		10
5.	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	12	2	2		8

6	СТМ – как двигатель продаж	14	2	2		10
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	14	2	2		10
8	Онлайн ритейл	16	3	3		10
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**74**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Введение в предмет.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Позиционирование и стратегия сетей	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Инструменты продвижения в ритейле	Подготовка к лекциям и практическим	Домашние задания Реферат	10	ОПК-3.3 ПК-1..1

	занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Устный опрос Кейс Тестовые задания		
CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
СТМ – как двигатель продаж		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Онлайн ритейл		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Всего часов			**74**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Введение в предмет.	2
2	Позиционирование и стратегия сетей	2
3	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	2
4	Инструменты продвижения в ритейле	2
5	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	2
6	CTM – как двигатель продаж	2
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	2
8-9	Онлайн ритейл	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователейШмидт, Р. А. Финансовые аспекты маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Р. А. Шмидт, Х. Райт. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 527 с - ISBN 5-238-00110-X.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

Отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.10 Литература

1. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.11 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал.
4. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
6. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
7. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
8. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

23. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
2. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
3. Информационный портал - http://www.banki.ru
4. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов- http://www.brandtop.ru
7. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
8. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
9. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные

дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе обучающемуся следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающийсяа. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающийсяом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающийсяа свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.

3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающийсяов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление обучающийсяов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающиеся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающийсяов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«B2B Маркетинг»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.04

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «B2B Маркетинг» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: способствовать формированию современного маркетингового мышления, накоплению и систематизации знаний, приобретению компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке и практическом применении современных концепций, методов и моделей маркетинга business-to-business (B2B). Для достижения этой цели особое внимание уделяется самостоятельной работе обучающихся по изучению и критическому осмыслению современных тенденций развития рынков B2B, возможностей использования имеющихся и развития новых подходов, методов, моделей маркетинга business-to-business для решения актуальных проблем в области маркетингового управления.

Задачи:

- изучение особенностей маркетинга business-to-business (B2B), методов и инструментов маркетинга, используемых на рынках B2B.
- ознакомление с современными тенденциями в развитии теоретических основ и практики маркетинга business-to-business (B2B), включая использование достижений в развитии маркетинга взаимодействия и партнерских отношений, маркетинга, ориентированный на стоимость, разработку и использование моделей ценности товаров и услуг, использование IT-технологий в маркетинговой деятельности
- формирование компетенций, необходимых для практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий при проведении маркетингового аудита, при анализе и обосновании решений в области маркетинга на рынках B2B, при разработке маркетинговых планов и проектов
- приобретение знаний и навыков, необходимых для постановки и практического решения задач:

✓ исследования рынков, оценки их потенциала, прогнозирования объемов продаж

✓ диагностики маркетинговой ситуации и проведения маркетингового аудита

✓ разработки и использования методов и моделей оценки влияния маркетинговых решений на воспринимаемую потребителями ценность товарных предложений, на потребительский спрос, на удовлетворенность и лояльность потребителей и на возможности развития партнерских взаимоотношений с ними

✓ сегментирования рынков, выбора целевых сегментов, позиционирования фирмы, её товаров и услуг на целевых сегментах рынка

✓ разработки и обоснования стратегических планов, маркетинговых решений по товарной и ценовой политике, политике распределения и коммуникаций.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «B2B Маркетинг» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)

ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;	ОПК-2.1. Знает современные инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	***Знать:*** - технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении; ***Уметь:*** - подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг; ***Владеть:*** - навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг.
ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.4 - Демонстрирует навыки подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований для усовершенствования процесса взаимодействия бизнеса с бизнесом	***Знать:*** методологию заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Умеет:*** заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Владеет:*** навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «B2B Маркетинг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами

федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «B2B Маркетинг» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «B2B Маркетинг», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «B2B Маркетинг» могут быть использованы при написании магистерской диссертации, а также для изучения последующих дисциплин.

4. **Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	3 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**68**	**68**
Лекции (Л)	*34*	*34*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**40**	**40**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	10	10
Реферат (Р)	10	10
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	20	20
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Введение в маркетинг B2B.	Значение и особенности маркетинга business to business (B2B). Особенности маркетинга B2B. Типология товаров и услуг для бизнеса и их основных потребителей. Особенности спроса на отдельные виды товаров и услуг (вторичный характер, эластичность,	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс

		зависимость от изменения Внешней среды). Понятие о цепях снабжения, цепочках и сетях создания ценности. Особенности маркетинговой деятельности на различных макросегментах рынка B2B. Ценность товаров и услуг для потребителя. Роль соотношения между ценностью, ценой и издержками производителя в обеспечении конкурентоспособност и. Факторы, определяющие воспринимаемую потребителем ценность, методы оценки и подходы к увеличению ценности. Ценность в использовании, Value in Use, VIU. Современные проблемы маркетинга B2B, их связь с тенденциями изменения Внешней среды (включая глобализацию, ужесточение конкуренции, повышение информированности потребителей и их рыночного влияния). Состояние и перспективы расширения использования на рынках B2B концепций маркетинга, ориентированного на потребителя, маркетинга взаимодействия и партнерских отношений, маркетинга, ориентированного на стоимость, подходов, предусматривающих разработку и использований моделей ценности. Роль IT-технологий в развитии маркетинга на рынках товаров и услуг для бизнеса.	Тестовые задания
2.	Структура, особенности и тенденции развития рынков B2B.	Среда маркетинга B2B Взаимодействия организаций бизнеса: внутриотраслевые, межотраслевые, международные. Анализ маркетинговой ситуации и среды маркетинга B2B в отдельных отраслях экономики России с использованием вторичных источников информации и инструментов стратегического анализа. Влияние взаимоотношений участников цепочек создания ценности на эффективность бизнеса. Тенденции развития рынков B2B. Повышение гибкости цепочек создания ценности. Усиление роли места, занимаемого фирмой в сетях взаимодействия, в обеспечении её конкурентоспособности и возможности устойчивого развития. Консолидация поставщиков, укрупнение объектов поставок, расширение участия	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		поставщиков в разработке инновационных товаров. Анализ эффективности специализации, увеличения масштабов производства, взаимной адаптации поставщиков и потребителей, использования закономерностей снижения издержек в процессе обучения.	
3.	Процессы закупок. Поведение покупателей товаров и услуг на рынках B2B	ипология ситуаций закупок на рынках B2B. Модель сетки закупок. Повторные, модифицированные и новые закупки. Причины возникновения ситуаций новой закупки, их учёт в маркетинге. Особенности, организация, этапность и процедуры процессов закупок. Иерархия потребностей организаций бизнеса. Коллективный характер решений о закупках. Понятие о центре закупок. Характеристики закупочного центра, его участники, их роль на разных этапах процесса закупки. Мо тивы по ведения отдельных участников закупочных центров и закупающих организаций. Модели процессов закупок, подходы к их исследованию.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Сегментирование и позиционировани е на рынках B2B	Тенденции и причины углубления сегментации на рынках B2B. Особенности отдельных видов товаров и услуг для бизнеса. Подходы к классификации товаров промышленного назначения. Типология покупателей на рынках промышленных товаров. Преимущества сегментирования по П. Дойлю, их использование производителями товаров и услуг для бизнеса. Значение сегментирования на рынках товаров и услуг для бизнеса. Основные подходы к решению задач сегментирования, критерии и методы выбора целевых сегментов. Классификаторы промышленной продукции и видов экономической деятельности. Идентификация и оценивание сегментов рынка. Использование ретроспективной информации о продажах и клиентах фирмы. Исследование прибыльности клиентов.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
5	Информационная система маркетинга.	Маркетинговые исследования на рынках B2B Информационное обеспечение маркетинга. Внутрифирменные информационные системы. Роль вторичных источников информации. Виды, типовые	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс

		задачи и методы маркетинговых исследований на рынках B2B. Постановка и проведение исследований. Виды прикладных маркетинговых исследований для определения и решения проблем. Зондирующие, дескриптивные и каузальные исследования, их роль на рынках товаров для бизнеса. Содержание, этапность и значение маркетингового аудита. Роль оценок потенциала рынка и прогнозов продаж. Применение методов прогнозирования. Использование статистических данных и экспертных оценок. Проблемы выявления и учёта слабых сигналов рынка о предстоящих стратегически важных изменениях.	Тестовые задания
6	Стратегический маркетинг в организациях, работающих на рынках B2B	Особенности маркетинга менеджмента на рынках B2B. Стратегические цели организации, роль маркетинга в их достижении. Место маркетинга в функционально интегрированном планировании. Структура и содержание стратегического плана маркетинга. Использование инструментов стратегического анализа при маркетинговом планировании. Проблемы и выгоды маркетингового планирования. Этапность формирования и управление реализацией маркетинговых стратегий и текущих планов.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7	Товарная политика на рынках B2B. Роль маркетинга в инновационном развитии бизнеса, в создании и выведении на рынок новых товарных предложений	Товарная политика фирмы. Классификация товарных предложений. Выбор и обоснование стратегических маркетинговых решений по номенклатуре и программе производства товаров и услуг. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности. Проблемы неопределенности и рисков. Этапность инновационных процессов. Открытые и закрытые модели инноваций. Проектный подход к управлению созданием новых товаров, их выведением на рынок. Понятие о бизнес -моделях (моделях бизнеса), их значении успешного инновационного развития. Роль маркетинга	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
8	Цены и ценообразование на рынках B2B	Особенности и методы решения задач ценообразования в маркетинге B2B. Основные ценообразующие факторы. Ценовые стратегии и ценовая политика фирмы. Методические подходы к ценообразованию: затратный и ценностной подходы. Методы обоснования цен с учётом стратегии фирмы. Учёт эффектов масштаба и опыта при обосновании возможностей	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		снижения цен и издержек. Анализ безубыточности, целевой прибыли. Возможности совершенствования ценообразования на основе комплексного управления снижением издержек и ростом ценности товарных предложений для потребителя. Роль маркетинговых исследований эластичности спроса	

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в маркетинг B2B.	13	4	4	_	5
2.	Структура, особенности и тенденции развития рынков B2B.	13	4	4	-	5
3.	Процессы закупок. Поведение покупателей товаров и услуг на рынках B2B	13	4	4		5
4.	Сегментирование и позиционирование на рынках B2B	13	4	4		5
5.	Информационная система маркетинга.	13	4	4		5
6	Стратегический маркетинг в организациях, работающих на рынках B2B	13	4	4		5
7	Товарная политика на рынках B2B. Роль маркетинга в инновационном развитии бизнеса, в создании и выведении на рынок новых товарных предложений	13	4	4		5
8	Цены и ценообразование на рынках B2B	17	6	6		5
	Всего	**108**	**34**	**34**	_	**40**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**

	обучающихся, в т.ч. КСР			
Введение в маркетинг B2B.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Структура, особенности и тенденции развития рынков B2B.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Процессы закупок. Поведение покупателей товаров и услуг на рынках B2B	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Сегментирование и позиционирование на рынках B2B	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Информационная система маркетинга.	Подготовка к лекциям и	Домашние задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4

	практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания		
Стратегический маркетинг в организациях, работающих на рынках B2B	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Товарная политика на рынках B2B. Роль маркетинга в инновационном развитии бизнеса, в создании и выведении на рынок новых товарных предложений	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Цены и ценообразование на рынках B2B	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-2.1 ПК-2..4
Всего часов			**40**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1-2	Введение в маркетинг B2B.	4
3-4	Структура, особенности и тенденции развития рынков B2B.	4
5-6	Процессы закупок. Поведение покупателей товаров и услуг на рынках B2B	4
7-8	Сегментирование и позиционирование на рынках B2B	4
9-10	Информационная система маркетинга.	4
11-12	Стратегический маркетинг в организациях, работающих на рынках B2B	4
13-14	Товарная политика на рынках B2B. Роль маркетинга в инновационном развитии бизнеса, в создании и выведении на рынок новых товарных предложений	4
15-17	Цены и ценообразование на рынках B2B	6

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователейШмидт, Р. А. Финансовые аспекты маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Р. А. Шмидт, Х. Райт. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 527 с - ISBN 5-238-00110-X.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

Отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.12 Литература

1. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.13 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал.
4. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
6. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
7. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
8. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

3. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
4. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
5. Информационный портал - http://www.banki.ru
6. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
7. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов- http://www.brandtop.ru
9. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
10. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
11. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «B2B Маркетинг» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «B2B Маркетинг» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе обучающемуся следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в

коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающегося. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление обучающегося с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающиеся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающегося свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг в финансовых организациях»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.06

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся целостного представления о теории и практике финансового маркетинга как концепции развития маркетинга на финансовых рынках, его роли в решении стратегических и тактических задач банковской, страховой и инвестиционной сферы, основываясь на современных маркетинговых методах и технологиях.

Задачи:

- изучение потребительского поведения, нужд и потребностей финансового рынка;
- ознакомление с системой маркетинговой информации финансовых организаций и способах её получения, обработки и анализа;
- изучение конкурентной среды;
- ознакомление с методами сегментирования финансового рынка и позиционирования на нем;
- овладение практическими инструментами принятия маркетинговых решений по продукту;
- овладение необходимыми навыками для разработки и реализации комплекса маркетинга туристской организации.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Маркетинг в финансовых организациях» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК 4.1 Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности ОПК 4.2. Умеет обосновывать стратегические решения в профессиональной деятельности на основе экономического и финансового анализа	***Знать:*** - основные термины и определения; – основные процедуры и методы исследований в финансовой сфере; – специфику работы финансовых учреждений и организаций; – законы функционирования финансового рынка и средства его регулирования; – тенденции развития спроса, разработки стратегии развития финансовых учреждений, организаций и тактики его рыночного поведения; – методы выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли

		в структуре потребностей различных групп потребителей; – подходы к разработке товарной и коммуникационной политики финансовых учреждений и организаций; – стратегии сбыта, каналы распределения и организацию системы товародвижения и продаж. ***Уметь:*** - анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых финансовых услуг; - использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; - разрабатывать товарную политику; - правильно выбирать цели, методы и стратегии ценообразования; - разрабатывать стратегию сбытовой деятельности финансовых учреждений и организаций; - создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать имидж; - организовывать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб. ***Владеть:*** - методами оценки эффективности финансового маркетинга; - навыками изучения и прогнозирования спроса потребителей, а также удовлетворения потребностей покупателей методами финансового маркетинга.
ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового	ПК-2.1 - Способен разработать предложения по	***Знать:*** процесс проведения маркетингового исследования

исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий.	с выявлением характерных ошибок, которых следует избегать в Интернет-проектах; ***Уметь:*** - организовать процесс проведения маркетингового исследования с помощью интернет-технологий ***Владеть:*** - способами организации процесса проведения маркетингового исследования современных инструментов, применяемых при проведении комплекса работ по Интернет-маркетингу

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинг в финансовых организациях» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать следующим набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	1 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*

Самостоятельная работа:	**110**	**110**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	20	20
Реферат (Р)	30	30
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	70	70
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Понятие финансового маркетинга	Понятие и сущность маркетинга: нужда, потребность, спрос, запрос, рынок, «4р». Понятийный аппарат финансового маркетинга. История развития финансового маркетинга в России и за рубежом Концепции финансового маркетинга. Финансовый рынок. Макросреда финансового маркетинга. Микросреда финансового маркетинга.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Маркетинговые исследования финансового рынка.	1. Понятие и виды маркетинговой информации 2. Первичная и вторичная информация 3. Инструментарий сбора информации 4. Понятие и виды маркетинговых исследований 5. Сегментирование финансового рынка.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
3.	Стратегии и планирование финансового маркетинга	1. Анализ маркетинговых возможностей фирмы 2. SWOT-, PEST -, ABC - анализ финансового продукта/услуги. 3. Методы маркетингового стратегического анализа 4. Матрица БКГ 5. Матрица Мак-Кинзи 6. Матрица Ансоффа 7. Матрица внешних приобретений 8. ГЭП-анализ финансового продукта/услуги 9. Оценка конкурентоспособности финансового продукта/услуги	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Комплекс финансового маркетинга и его инструменты	1.Жизненный цикл финансового продукта/услуги 2. ATL-, BTL - коммуникации в продвижении финансовых продуктов и услуг 3. PR в продвижении финансовых продуктов и услуг 4. SMM в	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс

		продвижении финансовых продуктов и услуг 5.Особенности ценообразования на финансовые продукты и услуги	Тестовые задания Экзаменационные материалы
5	Основы маркетинга в организации деятельности инвестиционных посредников по видам ценных бумаг	1. Категории и виды ценных бумаг. 2. Первичная классификация ценных бумаг. 3. Фондовые и коммерческие бумаги. 4. Вспомогательные ценные бумаги. 5. Понятие котировки ценных бумаг. 6. Биржевая котировка. 7. Курс ценных бумаг. 8. Каналы и технология первичного размещения ценных бумаг	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Понятие финансового маркетинга	30	4	4	–	22
2.	Маркетинговые исследования финансового рынка.	30	4	4	-	22
3.	Стратегии и планирование финансового маркетинга	30	4	4		22
4.	Комплекс финансового маркетинга и его инструменты	26	2	2		22
5.	Основы маркетинга в организации деятельности инвестиционных посредников по видам ценных бумаг	28	3	3		22
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**110**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**

Понятие финансового маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	22	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-2.1
Маркетинговые исследования финансового рынка.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	22	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-2.1
Стратегии и планирование финансового маркетинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	22	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-2.1
Комплекс финансового маркетинга и его инструменты	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	22	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-2.1

	занятия, подготовка к РК			
Основы маркетинга в организации деятельности инвестиционных посредников по видам ценных бумаг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	22	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ПК-2.1
Всего часов			**110**	

4.5. Практические занятия (1 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1-2	Понятие финансового маркетинга	4
3-4	Маркетинговые исследования финансового рынка.	4
5-6	Стратегии и планирование финансового маркетинга	4
7	Комплекс финансового маркетинга и его инструменты	2
8-9	Основы маркетинга в организации деятельности инвестиционных посредников по видам ценных бумаг	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Резник, И. А. Банковский маркетинг (сборник задач, логических схем и тестов) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки Экономика / И. А. Резник; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. банк. дела и

страхования. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1.16 Mb). - Оренбург: ОГУ, 2014. -Adobe Acrobat Reader 6.0 – Режим доступа: http://artlib.osu.ru/web/books/metod all/4440 20140402.pdf

2. Шмидт, Р. А. Финансовые аспекты маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Р. А. Шмидт, Х. Райт. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 527 с - ISBN 5-238-00110-Х.

3. Исаева, Е. А. Стратегический менеджмент в финансово-кредитных организациях [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Е. А. Исаева. - Москва: КНОРУС, 2016. - 345.: ил. - (Бакалавриат). - Глоссарий: с. 167- 171. - Библиогр.: с. 172-174 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-406-00047-2.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

отдельный документ

Вопросы к зачету

61. Цели маркетинговой деятельности.
62. Критерии оценки эффективности стратегии.
63. Соответствие внешней среде. Эффект времени.
64. Производительность против эффективности. Эффективность организационной структуры.
65. Каковы основные цели маркетинговой деятельности?
66. Каковы критерии эффективности маркетинговой стратегии?
67. Как оценить эффективность организационной структуры?
68. Что такое целевая аудитория?
69. Каковы основные этапы маркетингового исследования в финансовой организации?
70. Как организовывается маркетинговое исследование в финансовой организации?
71. Прибыльность компании. Стоимость акционерного капитала.
72. Удовлетворение потребностей потребителей.
73. Цели заинтересованных групп: акционеры, менеджмент фирмы, потребители, сотрудники,
74. кредиторы
75. Что такое компания, ориентированная на потребителей?
76. Как создается компания, ориентированная на потребителей?
77. Почему важен маркетинговый план?
78. Какие исследования дают статистически достоверные результаты?
79. Что такое выборочный метод?
80. Что такое репрезентативная выборка? Зачем она нужна?
81. Что такое случайная и систематическая погрешность в данных опросов?
82. Основные симптомы кризиса компании.
83. Общие причины кризиса. Трансформация отрасли.
84. Основные финансовые показатели и их контроль.
85. Какие финансовые показатели необходимо отслеживать и повышать?
86. Что означает консолидация и трансформация компании?
87. Каковы краткосрочные и долгосрочные улучшения показателей деятельности компании?

88. Каковы преимущества работы по сбору вторичной информации?
89. Каковы недостатки работы по сбору вторичной информации?
90. Как организовывается проверка данных, полученных из вторичных источников?
91. Что такое проективные методики?
92. Каковы примеры проективных методик?
93. Каковы основные виды опросов?
94. Что такое леддеринг?
95. Что такое инсайт?
96. Что такое измерительные шкалы?
97. Что такое выборка в маркетинговых исследованиях?
98. Что такое генеральная совокупность и как она определяется?
99. Что такое априорная и апостериорная сегментация потребителей?
100. Что такое кластерный анализ и каково его применение в анализе опросных данных?

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.14 Литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85658.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.15 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал

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

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
2. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru

3. Информационный портал - http://www.banki.ru
4. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов-http://www.brandtop.ru
7. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
8. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
9. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Маркетинг в финансовых организациях» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом

лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а

также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» является изучение современных подходов к управлению организационным поведением и поведением потребителей, формирование навыков определения организационного поведения, культуры организации, в условиях динамично меняющейся внутренней и внешней среды организации.

Задачи:

- изучение теоретических и методологических основ организационного поведения, закрепление теоретического материала в процессе проведения групповых упражнений, деловых игр, апробации техник организационного развития;
- развитие в студентах понимания поведенческой, социокультурной, институциональной природы организаций и умения учитывать эти аспекты в практике принятия и реализации управленческих решений;
- формирование навыков распознавания стереотипов поведения сотрудников компании, определения типа организационной культуры, организационного поведения, разрешения конфликтов в организации, способов управления изменениями в организации, мотивационной системы организации, и использования их для выработки управленческих решений;
- ознакомление с отечественной практикой, проблемами и перспективами управления поведением как организации, так и в организации.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-2 - Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ОПК-2.2- Умеет применять современные инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности потребителей	***Знать:*** - современные инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных для изучения теории поведения человека в организации: макро- и микросоциологические формы и модели организационного поведения; - типы организационной культуры и методы ее формирования; - модели организационной культуры - индивидуальные психологические различия людей и их влияние на организационное поведение; ***Уметь:*** - доводить информацию до коллег;

		- диагностировать тип личности; - выявлять факторы, влияющие на поведение человека; - профилактики стресса; - распознавать стереотипы поведения сотрудников; - выявлять мотивирующие и демотивирующие факторы организационного поведения ***Владеть:*** - навыками презентации защиты проектов; - формирования имиджа организации; - модификации поведения человека в организации
ПК-1 - Демонстрирует навыки подготовки к проведению маркетингового исследования	ПК-1.3 - Демонстрирует навыки поиска первичной и вторичной маркетинговой информации, и анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг	***Знать:*** - методы структуризации общих потребностей; - систему методов изучения и прогнозирования будущих нужд, запросов и предпочтений потенциальных потребителей; - модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него; - последовательность проведения анализа возможностей освоения рынка; ***Уметь:*** - определять структуру удовлетворенных и неудовлетворенных потребностей потребителей; - выявлять факторы, влияющие на изменение запросов и предпочтений и на поведение потребителей на рынке в целом; - выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей; - моделировать покупательское поведение, подводя потребителя к принятию решения о покупке. ***Владеть:*** - методами разработки и реализации маркетинговых программ в плане изучения и управлении поведением потребителей. Должен демонстрировать способность и готовность: Обладать навыками интерпретации потребительского поведения и разработки предложений по влиянию на

		потребителя с использованием специальной терминологии.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать следующим набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике и бизнес коммуникации» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 7 зачетных единиц (252 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов		
	1 семестр	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**51**	**85**
Лекции (Л)	*17*	*17*	*34*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*34*	*51*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**38**	**102**	**140**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	*Не предусмотрены*	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	8	22	30
Реферат (Р)	10	30	40
Эссе (Э)	10	30	40

Самостоятельное изучение разделов	10	20	30
Экзамен	Зачет	Экзамен-27	27

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Природа и характеристика поведения человека в организации	Природа и характеристика организации. Понятие и основное содержание организационного поведения, его влияние на процессы управления, результативность и развитие организации. Связь дисциплины с другими науками. Формы и модели организационного поведения. Методы изучения организационного поведения. Психологические теории поведения человека в организации: Теории бихевиористской ориентации: Дж,Уотсона, Б.Скиннера, Э.Толмена, Э.Торндайка, А.Бандуры. Теория психоанализа З.Фрейда, К.Юнга, А.Адлера, К.Хорни. Теории когнитивистской ориентации К.Левина, Л.Фестингера. Теории роста (Гуманистическая психология). Микросоциологические теории поведения человека в организации: классическая теория ? социального действия? М. Вебера, символический интеракционизм, этнометодолия. Макросоциологические теории поведения человека в организации: общая теория социального действия, теория обмена.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
2.	Личность и ее развитие в организации.	Личность и организация. Индивидуальные психологические различия людей и их влияние на организационное поведение. Свойства личности. Окно Джогари. Понятие и типы темперамента. Определение рода деятельности, наиболее подходящего для различных типов темперамента. Понятие и типы характеров. Черты характера. Акцентуация. Типология людей на основе соционических признаков. Интертипные отношения. Модификация поведения человека в организации. Факторы, влияющие на поведение человека в организации. Адаптация и научение организационному поведению. Ролевое поведение.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
3.	Коммуникативное поведение в организации	Коммуникации. Понятие и модели коммуникативного поведения. Деловое общение и его фазы. Коммуникативный,	Домашние задания Реферат

		интерактивный и перцептивный аспекты делового общения. Мотивы внутриорганизационных коммуникаций. Коммуникационный процесс в организации. Каналы общения. Односторонние и двусторонние коммуникации, их преимущества и недостатки. Вербальное и невербальное коммуникативное поведение. Коммуникативные барьеры. Методы слушания. Трансакционный анализ. Виды трансакций. Манипуляции и меры борьбы с ними.	Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
4.	Мотивация и результативность организации.	Мотивация и научение. Влияние мотивации на результативность организации и целепологание. Виды мотивов в организационном поведении. Типы трудовой мотивации. Факторы, влияющие на мотивацию. Динамика мотивации труда. Этапы служебной карьеры и мотивация. Целеполагание.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
5	Поведение потребителей: понятия, цели и задачи курса	Понятие поведения потребителей. Ориентация на потребителя основа конкурентного поведения фирмы. Предпосылки возникновения дисциплины. Факторы, оказавшие влияние на формирование дисциплины. Этапы становления направления. Подходы к анализу поведения потребителя: экономический, психологический, социологический. Поведение потребителей в контексте современного маркетинга: современный этап развития маркетинга, его отличительные черты от предыдущих исторических этапов развития.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
6	Теории потребительского поведения	Теория потребительского поведения: правило максимизации полезности, эффект дохода и эффект замещения, кривые безразличия. ценность и потребительская ценность. Потребительское предпочтение. Психологические теории, адаптированные "Поведением потребителя" Бихевиоризм Б. Ф. Скиннера, концепция А. Бандуры. концепция Дж. Роттера, Я-концепция. "Черный ящик" потребителя. Теория ценностей Роккича.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
7	Процесс принятия решения о покупке	Этапы процесса принятия решения о покупке. Потребность, мотивация, мотив, мотивационный конфликт. Типы информационного поиска. Закономерности восприятия и переработки информации	Домашние задания Реферат Устный опрос

		потребителем. Ситуационные факторы покупки: место покупки, присутствие других. Оценка, отношение, установка. Удовлетворенность. Лояльность. Оценка вариантов. Покупка	Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
8	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение. Группы и групповые коммуникации в потребительском поведении Группы и их типы. Референтные группы. Виды влияния референтных групп на поведение потребителей. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Теория социального класса"	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы
9	Внутренние факторы поведения потребителя	Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Психографика. Эффект показного потребления. Концепции жизненного стиля. Модели описания жизненного стиля. Ресурсы потребителей: экономические, временные, когнитивные. Формирование креативного класса.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Природа и характеристика поведения человека в организации	16	4	4	–	8
2.	Личность и ее развитие в организации.	16	4	4	-	8
3.	Коммуникативное поведение в организации	18	4	4		10
4.	Мотивация и результативность организации.	22	5	5		12
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**38**

Темы дисциплины, изучаемые во втором семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Поведение потребителей: понятия, цели и задачи курса	32	4	8	_	20
2.	Теории потребительского поведения	32	4	8	-	20
3.	Процесс принятия решения о покупке	32	4	8		20
4.	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	28	2	4		20
5.	Внутренние факторы поведения потребителя	29	3	6		22
	Всего	**153**	**17**	**34**	_	**102**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Природа и характеристика поведения человека в организации	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-2.2 ПК-1.3
Личность и ее развитие в организации.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ОПК-2.2 ПК-1.3

Коммуникативное поведение в организации	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	10	ОПК-2.2 ПК-1.3
Мотивация и результативность организации.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.2 ПК-1.3
Поведение потребителей: понятия, цели и задачи курса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	24	ОПК-2.2 ПК-1.3

Теории потребительского поведения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	24	ОПК-2.2 ПК-1.3
Процесс принятия решения о покупке	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	24	ОПК-2.2 ПК-1.3
Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания Экзаменационные материалы	24	ОПК-2.2 ПК-1.3

	занятия, подготовка к РК			
Внутренние факторы поведения потребителя			23	ОПК-2.2 ПК-1.3
Всего часов			**140**	

4.5. Практические занятия (1 семестр).

№ тем	*Тематика лабораторных занятий*	*Количество часов*
1-2	Природа и характеристика поведения человека в организации	4
3-4	Личность и ее развитие в организации.	4
5-6	Коммуникативное поведение в организации	4
7-9	Мотивация и результативность организации.	5

2 семестр

№ тем	*Тематика* практических *занятий*	*Количество часов*
1-4	Поведение потребителей: понятия, цели и задачи курса	8
5-8	Теории потребительского поведения	8
9-12	Процесс принятия решения о покупке	8
13-14	Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	4
15-17	Внутренние факторы поведения потребителя	6

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Посыпанова, О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей: монография / О. С. Посыпанова. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 341 с. — ISBN 978-5-4487-0467-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/80372.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Мамистова, Е. А. Экономическое поведение потребителей: учебно-методическое пособие по организации обучения для направления подготовки: 38.04.01 «Экономика» / Е. А. Мамистова, Е. Б. Фалькович, Н. В. Шишкина. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. — 78 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART:

[сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/72788.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

Отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1Литература

1. Меликян, О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 280 c. — ISBN 978-5-394-03521-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110974.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователейPerformance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас /Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 c. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Катаев, А. В. Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 c. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Ветцель, К. Я. Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 c. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
2. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ - http://www.minfin.ru
5. Система профессионального анализа рынков и компаний СПАРК - http://www.spark-interfax.ru.
6. Официальный сайт Правительства РФ - www.government.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если

программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.08

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: получение знаний и навыков в области проектирования товаропроводящих процессов в логистике, организации материально-технического снабжения и сбыта.

Задачи:

- планирование и принятие решений в области логистики, оценка их эффективности;
- управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия;
- осуществление формирования средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации;
- выполнение исследований, прогнозирование, моделирование и оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов;
- осуществляет разработки и совершенствования сбытовой политики организации
- осуществление исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, логистики, маркетинга.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.	ОПК 5.3 Владеет навыками выполнения научно-исследовательских работ и проектов с использованием информационно-аналитических систем	***Знать:*** – способы разработки логистических проектов с использованием информационно-аналитических систем ***Уметь:*** - выполнять научно-исследовательские задачи проектирования товаропроводящих систем с использованием информационно-аналитических систем ***Владеть:*** - навыками разработки научно-исследовательских проектов складского обеспечения товародвижения с использованием информационно-аналитических систем
ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового	ПК-2.3 - Владеет методами совершенствования	***Знать:*** методы совершенствования логистической деятельности

исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	логистической деятельности коммерческих предприятий	коммерческих предприятий и проектирования системы логистического обслуживания ***Уметь:*** - проектировать систему логистического обслуживания ***Владеть:*** - методами совершенствования логистической деятельности товародвижения и управления запасами

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**51**	**51**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*34*	*34*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**93**	**93**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена

Решение задач (РЗ)	20	20
Реферат (Р)	20	20
Эссе (Э)	13	13
Самостоятельное изучение разделов	60	60
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики	Понятие, цель и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе логистики. Сравнительная характеристика традиционной и логистической организации товаропроводящих систем. Необходимость периодической модернизации логистических систем в товародвижении. Содержание работ по проектированию и модернизации логистических систем. Методы проектирования логистических систем в товародвижении. Оценка срока окупаемости капитальных вложений в логистические системы. Принятие проектных решений в логистике с использованием критерия минимума приведенных затрат	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
2.	Проектирование систем управления запасами в логистике товародвижения	Понятие, роль и виды запасов в товародвижении. Понятие материального запаса. Роль запасов в товародвижении. Основные виды запасов. Показатели управления запасами. Задача учета затрат на создание и содержание запасов. Расчет удельных затрат на создание запасов. Расчет удельных затрат на содержание запасов. Практическое применение информации о размере удельных затрат на содержание запаса	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
3.	Нормирование текущих запасов	Нормы запасов: понятие, роль в логистике Нормирование текущего запаса на основе расчета оптимального размера заказа. Взаимосвязь параметров целевой функции управления запасами. Определение нормы текущего запаса на основе сложившейся пропорции между удельными затратами на создание запасов и удельными затратами на содержание запасов. Определение нормы текущего запаса на основе расчета средневзвешенного интервала поставки в закрытом периоде. Определение нормы	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		текущего запаса на основе информации о полном времени обработки заказа (Lead time)	
4.	Проектирование складского обеспечения товародвижения	Склады в торговле: классификация и основные функции. Проблемы и задачи организации складирования. Понятие и классификация складов. Функции складов в цепи товародвижения. Проблемы организации складирования в товародвижении. Частные проблемы, с которыми сталкивается менеджмент складов. Задачи, связанные с организацией складирования	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
5.	Развитие и размещение складов торговой организации	Принятие решения о строительстве собственного склада, аренде складской мощности или покупке услуг логистического оператора. Определение оптимального количества складов в зоне обслуживания. Выбор места расположения склада. Определение места размещения склада по критерию минимума грузооборота транспорта методом центра тяжести грузопотоков. Определение места размещения склада по критерию минимума грузооборота транспорта методом «пробной точки». Выбор участка под склад. Выбор оптимального варианта складирования	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
6.	Проектирование и стандартизация складского технологического процесса	Последовательность проектирования складского технологического процесса. Требования, которым должен удовлетворять складской процесс. Моделирование складского технологического процесса. Стандартизация складского технологического процесса. Сетевое планирование складских процессов. Оценка потребности организации в складской площади. Технические и трудовые ресурсы склада. Основные виды помещений и площадей товарного склада. Структура складской площади. Определение потребности в складской площади. Технологическая планировка склада	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7.	Проектирование системы логистического обслуживания	Понятие логистической услуги и логистического обслуживания. Логистические услуги, оказываемые потребителям в цепях товародвижения. Характеристики качества логистического обслуживания. Показатели уровня качества логистического обслуживания. Влияние уровня качества логистического обслуживания на результаты бизнеса поставщика услуг. Определение	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		приоритетных направлений совершенствования качества логистического обслуживания. Расхождения сервисных ожиданий клиентов и фактических параметров логистического обслуживания. Задачи проектирования системы логистического обслуживания	

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики	20	2	4	–	14
2.	Проектирование систем управления запасами в логистике товародвижения	20	2	4	-	14
3.	Нормирование текущих запасов	20	2	4		14
4.	Проектирование складского обеспечения товародвижения	20	2	4		14
5.	Развитие и размещение складов торговой организации	24	4	6		14
6.	Проектирование и стандартизация складского технологического процесса	22	4	6		12
7.	Проектирование системы логистического обслуживания	18	1	6		11
	Всего	**144**	**17**	**34**	–	**93**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс	14	ОПК-3.5 ПК-2.3

	литературы; написание реферата, подготовка к РК	Тестовые задания		
Проектирование систем управления запасами в логистике товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	14	ОПК-3.5 ПК-2.3
Нормирование текущих запасов	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	14	ОПК-3.5 ПК-2.3
Проектирование складского обеспечения товародвижения	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	14	ОПК-3.5 ПК-2.3
Развитие и размещение складов торговой организации	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	14	ОПК-3.5 ПК-2.3

	проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Проектирование и стандартизация складского технологического процесса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	12	ОПК-3.5 ПК-2.3
Проектирование системы логистического обслуживания	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	11	ОПК-3.5 ПК-2.3
Всего часов			**93**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1-2	Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики	4
3-4	Проектирование систем управления запасами в логистике товародвижения	4
5-6	Нормирование текущих запасов	4
7-8	Проектирование складского обеспечения товародвижения	4

9-11	Развитие и размещение складов торговой организации	6
12-14	Проектирование и стандартизация складского технологического процесса	6
15-17	Проектирование системы логистического обслуживания	6

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Гаджинский, А. М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики: учебник / А. М. Гаджинский. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03529-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111009.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

отдельный документ

Вопросы к зачету

1. Сущность и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе концепции логистики
2. Понятие, цель и задачи проектирования товаропроводящих систем на основе логистики
3. Сравнительная характеристика традиционной и логистической организации товаропроводящих систем
4. Необходимость периодической модернизации логистических систем в товародвижении
5. Содержание работ по проектированию и модернизации логистических систем
6. Методы проектирования логистических систем в товародвижении
7. Оценка срока окупаемости капитальных вложений в логистические системы
8. Принятие проектных решений в логистике с использованием критерия минимума приведенных затрат
9. Проектирование систем управления запасами в логистике товародвижения
10. Понятие, роль и виды запасов в товародвижении
11. Понятие материального запаса. Роль запасов в товародвижении. Основные виды запасов
12. Показатели управления запасами
13. Задача учета затрат на создание и содержание запасов
14. Расчет удельных затрат на создание запасов
15. Расчет удельных затрат на содержание запасов

16. Практическое применение информации о размере удельных затрат на содержание запаса
17. Нормирование текущих запасов
18. Нормы запасов: понятие, роль в логистике
19. Нормирование текущего запаса на основе расчета оптимального размера заказа
20. Взаимосвязь параметров целевой функции управления запасами
21. Определение нормы текущего запаса на основе сложившейся пропорции между удельными затратами на создание запасов и удельными затратами на содержание запасов
22. Определение нормы текущего запаса на основе расчета средневзвешенного интервала поставки в закрытом периоде
23. Определение нормы текущего запаса на основе информации о полном времени обработки заказа (Lead time)
24. Нормирование страховых запасов
25. Страховые запасы: понятие и роль в логистике
26. Определение нормы страхового запаса
27. Учет характера распределения при расчете норм страховых запасов
28. Расчет норм страховых запасов на основе анализа ретроспективной информации об интервалах между поставками
29. Расчет нормы страхового запаса на базе информации о дисперсии объемов сбыта и дисперсии сроков выполнения заказа
30. Дифференцированное управление многоассортиментными запасами
31. Пример необходимости дифференцированного управления запасами отдельных позиций ассортимента
32. Отправка железнодорожным транспортом
33. Отправка автомобильная
34. Отправка контейнерная
35. Выбор вида отправки методом расчета равновыгодной дальности транспортировки
36. Выбор вида отправки методом расчета полных затрат на товародвижение
37. Принятие решения о создании собственного парка автотранспортных средств
38. Характеристика задачи: «транспорт свой или наемный»
39. Преимущества наличия у предприятия торговли собственного парка автомобильного транспорта
40. Основные минусы создания и содержания предприятием торговли собственного парка автомобильного транспорта
41. Экономическая модель принятия решения: «транспорт свой или наемный»
42. Управление собственным парком транспортных средств
43. Разработка маршрутов доставки грузов автомобильным транспортом
44. Разработка кольцевых маршрутов методом Кларка-Райта

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1 Литература

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для бакалавров / А. М. Гаджинский. — 21-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 419 с. — ISBN 978-5-394-02059-9. — Текст:

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85223.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Гаджинский, А. М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики: учебник / А. М. Гаджинский. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03529-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/111009.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Никишов, С. И. Цифровая трансформация логистики / С. И. Никишов. — Москва: Дело, 2019. — 112 с. — ISBN 978-5-7749-1516-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95143.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Еналеева-Бандура, И. М. Таможенная логистика: учебное пособие / И. М. Еналеева-Бандура, Г. Л. Козинов, А. Г. Данилов. — Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2017. — 94 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94910.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Лебедев, Е. А. Транспортное производство: технологические особенности развития, логистика, безопасность: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86661.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Лебедев, Е. А. Инновационные процессы в логистике: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 392 с. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86592.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
2. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
3. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал
4. Журнал «Логистика»
5. Журнал «Логистика сегодня»
6. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
2. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
3. Информационный портал - http://www.banki.ru
4. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/

5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов-http://www.brandtop.ru

7. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru

8. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru

9. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами

периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.09

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

2. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование и развитие у обучающихся системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований, анализа собранных данных, основ ситуационного анализа.

Задачи:

- изучение основ и методов проведения маркетинговых исследований отраслевого рынка и ситуационного анализа;
- формирования умения анализировать макро- и микросреду, разрабатывать концепцию проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, обрабатывать и анализировать результаты проведенных исследований;
- формирование навыков использования современных инструментов, применяемых при проведении маркетинговых исследований и ситуационном анализе, получения и анализа информации о состоянии внешней среды предприятия.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.	ОПК 5.1 Использует информационные технологии и современные программные продукты в профессиональной деятельности	***Знать:*** – современные научные достижения и методы научно-исследовательской деятельности ***Уметь:*** - применять методы критического анализа и оценки современных научных достижений, проектирования и осуществления комплексных исследований на основе целостного системного научного мировоззрения ***Владеть:*** - навыками сбора, обработки, анализа и систематизации данных по теме исследования; навыками выбора методов и средств решения задач исследования
	ОПК 5.2 Применяет программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов	***Знать:*** – Основные типы маркетинговой информации и современные информационные технологии для ее обработки ***Уметь:***

	анализа и исследований в бизнес-процессах торговли, а также использует интеллектуальные информационно-аналитические системы для решения профессиональных задач в международной торговле	- программные средства организации и планирования маркетинговых исследований на предприятии ***Владеть:*** - навыками пользования интеллектуальной информационно-аналитической системы для разработки анкет при проведении маркетинговых исследований в международной торговле
ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.5 - Обладает способностью формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике	***Знать:*** - методы исследования и анализа рынка для совершенствования систем сбыта и продаж в цифровой экономике ***Уметь:*** - формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике с помощью анализа маркетинговой информации ***Владеть:*** - навыками формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике используя выборочный метод при сборе информации

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. **Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**40**	**40**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	10	20
Реферат (Р)	10	20
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	20	20
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	Дискуссия о сущности, типологии маркетинговых исследований и их значения для отдельной организации, истории становления теории и практики маркетинговых исследований в РФ и за рубежом. Обсуждение рефератов (докладов) по теме семинарского занятия. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. Специфика маркетинговых исследований в организациях разных видов экономической деятельности. 2. Этические вопросы маркетинговых исследований. 3. Каковы особенности становления маркетинговых исследований в России и за рубежом? 4. Основные операторы на рынке маркетинговых исследований. 5. Почему маркетинговое исследование является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности? 6. При проведении	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		маркетингового исследования необходимо соблюдать пять принципов, в том числе достоверность и объективность. Чем эти два принципа отличаются друг от друга? Охарактеризуйте все пять принципов. 7. Существует ли единая классификация направлений маркетинговых исследований?	
2.	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	Разработка маркетинговой информационной системы для конкретного предприятия. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. Достоинства и недостатки существующих маркетинговых информационных систем. 2. Внутренняя и внешняя информация на примере конкретной компании 3. Официальные и неофициальные источники маркетинговой информации. 4. Почему исследования начинают со сбора вторичных данных, и только потом переходят к сбору первичных?	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
3.	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Деловая мини-игра по планированию маркетинговых исследований, основанных на разных методах сбора (опрос, наблюдение и эксперимент) и обработки информации для выявления конкурентных преимуществ и недостатков товаров. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. Какова типология методов маркетинговых исследований? 2. Дайте характеристику методам сбора первичной маркетинговой информации. В чем достоинства и недостатки каждого метода на примере конкретной ситуации. 3. Какие существуют методы сбора вторичной маркетинговой информации?	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	Составление анкеты с учетом требований к ней. Использование различных типов вопросов, принципов измерения и шкалирования. Оформление анкеты в Google - форме. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. Структура анкеты 2. Практическое применение разных видов вопросов в анкете. 3. Современные формы для проведения опросов	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
5.	Выборочный метод в сборе информации	Сущность выборочного метода сбора данных, его преимущества. Количественная и качественная репрезентативность выборки. Методы определения размера выборки: произвольный, статистический, с помощью номограмм, эмпирический метод, затратный, исходя из заранее оговоренных условий. Особенности определения размера выборки	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		при небольшом количестве потенциальных респондентов. Выборка из гипотетической совокупности. Методы формирования структуры выборки: неслучайные, случайные способы, многоступенчатые выборки. Возможные ошибки выборки. Оценка репрезентативности собранной информации.	
6.	Исследование и анализ рынка	Методика определения границ товарного рынка. Цели, задачи и показатели оценки рыночного спроса. Методики расчета емкости рынка. Оценка уровня концентрации, конкуренции и других ключевых показателей рынка. Анализ потенциала рынка и его сбалансированности. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. Сущность количественных характеристик размера рыночного спроса: емкость, потенциал и насыщенность рынка. 2. Информационная база исследования конкуренции. 3. Понятие рыночного спроса и его виды. 4. Сбор, обработка и анализ информации о товарном предложении. 5. Особенности исследования рынков продовольственных, непродовольственных товаров и услуг.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7.	Методы анализа маркетинговой информации	Анализ собранной в процессе маркетингового исследования информации статистическими методами: на основе оценки динамических рядов; методом группировок; графического анализа; индексного анализа. Экономико-математические методы в анализе маркетинговой информации: корреляционный анализ; регрессионный анализ, дисперсионный анализ.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
8.	Ситуационный анализ	Методики SWOT анализа, PEST анализа, SPACEанализа. Работа с кейсами по использованию матрицы И.Ансоффа в деятельности конкретных компаний. Вопросы по теме для обсуждения на занятии: 1. С какой целью проводится SWOT- анализ деятельности компании? 2. Для чего нужен портфельный анализ деятельности предприятия? 3. Почему проводят анализ деятельности стратегических хозяйственных единиц? 4. Для чего используют метод прогнозирования в маркетинговых исследованиях. 5. Назовите количественные методы прогнозирования? 6. В чем сущность прогнозирования путем анализа трендов? 7. В чем сущность прогнозирования спроса	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

		методом экспоненциального сглаживания?	

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	9	2	2	–	5
2.	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	9	2	2	-	5
3.	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	9	2	2	-	5
4.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	9	2	2	-	5
5.	Выборочный метод в сборе информации	9	2	2	-	5
6.	Исследование и анализ рынка	9	2	2	-	5
7.	Методы анализа маркетинговой информации	9	2	2	-	5
8.	Ситуационный анализ	9	2	2	-	5
	Всего	**72**	**16**	**16**	–	**40**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Основные понятия маркетинговых исследований	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Основные понятия, типы маркетинговой информации и	Подготовка к лекциям и практическим	Домашние задания Реферат	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5

источники ее получения	занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Устный опрос Кейс Тестовые задания		
Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Выборочный метод в сборе информации	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5

Исследование и анализ рынка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Методы анализа маркетинговой информации	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Ситуационный анализ	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.5
Всего часов			**40**	

4.5. Практические занятия (4 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Основные понятия маркетинговых исследований	2

2	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	2
3	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	2
4	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	2
5	Выборочный метод в сборе информации	2
6	Исследование и анализ рынка	2
7	Методы анализа маркетинговой информации	2
8	Ситуационный анализ	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Смыкова, М. Р. Методический и прикладной потенциал маркетинговых исследований и анализа: монография / М. Р. Смыкова. — Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2023. — 200 c. — ISBN 978-601-269-380-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/139065.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/139065

2. Шабашова, Л. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2019. — 160 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89492.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Методы маркетинговых исследований: учебное пособие (практикум) / составители М. М. Шульга. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2019. — 107 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/92703.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Иган, Джон Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Джон Иган ; перевод Е. Э. Лалаян. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 375 c. — ISBN 978-5-238-01321-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81725.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

отдельный документ

Вопросы к зачету

1. Понятие, цели и принципы маркетинговых исследований

2. Виды маркетинговых исследований
3. Маркетинговая среда.
4. Классификация маркетинговых исследований
5. Основные этапы маркетинговых исследований
6. Маркетинговая информация. Типы информации и источники ее получения Методы сбора первичной информации
7. Организация процесса исследования
8. Этапы маркетинговых исследований
9. Определение размеров выборки
10. Формы организации исследований
11. Маркетинговая информационная система
12. Цели и задачи маркетингового исследования рынка
13. Объект и предмет исследования рынка
14. Конъюнктурный анализ рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка
15. Исследование и анализ предложения
16. Изучение и прогнозирование спроса рынка
17. Емкость рынка
18. Понятие, сущность, цели и задачи ситуационного анализа. Типы ситуаций для проведения анализа
19. Алгоритм и методы ситуационного анализа
20. Сущность SWOT анализа
21. Сущность PEST анализа
22. Изучение спроса рынка. Факторы, определяющие развитие спроса
23. Различия между качественными и количественными методами сбора информации.
24. Методы кабинетных маркетинговых исследований: сравнительный анализ.
25. Методы полевых маркетинговых исследований: сравнительный анализ.
26. Метод глубинного интервью и проективные методики в маркетинговых исследованиях.
27. Метод фокус-групп. Подготовка фокус-группы. Работа фокус-группы.
28. Наблюдение в маркетинговых исследованиях. Преимущества и недостатки наблюдения. Виды наблюдения. Процесс наблюдения. Mystery Shopping как разновидность наблюдения.
29. Использование опросов в маркетинговых исследованиях
30. Процесс разработки анкеты.
31. Характеристика вопросов, содержащихся в анкете.
32. Панельный метод в маркетинговых исследованиях
33. Эксперимент в маркетинговом исследовании
34. Модель стратегического управления И. Ансоффа как инструмент ситуационного анализа
35. Анализ рисков деятельности компании как внутренний ситуационный анализ. Матрица рисков

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Литература

1. Кашпаров, Д. В. Исследование маркетинговых аспектов деятельности торговых организаций: монография / Д. В. Кашпаров, Л. В. Пурыжова, Л. В. Семенова. —

Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 125 с. — ISBN 978-5-4497-1716-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122170.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 5-е изд. — Москва: Дашков и К, 2023. — 293 с. — ISBN 978-5-394-05145-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144069.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141811.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. Смыкова, М. Р. Методический и прикладной потенциал маркетинговых исследований и анализа: монография / М. Р. Смыкова. — Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2023. — 200 с. — ISBN 978-601-269-380-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/139065.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/139065.

5. Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Ю. С. Плотникова. — Омск: Омский государственный технический университет, 2021. — 128 с. — ISBN 978-5-8149-3323-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124834.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования: практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-394-03602-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110952.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Томасова, Д. А. Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях: учебное пособие для бакалавров / Д. А. Томасова. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 132 с. — ISBN 978-5-4487-0799-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110122.html (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/110122

7.2. Периодические издания

7. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
8. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
9. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал
10. Журнал «Логистика»
11. Журнал «Логистика сегодня»
12. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная информационно-справочная система Консультант Плюс.
2. http://www.minfin.ru – Министерство финансов РФ.
3. http://www.economy.gov.ru – Министерство экономического развития и торговли РФ.
4. www.gks.ru Госкомстат РФ.
5. IPR SMART: https://www.iprbookshop.ru /
6. Консультант студента: https://www.studentlibrary.ru/
7. ИВИС: https://www.ivis.ru/
8. Grebennikon: https://grebennikon.ru/
9. ЭБС "Лань": https://e.lanbook.com/
10. Национальная электронная библиотека: https://chesu.ru/neb
11. Polpred.com: https://polpred.com/
12. Юрайт: https://urait.ru/
13. «Российский центр научной информации» (РЦНИ): https://podpiska.rcsi.science/
14. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов-http://www.brandtop.ru
15. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
16. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
17. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает

усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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

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

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Логистика внешнеторговой деятельности»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.01.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «**Логистика внешнеторговой деятельности**» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «**Логистика внешнеторговой деятельности**» является сформировать у обучающихся основные представления о наиболее важных теоретических и практических аспектах логистики внешнеэкономической деятельности.

Задачи:

- обеспечить теоретическую базу в области логистики ВЭД;
- изучить задачи, функции и системный подход в логистике;
- научить процессу закупочной, производственной логистики;
- научить анализировать логистику запасов, складирования;
- научить оптимально реализовывать распределительную логистику;
- научить осуществлять верный выбор партнеров при выходе на зарубежные рынки;
- научить заключать внешнеэкономические договора купли-продажи товаров;
- оценивать необходимость использования определенных видов транспорта в условиях логистики;
- осуществлять организацию логистического управления.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина «**Логистика внешнеторговой деятельности**» направлена на формирование следующих **общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций магистра** по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ОПК 2.3 Владеет методами сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	***Знать:*** - методы сбора, обработки и анализа данных при решении задач управления товарными потоками в международной логистике ***Уметь:*** - обрабатывать и анализировать данные при решении исследовательских задач маркетинговой политики предприятия сферы сервиса ***Владеть:*** - навыками сбора, анализа и обработки данных для международной оценки российской внешней торговли и логистики.

ПК-2- Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.5 Обладает способностью формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике	***Знать:*** - товарообмен как результат развития международных связей ТНК ***Уметь:*** - формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж во ВЭД ***Владеть:*** - навыками улучшения показателей LPI в странах с низким, средним и высоким уровнем доходов.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Логистика внешнеторговой деятельности**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «**Логистика внешнеторговой деятельности**» являются знания полученные в ходе изучения таких дисциплин как «B2B Маркетинг», «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики». Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной/преддипломной практик и выполнения магистерской диссертации работы.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 5 зачетных единиц (180 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**94**	**94**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	-	-
Реферат (Р)	44	44

Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Форма контроля	Экзамен-54	Экзамен-54

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
1.	Роль международной логистики в экономике страны и деятельности компании	Понятие международной логистики. Особенности международной логистики. Управление товарными потоками в международной логистике. Основные участники цепей поставок в международной логистике. Мегатенденции, влияющие на развитие логистики. Методы решения логистических задач в международной логистике. Факторы, стимулирующие развитие международной логистики.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
2.	Тенденции в международной логистике	Современная ситуация и проблемы российской логистики на международном рынке логистических услуг. Международная оценка российской внешней торговли и логистики. Индекс эффективности логистики – LPI. Пути улучшения показателя LPI в странах с низким, средним и высоким уровнем доходов. Санитарный и фитосанитарный контроль	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
3.	Участники международных логистических операций	Объекты глобальной логистики: транснациональные корпорации, финансово -промышленные группы, свободные экономические зоны. Логистические посредники в международном бизнесе.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
4.	Правила «Инкотермс»	Товарная номенклатура ВЭД, ее назначение. Классификация товаров согласно ТН ВЭД ТС. Международные правила толкования торговых терминов	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
5.	Таможенные операции в международной логистике	Понятия: «резидент», «нерезидент», «таможенный перевозчик». Таможенные режимы и их виды. Современный рынок таможенных услуг. Этапы таможенного оформления	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
6.	Интегрированные маркетинговые	Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. Понятие интегрированных	Реферат

	коммуникации в Интернете	маркетинговых коммуникаций. Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика. Коммуникационная модель предприятия в сети Интернет на основе сайта. Основные черты ИМК. Задачи и принципы ИМК. Управление ИМК	Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
7	Логистическая организация импорта товаров в Россию	Этапы осуществления импорта товаров в Россию. Логистическая схема для «тройственного» контракта. Приемка импортного товара. Форс -мажор при выпо лнении внешнеторгового контракта. Сертификат и декларация о происхождении товара. Сертификация. Санитарно-эпидемиологическое заключение. Таможенная стоимость на ввозимый/ вывозимый товар.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
8	Документальное сопровождение логистики международных поставок	Документальное сопровождение логистики международных поставок: транспортные документы. Документальное сопровождение логистики международных поставок: страховые документы. Документальное сопровождение логистики международных поставок: коммерческие документы	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Роль международной логистики в экономике страны и деятельности компании	22	2	2	–	12
2.	Тенденции в международной логистике	22	2	2	-	12
3.	Участники международных логистических операций	22	2	2	-	12
4.	Правила «Инкотермс»	22	2	2	-	12
5.	Таможенные операции в международной логистике	22	2	2	-	12
6.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	22	2	2	-	12

7.	Логистическая организация импорта товаров в Россию	24	2	2	-	12
8.	Документальное сопровождение логистики международных поставок	24	2	2	-	10
	Всего	**180**	**16**	**16**	–	**94**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (4 семестр)

Наименование темы дисциплины	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Роль международной логистики в экономике страны и деятельности компании	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Тенденции в международной логистике	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Участники международных логистических операций	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Правила «Инкотермс»	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5

	написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК			
Таможенные операции в международной логистике	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Логистическая организация импорта товаров в Россию	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы;	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания	12	ОПК-2.3 ПК-2.5

	написание реферата, подготовка к РК	Экзаменационные материалы		
Документальное сопровождение логистики международных поставок	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	10	ОПК-2.3 ПК-2.5
Всего часов			**94**	

4.5. Практические (семинарские) занятия (4 семестр).

№ занятия	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Роль международной логистики в экономике страны и деятельности компании	2
2	Тенденции в международной логистике	2
3	Участники международных логистических операций	2
4	Правила «Инкотермс»	2
5	Таможенные операции в международной логистике	2
6	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	2
7	Логистическая организация импорта товаров в Россию	2
8	Документальное сопровождение логистики международных поставок	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Экспертное обеспечение транспортной логистики: монография / Н. В. Веселов, А. А. Рогов, И. С. Кравчук, О. А. Бортник. — Москва: Дашков и К, 2013. — 230 с. — ISBN 978-5-394-02386-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/60280.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Нобукаца, Ацума Логистика и управление розничными продажами: ведущие эксперты о современной практике и тенденциях / Ацума Нобукаца, Кристофер Мартин, Хигаси Тосикацу; под редакцией Ферни Джон, Спаркс Ли; перевод С. А. Воронков. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2017. — 262 с. — ISBN 978-5-379-02020-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт].

— URL: https://www.iprbookshop.ru/65277.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Суслов, Д. Н. Сетевые методы в логистике: учебное пособие / Д. Н. Суслов. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016. — 88 с. — ISBN 978- 5-7638-3537-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/84119.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Транспорт и логистика в Арктике. Регулярное судоходство по СМП — залог ускоренного развития Дальнего Востока. Альманах 2017. Выпуск 3 / О. Н. Епифанова, Ю. В. Зворыкина, В. С. Збаращенко [и др.]; под редакцией С. В. Новикова. — Москва: Техносфера, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-94836-479-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/84843.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине – отдельный документ

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к экзамену

1. Понятие логистики внешнеэкономической деятельности
2. Основные понятия логистических систем, системный подход в логистике
3. Этапы логистической системы
4. Этапы анализа логистической системы
5. Принятие логистического решения
6. Методы системного анализа
7. Основные принципы логистики
8. Основные требования к формированию логистических систем
9. Базисные условия поставки грузов Инкотермс
10. Основные понятия транспортных средств
11. Организация и условия перевозок грузов в международном автотранспортной сети
12. Особенности перевозки грузов воздушным транспортом
13. Международные перевозки железнодорожным транспортом
14. Международные перевозки морским транспортом
15. Стоимость в цепи поставок
16. Виды и формы посредничества
17. Внешнеэкономический контракт купли-продажи товаров, как основа внешнеэкономической сделки
18. Документооборот внешнеэкономической сделки и основные составляющие схемы внешнеэкономической операции
19. Всемирная торговая организация (ВТО) как международная логистическая система
20. Правовые аспекты международной логистики
21. Основные понятия транспортировки и экспедирования грузов
22. Основные показатели складской деятельности
23. Основные понятия экономического обеспечения логистики
24. Договор поставки
25. Основные понятия информационного обеспечения логистики
26. Посредничество во внешнеторговых транспортных операциях.

27. Методика определения оптимального транспортного перевозчика
28. Системы и методы управления запасами
29. Классификация запасов
30. Основные понятия складской деятельности
31. Классификация складов
32. Планирование складских помещений
33. Методы учета и контроля запасов на складе
34. Основные понятия снабжения
35. Основные понятия закупок
36. Организация и показатели поставок
37. Организация производства
38. Стандарты и циклы производства
39. Управление заказами, подготовка заказов
40. Критерии выбора вида транспорта в формировании логистики внешнеэкономической деятельности
41. Система наднационального регулирования в международной логистике в международном процессе.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

a. Литература

1. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для бакалавров / А. М. Гаджинский. — 21-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 419 c. — ISBN 978-5-394-02059-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85223.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Никишов, С. И. Цифровая трансформация логистики / С. И. Никишов. — Москва: Дело, 2019. — 112 c. — ISBN 978-5-7749-1516-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95143.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Еналеева-Бандура, И. М. Таможенная логистика: учебное пособие / И. М. Еналеева-Бандура, Г. Л. Козинов, А. Г. Данилов. — Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2017. — 94 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94910.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Лебедев, Е. А. Транспортное производство: технологические особенности развития, логистика, безопасность: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 236 c. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86661.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Лебедев, Е. А. Инновационные процессы в логистике: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 392 c. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86592.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

b. Периодические издания

19. Журнал «Логистика»
20. Журнал «Логистика сегодня»
21. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «**Логистика внешнеторговой деятельности**» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

- http://www.rospotrebnadzor.ru/ – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].
- http://www.tsouz.ru – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].
- http://www.stq.ru/ – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].
- http://www.znaytovar.ru/ – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.
- http://www.falshivkam.net/ – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.
- http://www.legprommarket.ru/ – на сайте пользователь без регистрации и ограничений может просматривать каталог предприятий-участников и каталог представленной ими продукции (товаров), может получить информацию о товаре и координаты производителя продукции (товара).

Перечень профессиональных баз данных

- База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: http://www.minprom.gov.ru.
- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: http://www.tpprf.ru.
- База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: www.zakupki.gov.ru.
- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: http://www.fips.ru/rospatent/index.htm.
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Логистика внешнеторговой деятельности**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических

занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «**Логистика внешнеторговой деятельности**» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Логистика сервисного обслуживания»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.01.02

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «**Логистика сервисного обслуживания**» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «**Логистика сервисного обслуживания**» является формирование у обучающихся компетенций в области логистико-ориентированного анализа предприятий с целью повышения эффективности их производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности, а также системы базовых знаний, необходимых для разработки и внедрения логистических систем, практических навыков.

Задачи:

- изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических, профессиональных и прикладных задач.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплина «**Логистика сервисного обслуживания**» направлена на формирование следующих **общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций магистра** по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ОПК 2.3 Владеет методами сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	***Знать:*** - методы сбора, обработки и анализа данных при решении задач управления товарными потоками в международной логистике ***Уметь:*** - обрабатывать и анализировать данные при решении исследовательских задач маркетинговой политики предприятия сферы сервиса ***Владеть:*** - навыками сбора, анализа и обработки данных для международной оценки российской внешней торговли и логистики.

ПК-2- Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.5 Обладает способностью формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике	***Знать:*** - товарообмен как результат развития международных связей ТНК ***Уметь:*** - формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж во ВЭД ***Владеть:*** - навыками улучшения показателей LPI в странах с низким, средним и высоким уровнем доходов.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Логистика сервисного обслуживания**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «**Логистика сервисного обслуживания**» являются знания полученные в ходе изучения таких дисциплин как «B2B Маркетинг», «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики». Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной/преддипломной практик и выполнения магистерской диссертации работы.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 5 зачетных единиц (180 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**94**	**94**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	-	-
Реферат (Р)	44	44

Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Форма контроля	Экзамен-54	Экзамен-54

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
1.	Основные понятия логистического сервиса	Понятие сервиса в логистике. Виды и типы логистического сервиса. Классификация логистических услуг. Объекты логистического сервиса. Функции, задачи и принципы логистического сервиса. Функционирование логистических сервисных систем. Основная терминология логистического сервисного обслуживания. Основные характеристики логистического сервиса.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
2.	Классификация видов сервисного обслуживания в логистике	Виды логистического сервиса. Сервис послепродажного обслуживания. Сервис финансово-кредитного обслуживания. Сервис информационного обслуживания. Сервис удовлетворения потребительского спроса. Сервис оказания услуг производственного назначения. Сервис послепродажного обслуживания. Критерии логистического сервиса: номенклатура и количество, качество, время, цена, надежность предоставления сервиса (по показателям качества, времени и количества).	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
3.	Формирование системы логистического сервиса	Логистическое обслуживание потребителей. Предпродажные работы по формированию системы логистического обслуживания; работы по оказанию логистических услуг, осуществляемые в процессе продажи товаров; послепродажный логистический сервис. Этапы формирования системы логистического сервиса на предприятии. Сегментация потребительского рынка; Определение перечня наиболее значимых для покупателей услуг. Определение стандартов услуг в разрезе отдельных сегментов рынка. Оценка оказываемых услуг, установление взаимосвязи с уровнем сервиса и стоимостью оказываемых услуг, определение уровня сервиса, необходимого для обеспечения конкурентоспособности	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

		компании. Установление обратной связи с покупателями для обеспечения соответствия услуг потребностям покупателей.	
4.	Качество логистического сервиса	Качество услуг в логистике. Квалиметрия логистических услуг. Параметры оценки качества услуг: осязаемость, надежность, ответственность, законченность, доступность, безопасность, вежливость персонала, взаимопонимание с клиентом. Влияние логистического сервиса на конкурентоспособность предприятия. Основная терминология качества логистического сервиса.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
5.	Таможенные операции в международной логистике	Понятия: «резидент», «нерезидент», «таможенный перевозчик». Таможенные режимы и их виды. Современный рынок таможенных услуг. Этапы таможенного оформления	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
6.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика. Коммуникационная модель предприятия в сети Интернет на основе сайта. Основные черты ИМК. Задачи и принципы ИМК. Управление ИМК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
7	Логистическая организация импорта товаров в Россию	Этапы осуществления импорта товаров в Россию. Логистическая схема для «тройственного» контракта. Приемка импортного товара. Форс -мажор при выпо лнении внешнеторгового контракта. Сертификат и декларация о происхождении товара. Сертификация. Санитарно-эпидемиологическое заключение. Таможенная стоимость на ввозимый/ вывозимый товар.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
8	Документальное сопровождение логистики международных поставок	Документальное сопровождение логистики международных поставок: транспортные документы. Документальное сопровождение логистики международных поставок: страховые документы. Документальное сопровождение логистики международных поставок: коммерческие документы	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач

(РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основные понятия логистического сервиса	22	2	2	–	12
2.	Классификация видов сервисного обслуживания в логистике	22	2	2	-	12
3.	Формирование системы логистического сервиса	22	2	2	-	12
4.	Качество логистического сервиса	22	2	2	-	12
5.	Таможенные операции в международной логистике	22	2	2	-	12
6.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	22	2	2	-	12
7.	Логистическая организация импорта товаров в Россию	24	2	2	-	12
8.	Документальное сопровождение логистики международных поставок	24	2	2	-	10
	Всего	**180**	**16**	**16**	–	**94**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (4 семестр)

Наименование темы дисциплины	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Основные понятия логистического сервиса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Классификация видов сервисного обслуживания в логистике	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания	12	ОПК-2.3 ПК-2.5

	литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Экзаменационные материалы		
Формирование системы логистического сервиса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Качество логистического сервиса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Таможенные операции в международной логистике	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Интегрированные маркетинговые коммуникации в	Подготовка к лекциям и практическим	Реферат Вопросы для дискуссий	12	ОПК-2.3 ПК-2.5

Интернете	занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы		
Логистическая организация импорта товаров в Россию	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	12	ОПК-2.3 ПК-2.5
Документальное сопровождение логистики международных поставок	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	10	ОПК-2.3 ПК-2.5
Всего часов			**94**	

4.5. Практические (семинарские) занятия (4 семестр).

№ занятия	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Основные понятия логистического сервиса	2
2	Классификация видов сервисного обслуживания в логистике	2
3	Формирование системы логистического сервиса	2
4	Качество логистического сервиса	2
5	Таможенные операции в международной логистике	2
6	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	2
7	Логистическая организация импорта товаров в Россию	2

8	Документальное сопровождение логистики международных поставок	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

6. Экспертное обеспечение транспортной логистики: монография / Н. В. Веселов, А. А. Рогов, И. С. Кравчук, О. А. Бортник. — Москва: Дашков и К, 2013. — 230 с. — ISBN 978-5-394-02386-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/60280.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Нобукаца, Ацума Логистика и управление розничными продажами: ведущие эксперты о современной практике и тенденциях / Ацума Нобукаца, Кристофер Мартин, Хигаси Тосикацу; под редакцией Ферни Джон, Спаркс Ли; перевод С. А. Воронков. — Новосибирск: Сибирское университетское издательство, 2017. — 262 с. — ISBN 978-5-379-02020-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/65277.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Суслов, Д. Н. Сетевые методы в логистике: учебное пособие / Д. Н. Суслов. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2016. — 88 с. — ISBN 978- 5-7638-3537-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/84119.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Транспорт и логистика в Арктике. Регулярное судоходство по СМП — залог ускоренного развития Дальнего Востока. Альманах 2017. Выпуск 3 / О. Н. Епифанова, Ю. В. Зворыкина, В. С. Збаращенко [и др.]; под редакцией С. В. Новикова. — Москва: Техносфера, 2017. — 128 с. — ISBN 978-5-94836-479-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/84843.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине – отдельный документ

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к экзамену

1. Понятие логистики внешнеэкономической деятельности
2. Основные понятия логистических систем, системный подход в логистике
3. Этапы логистической системы
4. Этапы анализа логистической системы
5. Принятие логистического решения
6. Методы системного анализа
7. Основные принципы логистики
8. Основные требования к формированию логистических систем
9. Базисные условия поставки грузов Инкотермс

10. Основные понятия транспортных средств
11. Организация и условия перевозок грузов в международном автотранспортной сети
12. Особенности перевозки грузов воздушным транспортом
13. Международные перевозки железнодорожным транспортом
14. Международные перевозки морским транспортом
15. Стоимость в цепи поставок
16. Виды и формы посредничества
17. Внешнеэкономический контракт купли-продажи товаров, как основа внешнеэкономической сделки
18. Документооборот внешнеэкономической сделки и основные составляющие схемы внешнеэкономической операции
19. Всемирная торговая организация (ВТО) как международная логистическая система
20. Правовые аспекты международной логистики
21. Основные понятия транспортировки и экспедирования грузов
22. Основные показатели складской деятельности
23. Основные понятия экономического обеспечения логистики
24. Договор поставки
25. Основные понятия информационного обеспечения логистики
26. Посредничество во внешнеторговых транспортных операциях.
27. Методика определения оптимального транспортного перевозчика
28. Системы и методы управления запасами
29. Классификация запасов
30. Основные понятия складской деятельности
31. Классификация складов
32. Планирование складских помещений
33. Методы учета и контроля запасов на складе
34. Основные понятия снабжения
35. Основные понятия закупок
36. Организация и показатели поставок
37. Организация производства
38. Стандарты и циклы производства
39. Управление заказами, подготовка заказов
40. Критерии выбора вида транспорта в формировании логистики внешнеэкономической деятельности
41. Система наднационального регулирования в международной логистике в международном процессе.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

с. Литература

7. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для бакалавров / А. М. Гаджинский. — 21-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 419 с. — ISBN 978-5-394-02059-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85223.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

8. Никишов, С. И. Цифровая трансформация логистики / С. И. Никишов. — Москва: Дело, 2019. — 112 с. — ISBN 978-5-7749-1516-3. — Текст: электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95143.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Еналеева-Бандура, И. М. Таможенная логистика: учебное пособие / И. М. Еналеева-Бандура, Г. Л. Козинов, А. Г. Данилов. — Красноярск: Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2017. — 94 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94910.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Лебедев, Е. А. Транспортное производство: технологические особенности развития, логистика, безопасность: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86661.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Лебедев, Е. А. Инновационные процессы в логистике: монография / Е. А. Лебедев, Л. Б. Миротин, А. К. Покровский; под редакцией Л. Б. Миротина. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 392 с. — ISBN 978-5-9729-0286-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86592.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

d. Периодические издания

22. Журнал «Логистика»
23. Журнал «Логистика сегодня»
24. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «**Логистика сервисного обслуживания**» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

- http://www.rospotrebnadzor.ru/ – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].
- http://www.tsouz.ru – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].
- http://www.stq.ru/ – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].
- http://www.znaytovar.ru/ – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.
- http://www.falshivkam.net/ – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с

ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.

- http://www.legprommarket.ru/ – на сайте пользователь без регистрации и ограничений может просматривать каталог предприятий-участников и каталог представленной ими продукции (товаров), может получить информацию о товаре и координаты производителя продукции (товара).

Перечень профессиональных баз данных

- База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: http://www.minprom.gov.ru.

- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: http://www.tpprf.ru.

- База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: www.zakupki.gov.ru.

- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: http://www.fips.ru/rospatent/index.htm.

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Логистика сервисного обслуживания**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «**Логистика сервисного обслуживания**» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности

собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно

было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Инструменты SMM маркетинга»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.02.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Инструменты SMM маркетинга» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «**Инструменты SMM маркетинга**» является получение обучающимися систематизированных знаний в области социального медиа; приобретение ими компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере продвижения товаров, услуг, бренда в социальных сетях.

Задачи:

- изучение сущности маркетинга социальных сетей как инструмента Интернет-маркетинга;
- получение навыков продвижения проекта / компании / товара / услуги / бренда посредством социальных сетей;
- получение навыков изучения аудитории в социальных сетях;
- получение навыков разработки рекламы в социальных сетях и оценки ее эффективности;
- пользоваться сервисами мониторинга социальных сетей;
- усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа;
- получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;
- анализ российской практики маркетинга в социальных медиа и адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.

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

В совокупности с другими дисциплинами обязательной части дисциплина «**Инструменты SMM маркетинга**» направлена на формирование следующих **универсальных (УК) и профессиональных (ПК) компетенций магистра** по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
УК-3- Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК -3.1 УК-3.1. Знает методики формирования команд и методы эффективного руководства коллективами. УК-3.2. Умеет разрабатывать командную стратегию, организовывать работу коллективов, управлять коллективом, разрабатывать	***Знать:*** - принципы работы современных информационных технологий и использовать их для организации деятельности в SMM-компании ***Уметь:*** - применять информационные технологии для продвижения фото-, видеохостингов ***Владеть:*** - навыками оценки эффективности стратегии присутствия в социальных сетях

	мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту.	
ПК-2- Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	***Знать:*** - основы интегрированных маркетинговых коммуникаций для совершенствования систем сбыта и продаж в социальной медиа-среде ***Уметь:*** - анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг для продвижения в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok ***Владеть:*** - навыками анализа, оценки и разработки возможных решений организации бизнеса и совершенствования систем сбыта, продаж в социальной медиа-среде

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Инструменты SMM маркетинга**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «Инструменты SMM маркетинга» являются знания полученные в ходе изучения таких дисциплин как «B2B Маркетинг», «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики». Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной/преддипломной практик и выполнения магистерской диссертации работы.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	3 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**

Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**76**	**76**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	-	-
Реферат (Р)	26	26
Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Форма контроля	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
1.	«Социальный медиа маркетинг» (SMM): понятие, история появления технологии	Понятие социальный медиа маркетинг (Social Media Marketing, SMM). Маркетинг в социальных сетях. SMM-продвижение. Задачи, которые решает SMM-продвижение. SMO и SMM: реклама в контакте и блогах, скрытый и вирусный маркетинг. История появления направления. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения бизнеса	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
2.	Основные принципы работы в SMM	Таргетинг. Принципы и виды таргетирования. Оперативные технологии реагирования в социальных медиа. Парсеры для таргетированной рекламы: Церебро таргет и Pepper Ninja. Группы потребителей, их характеристики. Сервисы для отслеживания комментариев. Инструменты для мониторинга социальных сетей. Сервисы для аналитики SMM	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
3.	Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей	SMM как часть интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций. Маркетинговая концепция 4P/4C/7C в SMM. Маркетинговые преимущества социальных сетей. Недостатки и риски SMMпродвижения. «Одноклассники»: аудитории, способы бизнес.-использования, реклама. Facebook: аудитории, способы бизнесиспользования, реклама. Вконтакте: аудитории, способы бизнесиспользования, реклама. Возможности для продвижения ВКонтакте. Маркетинговый потенциал основных социальных сетей. Роль социальных сетей в	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

		построении бизнес-коммуникаций.	
4.	Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов	Мультимедиа-хостинги как площадки реализации маркетинговой кампании. Популярные фото- и видеохостинги (YouTube, Rutube, Vimeo, Flickr). Использование в продвижении видеохостингов: YouTube, Rutube, Periscope. Селфи как искусство или сделай свой TV-канал: популярные фото и видеохостинги (lnstagram, Flickr, Picasa, Rutube, Youtube). Использование в продвижении фотохостингов: Pinterest, Instagram.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
5.	SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях	Начальный этап SMM-режиссуры. Определение целевой аудитории: life-style характеристики, ценности и мотивации, составление карты эмпатии для ключевой аудитории. Пошаговая инструкция построения стратегии присутствия в социальных сетях. Завязка SMM-постановки. Основные элементы контентной стратегии. Подготовка SMM-участника к кульминации. Разработка контентстратегии в контексте комплексного продвижения. Формирование пула продающего контента. Концепция 7С в SMM-стратегии. Кульминация SMM-постановки. Разработка системы KPI для конкретного SMM-проекта. Три кита SMM-стратегии: ключевая цель бизнеса - задачи продвижения – конечный результат. Развязка SMM-постановки.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
6.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика. Коммуникационная модель предприятия в сети Интернет на основе сайта. Основные черты ИМК. Задачи и принципы ИМК. Управление ИМК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
7	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok	Продвижение через социальные медиа: стратегии привлечения клиентов из Instagram, Facebook и TikTok. Instagram. Визуальное волшебство - Качественный контент. Истории и IGTV. Хештеги и местоположение. Сотрудничество с влиятельными пользователями Facebook: Сообщество и реклама - Группы и страницы. Реклама на Facebook.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

		Видеоконтент. Регулярные обновления. TikTok: Краткость и динамичность - Креативные видео. Вызовы и челленджи. Сотрудничество с тиктокерами. Активное участие.	
8	SMM как часть трансмедийной кампании	Трансмедийный маркетинг: как объединить различные платформы для создания комплексной стратегии. Понятие, сущность трансмедийного маркетинга. Целью. Как компании могут объединить разные платформы для создания комплексной стратегии транс медийного маркетинга. Определение целей и целевой аудитории. Интеграция различных платформ. Согласованный контент. Пересекающиеся истории. Учет особенностей каждой платформы. Синхронизация расписания. Мониторинг и аналитика. Постоянное обновление	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
9	Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	С чего начинается стратегия маркетинга в социальных медиа. Персоны потребителей визуализируют потребности клиентов. Что такое стратегия маркетинга в соцмедиа. Определение целей. Стейкхолдеры (держатели акций): привлечение вложений в социальные медиа. Определение целевой аудитории и ее инсайта (состояния в момент восприятия сообщения). Распределение ролей между исполнителями. Определение каналов социальных медиа для привлечения ЦА. Создание контент-стратегии. Установка метрик. Интегрированное планирование маркетинговой коммуникации. Установка каналов социальных медиа и работа с ними. Определение основных принципов работы в социальных медиа. Публикация, публикация, и еще раз публикация контент. Обратная связь: мониторинг и измерения.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
10	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	Что такое лид и конверсия в продажах. Как работает лидогенерация. Почему бизнес теряет лиды. Как повысить конверсию с CRM. Порядок в продажах. Анализ конверсии. Как CRM помогает превращать лиды в продажи. Контроль за циклом продаж. Работа с эффективностью менеджеров. 13 тактик лидогенерации в социальных сетях.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
11	KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа	Значение KPI в SMM. Что такое KPI в СММ? Основные KPI в социальных медиа маркетинге. Уровень вовлеченности (Engagement Rate). Конверсия (Conversion	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе

		Rate). Охват (Reach). Возврат на инвестиции (Return on Investment, ROI). Правильный выбор KPI для SMM-стратегии. Методы измерения KPI в социальных медиа. Адаптация KPI в социальных медиа	Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	«Социальный медиа маркетинг» (SMM): понятие, история появления технологии	8	1	1	–	6
2.	Основные принципы работы в SMM	9	1	1	-	7
3.	Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей	9	1	1	-	7
4.	Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов	9	1	1	-	7
5.	SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях	9	1	1	-	7
6.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	11	2	2	-	7
7.	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok	11	2	2	-	7
8.	SMM как часть трансмедийной кампании	11	2	2	-	7
9.	Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	11	2	2	-	7
10.	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	11	2	2	-	7
11.	KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа	9	1	1	-	7
	Всего	**108**	**16**	**16**	–	**76**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (3 семестр)

Наименование темы дисциплины	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**

	обучающихся, в т.ч. КСР			
«Социальный медиа маркетинг» (SMM): понятие, история появления технологии	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	6	УК-3.1 УК-3.2
Основные принципы работы в SMM	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-3.1 УК-3.2
Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-3.1 УК-3.2
Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	УК-3.1 УК-3.2
SMM-компания: построение	Подготовка к лекциям и	Реферат	7	ПК-2.1 ПК-2.6

стратегии присутствия в социальных сетях	практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы		
Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6
Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6
SMM как часть трансмедийной кампании	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6

Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6
Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6
KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	7	ПК-2.1 ПК-2.6
Всего часов			**76**	

4.5. Практические (семинарские) занятия (3 семестр).

№ занятия	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	«Социальный медиа маркетинг» (SMM): понятие, история появления технологии	1
1	Основные принципы работы в SMM	1
2	Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей	1
2	Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов	1
3	SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях	1
4	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	2
5	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok	2
6	SMM как часть трансмедийной кампании	2
7	Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	2

8	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	2
9	KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа	1

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

12. Ульченко, Е. Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет: материалы научных исследований / Е. Н. Ульченко. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012. — 64 c. — ISBN 978-5-9935-0277-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/21457.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. — Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619

13. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 c. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/31693.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

14. Комлев, Е. Б. Актуальные проблемы маркетинга: курс лекций / Е. Б. Комлев. — Москва: Московский гуманитарный университет, 2014. — 130 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/39675.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

15. Кравченко, А. В. Маркетинг: сборник задач и упражнений / А. В. Кравченко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 64 c. — ISBN 978-5-7782-1642-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/44954.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
29.	«Социальный медиа маркетинг» (SMM): понятие, история появления технологии	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	30 3 10 30

30.	Основные принципы работы в SMM	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
31.	Маркетинговые характеристики популярных социальных сетей	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
32.	Социальные медиа: маркетинговые инструменты использования фото-, видеохостингов	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
33.	SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
34.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернете	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
35.	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	

36.	SMM как часть трансмедийной кампании	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
37.	Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
38.	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
39.	KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	

Темы рефератов
по дисциплине «**Инструменты SMM маркетинга**»

Тематика рефератов

1. Структура социальных связей внутри сети Instagram и её влияние на привлечение аудитории
2. Влияние рекламы, интегрируемой в видео-контент блогера на YouTube, на восприятие зрителями самого блогера
3. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов

4. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни
5. Создание и настройка таргетированной рекламы в сервисах Google и Yandex. Сравнительный анализ и особенности работы
6. Отношение молодежи к социальной сети Instagram на примере саратовских студентов высших учебных заведений
7. Тревел-блогинг в ВК как PR инструмент в тревел-индустрии
8. Использование социальной сети в качестве новостного канала
9. SMM как фактор влияния на формирование образа жизни молодёжи
10. Использование новых медиа как инструмент продвижения танцевальной индустрии в России
11. Аккаунты знаменитостей в социальных сетях как инструмент продвижения модных тенденций
12. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений
13. Особенности продвижения образовательных товаров в социальных сетях
14. Факторы, влияющие на восприятие дизайна социальной сети потребителями
15. SMM-технологии: методы, каналы, инструменты
16. ЧЕК ЛИСТ Онлайн сервисы для предпринимателей
17. Особенности создания группы в ВКонтакте
18. Технологии создания группы в Одноклассниках.
19. Технологии оптимизации контента и usability как основа оценки эффективности коммуникаций в социальных медиа.
20. Финансирование маркетингово-коммуникационных проектов в социальных медиа.
21. Правила безопасности коммуникационной деятельности в сети.

Эссе 1

по дисциплине «Инструменты SMM маркетинга»

Тема задания «SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях» - ОПК-6.1.

Разработать название организации, описать аудиторию, продумать стратегию продвижения в социальных медиа, описать области применения SMM.

Объект исследования: например, магазин молодежной одежды.

Предмет: продвижение магазина молодежной одежды в социальных медиа.

В рамках проводимого исследования для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиамаркетинга,
- описание аудитории по социально-демографическим, социально-профессиональным, социокультурным, психологическим, потребительским характеристикам,
- исследование организации, ее позиции на рынке города среди конкурентов,
- исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения магазина молодежной одежды,
- описание способов продвижения в социальных медиа магазина молодежной одежды.

Эссе 2

по дисциплине «Инструменты SMM маркетинга»

Тема задания «Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok» - ПК-1.4.

Выберите проект развития бренда в социальной сети Инстаграм, который Вы могли бы назвать успешным (эффективным).

Проведите его анализ с точки зрения пользователя на основании нижеприведенных пунктов:

1. Проанализируйте: -концепцию блога; -визуальную составляющую бренда; -особенности вовлечения пользователей; -использование трендов. -активность на странице.

2. Выявите ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения создателя/владельца сайта).

3. Опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный аккаунт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы.

4. Внимательно изучите содержимое аккаунта и проверьте установленные Вами гипотезы.

5. Опишите целевую аудиторию бренда. Можете обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании или по отношению к содержимому самого аккаунта.

6. Выявите особенности акаунта, которые, на Ваш взгляд, решают пользовательские запросы каждой группы целевой аудитории компании.

Подготовить отчет в формате pdf со скриншотами и пояснением хода выполнения работы.

Вопросы для дискуссий по теме «Конверсия и лидогенерация в соцмедиа» - ПК-1.4.

1. Лиды и лидогенерация из соцсетей.
2. Генерация лидов в социальных сетях
3. Создание лендинга по маркетинговым правилам
4. 12 способов эффективной лидогенерации от LED-DIGITAL
5. Как посчитать и повысить конверсию в соцсетях.
6. Как повысить конверсию из лида в продажу и сделать бизнес прибыльным
7. Что такое воронка продаж и как она работает
8. *Пример движения лидов по воронке продаж*

Примеры тестовых заданий:

1. При помощи каких инструментов следует рекламировать сообщество в социальных сетях?

а. Спам
б. Френдинг
в. Таргетированная реклама
г. Офферы

2. Что такое CTR?

а. Показатель кликабельности
б. Показатель подписчиков
в. Показатель лайков
г. Показатель комментариев

3. Что такое таргетированная реклама?

а. Это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям Сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем

б. Это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи

в. Это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя. Поэтому одним из главных ее преимуществ – перед другими видами рекламы – является ее «ненавязанность» потенциальному клиенту

4. Основные инструменты поиска информации в Интернете:

а. Служба прямого доступа

б. Каталоги

в. Поисковые машины

5. Какая тема из ниже перечисленных запрещена для таргетированной рекламы в сети интернет?

а. Нижнее белье, экзотические растения и животные

б. Табак, спиртные напитки, оружие, лицензии и сертификаты

в. Ритуальные услуги, экстремальный туризм

6. С информационной точки зрения, Интернет — это …

А. Единая среда общения, коммуникаций, развлечения и ведения бизнеса;

Б. Совокупность информационных центров, содержащих разнообразную информации и тесно связанные множеством взаимосвязей;

В. Совокупность десятков тысяч независимых сетей и миллионов компьютеров;

7 Что относится к службам сети Интернет:

А. World Wide Web – всемирная паутина;

Б. E-mail - Электронная почта;

В. Usenet, News – Телеконференции, новости;

8. Что означает ER в социальных медиа?

а. Уровень роста продаж

б. Уровень популярности продукта

в. Уровень акций на арбитражном рынке

г. Уровень вовлечения пользователей в контент

9. Системы управления Web-контентом это:

а. ECM-системы

б. CMS-системы

в. CRM-системы

г. ERP-системы

10. Линкбэйтинг – это...

а. Особая схема внутренней перелинковки сайта

б. Правила размещения ссылок на сайте

в. Создание контента для сайта, который будет заставлять людей ссылаться на него

г. Покупка ссылок с хорошими показателями на биржах

11.Как называется обновленный редактор объявлений в рекламном кабинете Facebook:

а) Ads Manager

б) Power Editor

в) Business Manager

12. Что означает показатель «Клики по ссылке» в рекламных объявлениях Facebook:

а) клики по изображению или по кнопке с призывом к действию в рекламе с целью «Трафик»

б) количество переходов по ссылкам на ресурсы Facebook или за пределы Facebook

в) клики по ссылке

13. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

а) конверсии

б) лидогенерация

в) вовлеченность

14. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

а) охват

б) сообщения

в) лидогенерация

15. Сколько, по мнению Facebook, должно быть текста на рекламном изображении по отношению к площади самого изображения:

а) менее 40%

б) менее 70%

в) менее 20% +

16. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:

а) Холст

б) фото

в) Stories

17. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:

а) Stories

б) Холст

в) кольцевая галерея

18. Как вычисляется среднее время просмотра видео в рекламе на Facebook:

а) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения

б) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения и умноженное на 100

в) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook и Instagram на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения

19. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

а) просмотры видео в точке 15%

б) просмотры видео в точке 35%

в) просмотры видео в точке 25%

20. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

а) просмотры видео в точке 65%

б) просмотры видео в точке 50%
в) просмотры видео в точке 45%

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к экзамену

42. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
43. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
44. Интернет, как основа для развития Socila media.
45. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
46. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
47. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
48. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
49. Особенности формирования доменов.
50. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
51. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
52. Способы описания целевой аудитории.
53. Способы оценки Интернет - аудитории.
54. . Характерные черты Интернет - аудитории России.
55. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам.
56. Понятие Интернет-рекламы, принцип Действия, задачи.
57. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.
58. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг.
59. Основные типы ретаргетинга.
60. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.
61. Контекстная реклама (текстовые объявления).
62. Размещение рекламы в ВЭБ-каналах.
63. Основные рекламные Интернет-форматы.
64. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.
65. Что такое SMM
66. . История возникновения SMM
67. Обзор социальных интернет-платформ
68. Стратегии продвижения через социальные сети
69. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
70. Цели и тактики SMM.
71. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
72. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
73. Что такое SMO
74. Связь SMO и SEO
75. Связь SMO и вирусного маркетинга
76. Истоки и базовые принципы SMO
77. Принципы SMO
78. Нетрадиционные виды SMO
79. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO

80. Что такое SMM. История возникновения SMM
81. Обзор социальных интернет-платформ
82. Стратегии продвижения через социальные сети
83. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
84. Цели и тактики SMM.
85. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
86. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
87. Что такое SMO 10. Связь SMO и SEO
88. Связь SMO и вирусного маркетинга
89. Истоки и базовые принципы SMO
90. Принципы SMO
91. Нетрадиционные виды SMO
92. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO.
93. SMM-стратегия и ее реализация.
94. Коммерческий и контентный SMM.
95. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, Viber, Telegram), особенности подхода к каждому каналу, визуальной концепции.
96. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.
97. Продвижение в Интернете
98. Работа с Twitter, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing.
99. Оценка эффективности SMM.
100. Особенности социальных сетей.
101. Коммерческие возможности социальных сетей.
102. Системы мониторинга и аналитики.
103. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
104. KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.
105. Сравнительный анализ различных инструментов и каналов коммуникации в цифровой среде.
106. Владение знаниями о современных технических средствах и информационнокоммуникационных технологиях.
107. Инструменты SMM.
108. Методы оценки доходов от Интернет продаж.
109. Web-сайт компании и его место в общей программе коммуникаций в сети Интернет.
110. Основные этапы, построения эффективного web-сайта.
111. Методы продвижения web-сайта в Интернете.
112. Методы удержания посетителей сайта.
113. Продвижение в блогах, сообществах и форумах.
114. Копирайт в сети интернет
115. История возникновения SMM. Отечественный и зарубежный опыт.
116. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
117. Системы мониторинга и аналитики SMM.
118. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
119. Особенности поведения потребителей в соцмедиа

120. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
121. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
122. Работа с негативом в соцмедиа
123. Оценка эффективности коммуникаций в соцмедиа
124. SMM как часть трансмедийной кампании
125. Интернет-исследования в социальных сетях
126. Работа с социально-ориентированными сервисами и интернет-сообществами
127. Разновидности инструментов продвижения в социальных медиа (контекстная реклама, баннерная реклама, геоконтекстная реклама, вирусная реклама и пр.)
128. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
129. Блогеры, селебретис и маркетинг влияния как инструменты продвижения в социальных медиа.
130. 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.
131. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

e. Литература

16. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

17. Заика, А. А. Локальные сети и интернет: учебное пособие / А. А. Заика. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 323 с. — ISBN 978-5-4497-0326-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89442.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

18. Автоматизация деятельности предприятия розничной торговли с использованием информационной системы Microsoft Dynamics NAV: учебное пособие / В. И. Грекул, Н. Л. Коровкина, Д. А. Богословцев, Н. Н. Синайская. — 4-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 229 с. — ISBN 978-5-4497-2495-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133915.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

f. Периодические издания

25. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
26. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
27. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
28. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
29. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-

библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Инструменты SMM маркетинга» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

- http://www.rospotrebnadzor.ru/ – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].

- http://www.tsouz.ru – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].

- http://www.stq.ru/ – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].

- http://www.znaytovar.ru/ – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.

- http://www.falshivkam.net/ – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.

- http://www.legprommarket.ru/ – на сайте пользователь без регистрации и ограничений может просматривать каталог предприятий-участников и каталог представленной ими продукции (товаров), может получить информацию о товаре и координаты производителя продукции (товара).

Перечень профессиональных баз данных

- База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: http://www.minprom.gov.ru.

- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: http://www.tpprf.ru.

- База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: www.zakupki.gov.ru.

- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: http://www.fips.ru/rospatent/index.htm.

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Инструменты SMM маркетинга**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Инструменты SMM маркетинга» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Бренд-маркетинг»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.02.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Бренд-маркетинг» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «**Бренд-маркетинг**» является формирование системы знаний о брендинге, практических навыков и умений управления брендом.

Задачи:

- уточнить сущность брендинга, его содержание и значение;
- рассмотреть маркетинговые, семиотические и коммуникативные закономерности брендинга;
- изучить теорию и практику товарного и корпоративного брендинга;
- уточнить методические основы анализа индивидуальности бренда;
- освоить методику организации и проведения маркетинговых исследований при разработке бренда и содержание планетарного анализа портфеля брендов;
- рассмотреть процесс планирования и моделирование идентичности бренда;
- изучить процесс развития брендов в пространстве и времени.

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

В совокупности с другими дисциплинами обязательной части дисциплина «**Бренд-маркетинг**» направлена на формирование следующих **универсальных (УК) и профессиональных (ПК) компетенций магистра** по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-3- Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК -3.1 УК-3.1. Знает методики формирования команд и методы эффективного руководства коллективами. УК-3.2. Умеет разрабатывать командную стратегию, организовывать работу коллективов, управлять коллективом, разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту.	***Знать:*** - принципы работы современных информационных технологий и использовать их для организации деятельности в SMM-компании ***Уметь:*** - применять информационные технологии для продвижения фото-, видеохостингов ***Владеть:*** - навыками оценки эффективности стратегии присутствия в социальных сетях

ПК-2- Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	***Знать:*** - основы интегрированных маркетинговых коммуникаций для совершенствования систем сбыта и продаж в социальной медиа-среде ***Уметь:*** - анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг для продвижения в отдельных соцмедиа: ВК, FB, instagram, TikTok ***Владеть:*** - навыками анализа, оценки и разработки возможных решений организации бизнеса и совершенствования систем сбыта, продаж в социальной медиа-среде

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Бренд-маркетинг**» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «Бренд-маркетинг» являются знания полученные в ходе изучения таких дисциплин как «B2B Маркетинг», «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики». Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для прохождения производственной/преддипломной практик и выполнения магистерской диссертации работы.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**76**	**76**

Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	-	-
Реферат (Р)	26	26
Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Форма контроля	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование тем	Содержание тем	Форма текущего контроля
1.	Основы брендинга.	Сущность и содержание понятий бренд, брендинг, фирменный стиль. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации. Понятие товарного и корпоративного брендинга. Понятие бренда в системе терминов «клеймо», «торговая марка», «товарный знак», «товар» и «маркетинг». Бренд как маркетинговое понятие. Структура бренда. Формальные признаки бренда. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда. «Три волны» в истории брендинга: рациональная, эмоциональная и «духовная». Современные тенденции западного и российского брендинга .	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
2.	Имидж, идентификация и элементы бренда.	Содержательные характеристики бренда. Содержание бренда в системе отношений «товар - потребитель», «потребитель - товар», «потребитель –товар - тот же потребитель», «потребитель -товар -другой потребитель», «потребитель – товарсоциальное окружение». Зависимость смысла и значения бренда в зависимости от этапа развития отношений между товаром и потребителем (до покупки, во время покупки, после покупки, в долгосрочном плане). Функциональные (назначение), индивидуальные (ценность), социальные (уважение) и коммуникативные (контакт) качества бренда. Индивидуальность бренда. Объективированные признаки бренда (атрибуты): физические характеристики, имя, упаковка, реклама, персонажи, фирменный знак, логотип, цветовые сочетания, фирменные шрифты, музыка, голос, жесты и т.п. Идентичность	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

		бренда: стержневая идентичность; расширенная идентичность; сущность бренда.	
3.	Классификации брендов и правовое обеспечение брендов.	Классификация брендов: по предметной направленности, по территориальному охвату, по сфере применения, по месту в структуре марочного портфеля. Сущность бренда на различных логических уровнях рассмотрения. Мегабренд и мастербренд. Правоохранность и правоспособность брендов. Патенты и свидетельства как инструменты правовой охраны и защиты брендов. Принципы правоохраны объектов интеллектуальной собственности. Недобросовестное предпринимательство: фальсификация и имитация продукции. Фонетические, цвето-графические и сюжетные имитации. Диверсионный анализ брендов, Способы фальсификации брендов. Защитные меры. Законодательства стран в защите прав интеллектуальной собственности. Российское законодательство по правам интеллектуальной собственности. Регистрация товарных знаков в РФ.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
4.	Брендбук как основа брендинга	Понятие брендбука и его элементов. Брендбук как руководство для бренд-менеджера. Основные разделы брендбука Сравнительный анализ брендбуков ведущих российских и мировых компаний.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
5.	Процесс управления брендом.	Подходы к управлению брендами: модели брендинга. Азиатская и западная модели брендинга. Преимущества и недостатки моделей брендинга. Конвергенция моделей брендинга. Процесс управления брендом, его основные этапы и их содержание. .	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
6.	Архитектура брендов, портфель брендов и его виды.	Марочный портфель. Архитектура брендов. Каннибализм бренда. Овербрендинг. Мультибренд и зонтичный бренд. Марочное семейство. Суббренд. Стратегическое развитие портфеля брендов. Цели, задачи и основные принципы управления портфелем брендов. Структура брендового портфеля: создание архитектуры брендов, развитие суббрендов. Виды брендов. Расширение и углубление брендов. Стратегическое значение брендов в корпоративном портфеле. Ценовой фактор в расширении брендов. Каннибализм и размывание	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

		имиджа.	
7	Планетарный анализ и карта «системы брендов».	Сущность планетарного анализа. Понятие "колеса бренда". Технология Brand Mapping.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
8	Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренда.	Приемы создания осведомленности о марке (брендинг): принцип специфики кодирования, приемы стимулирования узнавания марки, приемы стимулирования припоминания марки, припоминание, ускоренное узнаванием. Приемы формирования отношения к марке (убеждение): приемы при низкововлеченном/информационном отношении потребителей, приемы при низкововлеченном / трансформационном отношении потребите-лей. Капитал бренда и имидж бренда. Критерии оценки капитала бренда. Факторы, влияющие на капитал бренда. Структура активов фирмы: материальные и нематериальные составляющие. Мировые рейтинги стоимости брендов; факторы усиления позиций брендов. Развитие мегабрендов. Изучение развития бренда: модели и методы экономического прогнозирования, оценка стоимости брендов.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания
9	Бренд-менеджер или управляющий брендом.	Бренд-менеджмент как специфическая функция современного управления. Интегрированный характер функции бренд-менеджмента. Методы стратегического, оперативного и административно-организационного бренд-менеджмента. Принципы бренд-менеджмента. Организационные формы бренд-менеджмента. Традиционные и современные подходы к разработке организационных структур. Межфункциональный подход к управлению брендами компании. Роль бренд-менеджера в организации управления брендом. Аппарат бренд-менеджера.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы брендинга.	10	1	1	–	8
2.	Имидж, идентификация и элементы бренда.	10	1	1	-	8
3.	Классификации брендов и правовое обеспечение брендов.	12	2	2	-	8
4.	Брендбук как основа брендинга	12	2	2	-	8
5.	Процесс управления брендом.	12	2	2	-	8
6.	Архитектура брендов, портфель брендов и его виды.	12	2	2	-	8
7.	Планетарный анализ и карта «системы брендов».	12	2	2	-	8
8.	Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренда.	14	2	2	-	10
9.	Бренд-менеджер или управляющий брендом.	14	2	2	-	10
	Всего	**108**	**16**	**16**	–	**76**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся (4 семестр)

Наименование темы дисциплины	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Основы брендинга.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	УК-3.1 УК-3.2
Имидж, идентификация и элементы бренда.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания	8	УК-3.1 УК-3.2

	литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Экзаменационные материалы		
Классификации брендов и правовое обеспечение брендов.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	УК-3.1 УК-3.2
Брендбук как основа брендинга	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	УК-3.1 УК-3.2
Процесс управления брендом.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ПК-2.1 ПК-2.6
Архитектура брендов, портфель брендов и его виды.	Подготовка к лекциям и практическим	Реферат Вопросы для дискуссий	8	ПК-2.1 ПК-2.6

	занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы		
Планетарный анализ и карта «системы брендов».	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	8	ПК-2.1 ПК-2.6
Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренда.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	10	ПК-2.1 ПК-2.6
Бренд-менеджер или управляющий брендом.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК, написание эссе	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	10	ПК-2.1 ПК-2.6
Всего часов			**76**	

4.5. Практические (семинарские) занятия (4 семестр).

№ занятия	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Основы брендинга.	1

1	Имидж, идентификация и элементы бренда.	1
2	Классификации брендов и правовое обеспечение брендов.	2
3	Брендбук как основа брендинга	2
4	Процесс управления брендом.	2
5	Архитектура брендов, портфель брендов и его виды.	2
6	Планетарный анализ и карта «системы брендов».	2
7	Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренда.	2
8	Бренд-менеджер или управляющий брендом.	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

19. Ульченко, Е. Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет: материалы научных исследований / Е. Н. Ульченко. — Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012. — 64 с. — ISBN 978-5-9935-0277-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/21457.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. — Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619

20. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/31693.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

21. Комлев, Е. Б. Актуальные проблемы маркетинга: курс лекций / Е. Б. Комлев. — Москва: Московский гуманитарный университет, 2014. — 130 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/39675.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

22. Кравченко, А. В. Маркетинг: сборник задач и упражнений / А. В. Кравченко. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 64 с. — ISBN 978-5-7782-1642-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/44954.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы),	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства

	модули дисциплины		вид	кол-во
40.	Основы брендинга.	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	30 3 10 30
41.	Имидж, идентификация и элементы бренда.	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
42.	Классификации брендов и правовое обеспечение брендов.	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
43.	Брендбук как основа брендинга	ОПК-3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения. ОПК-3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
44.	Процесс управления брендом.	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
45.	Архитектура брендов, портфель брендов и его виды.	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
46.	Планетарный анализ и карта	ПК-2.1. Способен разработать предложения по	Реферат	

	«системы брендов».	совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
47.	Характеристики сложившегося бренда: степень продвинутости бренда, степень лояльности бренду и стоимостная оценка бренда.	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	
48.	Бренд-менеджер или управляющий брендом.	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию ценовой и товарной политик торговых предприятий. ПК-2-6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Реферат Вопросы для дискуссий Эссе Тестовые задания Экзаменационные материалы	

Темы рефератов
по дисциплине «**Бренд-маркетинг**»

Тематика рефератов

1. Структура социальных связей внутри сети Instagram и её влияние на привлечение аудитории
2. Влияние рекламы, интегрируемой в видео-контент блогера на YouTube, на восприятие зрителями самого блогера
3. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов
4. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни
5. Создание и настройка таргетированной рекламы в сервисах Google и Yandex. Сравнительный анализ и особенности работы
6. Отношение молодежи к социальной сети Instagram на примере саратовских Обучающийсяов высших учебных заведений
7. Тревел-блогинг в ВК как PR инструмент в тревел-индустрии
8. Использование социальной сети в качестве новостного канала
9. SMM как фактор влияния на формирование образа жизни молодёжи
10. Использование новых медиа как инструмент продвижения танцевальной индустрии в России
11. Аккаунты знаменитостей в социальных сетях как инструмент продвижения модных тенденций

12. Социальные сети как инструмент продвижения мобильных приложений
13. Особенности продвижения образовательных товаров в социальных сетях
14. Факторы, влияющие на восприятие дизайна социальной сети потребителями
15. SMM-технологии: методы, каналы, инструменты
16. ЧЕК ЛИСТ Онлайн сервисы для предпринимателей
17. Особенности создания группы в ВКонтакте
18. Технологии создания группы в Одноклассниках.
19. Технологии оптимизации контента и usability как основа оценки эффективности коммуникаций в социальных медиа.
20. Финансирование маркетингово-коммуникационных проектов в социальных медиа.
21. Правила безопасности коммуникационной деятельности в сети.

Эссе 1

по дисциплине «Бренд-маркетинг»

Разработать название организации, описать аудиторию, продумать стратегию продвижения в социальных медиа, описать области применения SMM.

Объект исследования: например, магазин молодежной одежды.

Предмет: продвижение магазина молодежной одежды в социальных медиа.

В рамках проводимого исследования для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиамаркетинга,
- описание аудитории по социально-демографическим, социально-профессиональным, социокультурным, психологическим, потребительским характеристикам,
- исследование организации, ее позиции на рынке города среди конкурентов,
- исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения магазина молодежной одежды,
- описание способов продвижения в социальных медиа магазина молодежной одежды.

Эссе 2

по дисциплине «Бренд-маркетинг»

Выберите проект развития бренда в социальной сети Инстаграм, который Вы могли бы назвать успешным (эффективным).

Проведите его анализ с точки зрения пользователя на основании нижеприведенных пунктов:

1. Проанализируйте: -концепцию блога; -визуальную составляющую бренда; -особенности вовлечения пользователей; -использование трендов. -активность на странице.
2. Выявите ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения создателя/владельца сайта).
3. Опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный аккаунт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы.
4. Внимательно изучите содержимое аккаунта и проверьте установленные Вами гипотезы.
5. Опишите целевую аудиторию бренда. Можете обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании или по отношению к содержимому самого аккаунта.

6. Выявите особенности акаунта, которые, на Ваш взгляд, решают пользовательские запросы каждой группы целевой аудитории компании.

Подготовить отчет в формате pdf со скриншотами и пояснением хода выполнения работы.

Вопросы для дискуссий

9. Лиды и лидогенерация из соцсетей.
10. Генерация лидов в социальных сетях
11. Создание лендинга по маркетинговым правилам
12. 12 способов эффективной лидогенерации от LED-DIGITAL
13. Как посчитать и повысить конверсию в соцсетях.
14. Как повысить конверсию из лида в продажу и сделать бизнес прибыльным
15. Что такое воронка продаж и как она работает
16. *Пример движения лидов по воронке продаж*

Примеры тестовых заданий:

1. При помощи каких инструментов следует рекламировать сообщество в социальных сетях?

а. Спам
б. Френдинг
в. Таргетированная реклама
г. Офферы

2. Что такое CTR?

а. Показатель кликабельности
б. Показатель подписчиков
в. Показатель лайков
г. Показатель комментариев

3. Что такое таргетированная реклама?

а. Это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям Сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем

б. Это интернет-площадка, сайт, который позволяет зарегистрированным на нем пользователям размещать информацию о себе и коммуницировать между собой, устанавливая социальные связи

в. Это реклама, содержание которой зависит от интересов пользователя. Поэтому одним из главных ее преимуществ – перед другими видами рекламы – является ее «ненавязанность» потенциальному клиенту

4. Основные инструменты поиска информации в Интернете:

а. Служба прямого доступа
б. Каталоги
в. Поисковые машины

5. Какая тема из ниже перечисленных запрещена для таргетированной рекламы в сети интернет?

а. Нижнее белье, экзотические растения и животные
б. Табак, спиртные напитки, оружие, лицензии и сертификаты

в. Ритуальные услуги, экстремальный туризм

6. С информационной точки зрения, Интернет — это …

А. Единая среда общения, коммуникаций, развлечения и ведения бизнеса;

Б. Совокупность информационных центров, содержащих разнообразную информации и тесно связанные множеством взаимосвязей;

В. Совокупность десятков тысяч независимых сетей и миллионов компьютеров;

7 Что относится к службам сети Интернет:

А. World Wide Web – всемирная паутина;

Б. E-mail - Электронная почта;

В. Usenet, News – Телеконференции, новости;

8. Что означает ER в социальных медиа?

а. Уровень роста продаж

б. Уровень популярности продукта

в. Уровень акций на арбитражном рынке

г. Уровень вовлечения пользователей в контент

9. Системы управления Web-контентом это:

а. ECM-системы

б. CMS-системы

в. CRM-системы

г. ERP-системы

10. Линкбэйтинг – это...

а. Особая схема внутренней перелинковки сайта

б. Правила размещения ссылок на сайте

в. Создание контента для сайта, который будет заставлять людей ссылаться на него

г. Покупка ссылок с хорошими показателями на биржах

11.Как называется обновленный редактор объявлений в рекламном кабинете Facebook:

а) Ads Manager

б) Power Editor

в) Business Manager

12. Что означает показатель «Клики по ссылке» в рекламных объявлениях Facebook:

а) клики по изображению или по кнопке с призывом к действию в рекламе с целью «Трафик»

б) количество переходов по ссылкам на ресурсы Facebook или за пределы Facebook

в) клики по ссылке

13. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

а) конверсии

б) лидогенерация

в) вовлеченность

14. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

а) охват

б) сообщения
в) лидогенерация

15. Сколько, по мнению Facebook, должно быть текста на рекламном изображении по отношению к площади самого изображения:
а) менее 40%
б) менее 70%
в) менее 20% +

16. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:
а) Холст
б) фото
в) Stories

17. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:
а) Stories
б) Холст
в) кольцевая галерея

18. Как вычисляется среднее время просмотра видео в рекламе на Facebook:
а) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения
б) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения и умноженное на 100
в) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook и Instagram на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения

19. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:
а) просмотры видео в точке 15%
б) просмотры видео в точке 35%
в) просмотры видео в точке 25%

20. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:
а) просмотры видео в точке 65%
б) просмотры видео в точке 50%
в) просмотры видео в точке 45%

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к экзамену

132. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
133. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
134. Интернет, как основа для развития Socila media.
135. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
136. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
137. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
138. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.

139. Особенности формирования доменов.
140. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
141. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
142. Способы описания целевой аудитории.
143. Способы оценки Интернет - аудитории.
144. . Характерные черты Интернет - аудитории России.
145. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам.
146. Понятие Интернет-рекламы, принцип Действия, задачи.
147. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.
148. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг.
149. Основные типы ретаргетинга.
150. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.
151. Контекстная реклама (текстовые объявления).
152. Размещение рекламы в ВЭБ-каналах.
153. Основные рекламные Интернет-форматы.
154. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.
155. Что такое SMM
156. . История возникновения SMM
157. Обзор социальных интернет-платформ
158. Стратегии продвижения через социальные сети
159. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
160. Цели и тактики SMM.
161. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
162. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
163. Что такое SMO
164. Связь SMO и SEO
165. Связь SMO и вирусного маркетинга
166. Истоки и базовые принципы SMO
167. Принципы SMO
168. Нетрадиционные виды SMO
169. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO
170. Что такое SMM. История возникновения SMM
171. Обзор социальных интернет-платформ
172. Стратегии продвижения через социальные сети
173. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
174. Цели и тактики SMM.
175. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
176. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
177. Что такое SMO 10. Связь SMO и SEO
178. Связь SMO и вирусного маркетинга
179. Истоки и базовые принципы SMO
180. Принципы SMO
181. Нетрадиционные виды SMO
182. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO.

183. SMM-стратегия и ее реализация.
184. Коммерческий и контентный SMM.
185. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, Viber, Telegram), особенности подхода к каждому каналу, визуальной концепции.
186. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.
187. Продвижение в Интернете
188. Работа с Twitter, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing.
189. Оценка эффективности SMM.
190. Особенности социальных сетей.
191. Коммерческие возможности социальных сетей.
192. Системы мониторинга и аналитики.
193. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
194. KPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.
195. Сравнительный анализ различных инструментов и каналов коммуникации в цифровой среде.
196. Владение знаниями о современных технических средствах и информационнокоммуникационных технологиях.
197. Инструменты SMM.
198. Методы оценки доходов от Интернет продаж.
199. Web-сайт компании и его место в общей программе коммуникаций в сети Интернет.
200. Основные этапы, построения эффективного web-сайта.
201. Методы продвижения web-сайта в Интернете.
202. Методы удержания посетителей сайта.
203. Продвижение в блогах, сообществах и форумах.
204. Копирайт в сети интернет
205. История возникновения SMM. Отечественный и зарубежный опыт.
206. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
207. Системы мониторинга и аналитики SMM.
208. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
209. Особенности поведения потребителей в соцмедиа
210. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
211. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
212. Работа с негативом в соцмедиа
213. Оценка эффективности коммуникаций в соцмедиа
214. SMM как часть трансмедийной кампании
215. Интернет-исследования в социальных сетях
216. Работа с социально-ориентированными сервисами и интернет-сообществами
217. Разновидности инструментов продвижения в социальных медиа (контекстная реклама, баннерная реклама, геоконтекстная реклама, вирусная реклама и пр.)
218. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
219. Блогеры, селебретис и маркетинг влияния как инструменты продвижения в социальных медиа.
220. 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.
221. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

g. Литература

23. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

24. Заика, А. А. Локальные сети и интернет: учебное пособие / А. А. Заика. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 323 с. — ISBN 978-5-4497-0326-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89442.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

25. Автоматизация деятельности предприятия розничной торговли с использованием информационной системы Microsoft Dynamics NAV: учебное пособие / В. И. Грекул, Н. Л. Коровкина, Д. А. Богословцев, Н. Н. Синайская. — 4-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2026. — 229 с. — ISBN 978-5-4497-2495-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133915.html (дата обращения: 30.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

h. Периодические издания

30. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
31. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
32. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
33. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
34. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа, обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Бренд-маркетинг» могут быть использованы материалы следующих аналитических интернет-сайтов:

- http://www.rospotrebnadzor.ru/ – официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].
- http://www.tsouz.ru – официальный сайт Таможенного союза [Электронный ресурс].
- http://www.stq.ru/ – официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество» [Электронный ресурс].
- http://www.znaytovar.ru/ – на сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы, идентификации и обнаружения фальсификации товаров.

- http://www.falshivkam.net/ – на сайте представлено большое количество статей и иллюстраций к ним, посвященных способам фальсификации товаров, методам борьбы с ними. Описаны меры по защите товарных знаков, представлен обширный музей фальсифицированных товаров.

- http://www.legprommarket.ru/ – на сайте пользователь без регистрации и ограничений может просматривать каталог предприятий-участников и каталог представленной ими продукции (товаров), может получить информацию о товаре и координаты производителя продукции (товара).

Перечень профессиональных баз данных

- База данных Министерства промышленности и торговли РФ. - Режим доступа: Министерства: http://www.minprom.gov.ru.

- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ. - Режим доступа: http://www.tpprf.ru.

- База данных Российской Федерации для размещения информации о размещении заказов (уполномоченным по ведению сайта является Минэкономразвития России). - Режим доступа: www.zakupki.gov.ru.

- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатента). - Режим доступа: http://www.fips.ru/rospatent/index.htm.

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Бренд-маркетинг**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Бренд-маркетинг» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе Обучающийсяу следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность Обучающийсяа. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим Обучающийсяом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый Обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений Обучающийсяу необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности Обучающийсяа свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний Обучающийсяов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление Обучающийсяов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его

выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающим должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, Обучающийсям необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у Обучающийсяов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет Обучающийсям проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант Обучающийсяа», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра финансов, кредита и антимонопольного регулирования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Страхование бизнеса в цифровой экономике»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.03.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Страхование бизнеса в цифровой экономике» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Финансы, кредит и антимонопольное регулирование», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 07 апреля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....25

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 25

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 37

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....38

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 40

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 40

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Страхование бизнеса в цифровой экономике» является: формирование у обучающихся целостного представления о страховании как особой форме реализации экономических отношений и самостоятельном звене финансово-кредитной системы современного общества; усвоение студентами основных понятий и терминов страхового дела, знакомство с формами и видами проведения страхования, овладение навыками анализа страхового рынка; воспитание у студентов необходимого уровня культуры восприятия страхования как надежного гаранта обеспечения экономической защиты всех субъектов общества от страховых рисков, инструмента снижения рисков и источника значительных инвестиционных ресурсов, способствующих устойчивому экономическому развитию.

Задачи:

- освоение теоретических основ в области теории страхования и детальное изучение принципов организации страховых отношений в России и стран с развитой рыночной экономикой;
- ознакомление с основами функционирования рынка страховых услуг и изучение проблем современных общественных финансов;
- приобретение навыков самостоятельного изучения и анализа новых теоретических разработок в области страхования, нормативно-правовых документов и статистических материалов по страховым и иным финансовым проблемам.

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

В совокупности с другими дисциплинами по выбору вариативной части учебного плана направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг» дисциплина «Страхование бизнеса в цифровой экономике» направлена на формирование следующих обще**профессиональных (ОПК) компетенций** магистра:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-3 - Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	***Знать:*** - основы экономических и финансово обоснованных организационно-управленческих решений при рассмотрении страхового случая ***Уметь:*** принимать экономически и финансово

		обоснованные организационно-управленческие решения при расчете страховых тарифов ***Владеть:*** навыками расчета страховых тарифов и сумм страховых премий и принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Страхование бизнеса в цифровой экономике» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «Страхование бизнеса в цифровой экономике» являются такие дисциплины как «Цифровизация экономики и бизнеса», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики», «Цифровые финансовые технологии в бизнесе», а также экономические и финансовые дисциплины, изученные на предыдущем уровне образования. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для прохождения практик, а также при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, при защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**76**	**76**

Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	26	26
Реферат (Р)	-	-
Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1.	Общие аспекты страховой деятельности	Риски: сущность и классифиация. Основные понятия и принципы страхования. История возникновения страхования. Классификация страхования. Экономическое содержание страхования. Сущность и функции страхования.	К , Т, УО, РЗ, Р
2.	Основные отрасли страхования и их характеристика	Имущественное страхование. Личное страхование. Страхование ответственности. Медицинское страхование. Перестрахование и его виды.	К , Т, УО, РЗ, Р
3	Теоретические основы расчета страховых тарифов	Страховая статистика. Сущность расчета страховых тарифов и история его развития. Структура страховой премии. Расчет тарифных ставок по рисковым видам страхования. Расчет тарифных ставок по страхованию жизни	К , Т, УО, РЗ, Р
4.	Страховой рынок: сущность и перспективы развития в условиях цифровизации	Российский страховой рынок: сущность и оценка параметров. Участники страхового рынка. Государственный надзор за страховой деятельностью. Лицензирование страховой деятельности. Цифровизация российского страхового рынка. Сегментация страхового рынка. Международный страховой рынок	К , Т, УО, РЗ, Р
5.	Финансовые основы страховой деятельности	Формирование и размещение страховых резервов. Формирование инвестиционного дохода. Финансовая устойчивость страховой организации. Платежеспособность страховщика. Ликвидность страховой организации. Формирование финансовых результатов страховой организации.	К , Т, УО, РЗ, Р

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата

(Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ЛР	ПЗ	
РАЗДЕЛ I. ОБЩИЕ АСПЕКТЫ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		**44**	**7**	**7**	**–**	**30**
1.	Основные понятия и принципы страхования	9	2	2	–	5
2.	История возникновения страхования	7	1	1	-	5
3.	Сущность страхования как экономической категории	7	1	1	-	5
4.	Методы организации страховых фондов	7	1	1	-	5
5.	Классификация страхования	7	1	1	-	5
6.	Основная страховая терминология	7	1	1	-	5
РАЗДЕЛ II. ОСНОВНЫЕ ОТРАСЛИ СТРАХОВАНИЯ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКА		**42**	**6**	**6**	–	**30**
7.	Личное страхование. Страхование жизни	7	1	1	–	5
8.	Страхование ответственности	7	1	1	-	5
9.	Имущественное страхование	7	1	1	–	5
10.	Страхование от несчастных случаев и болезней	7	1	1	-	5
11.	Социальное страхование	7	1	1	-	5
12.	Перестрахование и его виды	7	1	1	-	5
РАЗДЕЛ III. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАСЧЕТА СТРАХОВЫХ ТАРИФОВ		**17**	**3**	**3**		**11**
13	Страховой тариф: механизм определения, состав и структура	7	1	1		5
14	Расчет тарифных ставок по рисковым видам страхования. Структура страховой премии	7	1	1		5
15	Расчет тарифных ставок по страхованию жизни	8	1	1		6
	Всего	**108**	**16**	**16**	–	**76**

4.4. Самостоятельная работа студентов (4 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР	Оценочное средство	Кол-во часов	Код компетенций
Основные понятия и принципы страхования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий;	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
История возникновения страхования	Изучение учебных пособий	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Сущность страхования как экономической категории	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Методы организации страховых фондов	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Классификация страхования	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Основная страховая терминология	Изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3

	и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия			
Личное страхование. Страхование жизни	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Страхование ответственности	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Имущественное страхование	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Страхование от несчастных случаев и болезней	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Социальное страхование	Изучение учебных пособий; изучение в рамках темы вопросов и	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3

	проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия			
Перестрахование и его виды	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Страховой тариф: механизм определения, состав и структура	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Расчет тарифных ставок по рисковым видам страхования. Структура страховой премии	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	5	ОПК-4.3
Расчет тарифных ставок по страхованию жизни	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	6	ОПК-4.3
Всего часов			**76**	

4.5. Лабораторные занятия (4 семестр)

Не предусмотрены учебным планом

5.6. Практические занятия

№ занятия	*№ раздела*	*Тематика лабораторных занятий*	*Количество часов*
1-2	1	Основные понятия и принципы страхования	2
3-4	1	История возникновения страхования	1
3-4	1	Сущность страхования как экономической категории	1
5-6	1	Методы организации страховых фондов	1
5-6	1	Классификация страхования	1
7-8	1	Основная страховая терминология	1
7-8	2	Личное страхование. Страхование жизни	1
9-10	2	Страхование ответственности	1
9-10	2	Имущественное страхование	1
11-12	2	Страхование от несчастных случаев и болезней	1
11-12	2	Социальное страхование	1
12-13	2	Перестрахование и его виды	1
12-13	3	Страховой тариф: механизм определения, состав и структура	1
13-14	3	Расчет тарифных ставок по рисковым видам страхования. Структура страховой премии	1
13-14	3	Расчет тарифных ставок по страхованию жизни	1
Итого в семестре			**16**

4.6. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Архипов, А.П. Страхование ВЭД. Учебник и практикум: учебник / Архипов А.П. — Москва: КноРус, 2019. — 267 с.https://www.book.ru/book/930725
2. Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. — Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619
3. Магомадова М.М. Страхование. Учебно-методическое пособие / сост. З. К. Тавбулатова, Х. В. Айдамиров, М. М. Магомадова. – Грозный: 2013. – 243 с.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	**Контролируемые разделы (темы),**	**Код контролируемой компетенции**	**Наименование оценочного средства**

	модули дисциплины		вид	кол-во
49.	Общие аспекты страховой деятельности	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Реферат Кейс	59 27 52 24 8
50.	Основные отрасли страхования и их характеристика	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Реферат	
51.	Теоретические основы расчета страховых тарифов	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы Реферат	
52.	Страховой рынок: сущность и перспективы развития в условиях цифровизации	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	
53.	Финансовые основы страховой деятельности	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	

Темы рефератов

по дисциплине «Страхование бизнеса в цифровой экономике»

Тематика рефератов

1. Социально-экономическая сущность и цели страхования.
2. Формирование и особенности страхового рынка в РФ.
3. Организация страхового рынка в промышленно развитых странах мира.
4. Законодательно-правовая база страхового дела в России.
5. Организационные формы страховых компаний.
6. Лицензирование страховой деятельности.
7. Имущественное страхование.
8. Объекты страховых отношений и виды страхового покрытия при автостраховании.
9. Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств.
10. Страхование грузов при международных перевозках.
11. Страхование грузов и пассажиров при перевозках внутри страны.
12. Страхование гражданской ответственности при международных автотранспортных сообщениях по Зеленой карте.
13. Виды личного страхования и условия страховых отношений.
14. Страхование в государственном секторе экономики.
15. Договор страхования и его особенности. Страховой полис.
16. Порядок образования и использования страховых резервов.
17. Налогообложение доходов от страховой деятельности и платежеспособность страховщиков.
18. Перестрахование и его формы.

19. Валютные операции на страховом рынке и их регулирование.
20. Инвестиционная деятельность страховых компаний.
21. Государственные страховые фонды и резервы.
22. Социальное страхование.
23. Страхование экспортных коммерческих кредитов.
24. Платежеспособность страховой фирмы.

ТЕМЫ ДЛЯ ДИСКУССИИ
по дисциплине «Страхование бизнеса в цифровой экономике»

1. Основы построения страховых тарифов.
2. Понятие актуарных расчетов, их сущность, содержание и задачи.
3. Порядок расчета нетто-ставки и нагрузки.
4. Структура тарифной ставки.
5. Расчет тарифной ставки в имущественном страховании
6. Расчет тарифной ставки в личном страховании.
7. Чем отличаются: рисковая премия, нетто-премия, брутто-премия.
8. Методы страхования.
9. Пропорциональное и непропорциональное страхование. Страхование с франшизой.
10. Понятие о страховых тарифах и факторах их определяющих.
11. Нетто-ставка: ее назначение и состав. Нагрузка и ее основные элементы
12. Убыточность страховой суммы как основа расчета нетто-ставки по рисковым видам страхования.
13. Базовые показатели, для расчета страховых тарифов по накопительным видам страхования.
14. Методика расчета нетто-ставки по массовым рисковым видам страхования.
15. Сущность и виды страховых премий.
16. Страховая премия как плата за страхование.
17. Определение размера страховой премии и методы ее уплаты.
18. Факторы, влияющие на размер страховой премии.
19. Общая характеристика страхования и страхового дела. Экономическая роль
20. страхования.
21. Особенности, достоинства и недостатки страхования как метода управления риском.
22. Юридические основы страховых отношений.
23. Договор страхования. Права и обязанности страховщика и страхователя.
24. Функции страхования.
25. Классификация страхования.
26. Системы страховой ответственности и их применение.
27. Формы проведения страхования

Решение задач
по дисциплине «Страхование бизнеса в цифровой экономике»

Раздел 1. Сущность страхования и его функции в рыночной экономике.

Задача 1.

По договору страхования имущества потребительского общества предусмотрена условная франшиза в размере 1 тыс. рублей. Фактически ущерб составил:

а) 900 рублей;

б) 3,7 тыс. рублей;

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить в каком размере будет возмещен ущерб в обоих случаях.

Задача 2.

Плата за страхование имущества райпотребсоюза, действительная стоимость которого на момент заключения договора страхования равнялась 15 млн. рублей, составила 300 тыс. руб. при страховом тарифе 2,5 %. Ущерб в результате страхового случая составил 1,8 млн. рублей.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить размер страхового возмещения при пропорциональной системе страховой ответственности:

а) в договоре установлена безусловная франшиза 50 тыс. руб.;

б) в договоре указано, что условная франшиза составляет 1 % от страховой суммы (свободно от 1%).

Задача 3.

Стоимость застрахованного имущества универсама потребительской кооперации составляет 200 млн. руб., страховая сумма- 150 млн. рублей. Ущерб при наступлении страхового случая получен в размере 160 млн. рублей.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить страховое возмещение по системе первого риска и по системе пропорциональной ответственности.

Задача 4.

Плата за страхование имущества, действительная стоимость которого на момент заключения договора страхования равнялась 37,5 млн руб., составила 750 тыс. руб. при страховом тарифе 2,5%. Ущерб в результате страхового случая составил 27 млн. руб.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить, размер страхового возмещения при пропорциональной системе страховой ответственности, если в договоре установлена безусловная франшиза 75 тыс руб.

Задача 5.

Средняя урожайность пшеницы за 5 предшествующих лет –29 ц с га. Площадь посева – 275 га. Из-за происшедшего страхового случая (ливней) урожай пшеницы составил 13 ц с га. Рыночная цена за 1 ц пшеницы – 213 руб. Ответственность страховщика 70% от причиненного убытка.

Задача 6.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить, ущерб страхователя и величину страхового возмещения по системе предельной ответственности.

Задача 7.

Рассчитать размер убытка, который потерпело сельскохозяйственное предприятие, если в 2012 году было с 15 га собрано 180 центнеров урожая, стоимостью 1200 руб. за центнер. В предыдущие годы урожайность составила следующие данные: 2007г. — 83ц/га; 2008г. — 81ц/га; 2009г. — 75ц/га; 2010г. — 91ц/га; 2011г. — 95ц/га.

Задача 8.

Пшеница застрахована по системе предельной ответственности, исходя из средней

за пять лет урожайности 18 ц. с 1 га на условиях выплаты страхового возмещения в размере 70% причиненного убытка за недополучение урожая. Площадь посева – 400 га. Фактическая урожайность пшеницы составила 16 ц. с 1 га. Закупочная цена пшеницы – 80 тыс. руб. за 1ц. Определите ущерб страхователя и сумму страхового возмещения по системе предельной ответственности.

Задача 9.

Драгоценности были застрахованы на сумму 7700д.е. В результате пожара был нанесен ущерб в размере 8580 д.е., что составляет 70% от их стоимости. Попытайтесь исчислить разность между суммами страхового возмещения по системам первого риска и пропорциональной ответственности.

Задача 10.

Автомобиль застрахован по системе первого риска на сумму 18000 д.е. Ущерб в результате дорожно-транспортного происшествия составил 24000 д.е. Определите размер страхового возмещения.

Раздел 3. Теоретические основы расчета страховых тарифов

Задача 11.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, рассчитайть показатели страхования по двум регионам:

а) полноту уничтожения пострадавших объектов;

б) долю пострадавших объектов;

в) убыточность страховой суммы;

г) тяжесть ущерба.

Укажите наименее убыточный регион.

Исходные данные:

Показатели	Регион 1	Регион 2
Число застрахованных объектов, ед.	800	1 000
Страховая сумма застрахованных объектов, млн. руб.	336,0	300,0
Число пострадавших объектов, ед.	64	70
Страховая сумма пострадавших объектов, млн. руб.	28,0	25,0
Страховое возмещение, млн. руб.	12,7	9,6

Задача 12.

Исходные данные по одному из видов страхования имущества юридических лиц:

Показатели	Годы				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы, %	3,0	2,3	2,8	4,0	2,9

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить:

а) основную часть нетто- ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;

б) рисковую надбавку, если коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет, – 1,984;

в) нетто- ставку на 100 рублей страховой суммы;

г) брутто- ставку на 100 рублей страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа равна 22%;

д) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 2 250 тыс. рублей.

Задача 13.

Страховщик заключает договоры имущественного страхования. Вероятность наступление страхового случая P = 0,01. Средняя страховая сумма 800 тыс. д.е. Среднее страховое возмещение 575 тыс.д.е. Количество договоров 12000. Доля нагрузки в структуре тарифа 30%. Данные о разбросе возможных страховых возмещений при наступлении страхового случая отсутствуют. Коэффициент гарантии безопасности 1,645.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить: 1) брутто-ставку на 100 д.е. страховой суммы; 2) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 976 тыс. д.е.

Задача 14.

По данным опубликованным в стат.сборнике, обращаемость работающего населения за амбулаторными услугами в год на 100 человек характеризуется следующим временным рядом, обладающим достаточно высокой статистической устойчивостью:

Годы	2008	2009	2010
Число случаев	73,1	75,6	74,9

Среднее число обращений к врачу оценивается значением 9,5 раз. Стоимость одного обращения равна 50 д.е. Необходимо обеспечить 25 обращений к врачу.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить: 1) среднее число страховых случаев; 2) величину и структуру брутто-ставки

Задача 15.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, рассчитайть тарифную ставку договора страхования от несчастных случаев.

Исходные данные:

Вероятность наступления риска	0,03
Средняя страховая сумма	10 тыс руб
Среднее страховое обеспечение	6 тыс. руб
Количество договоров, которые предполагается заключить со страхователями	900
Доля нагрузки в тарифной ставке	28 %
Средний разброс страхового обеспечения	1,5 тыс руб
Коэффициент, зависящий от гарантии безопасности α (γ)	1,645

Задача 16.

Имеются следующие данные о работе страховой компании за 5 лет

Года	Страховая сумм (д.е.)	Страховое возмещение (д.е.)
2002	70200	40435
2003	75233	38920
2004	66527	42122
2005	78600	45232
2006	80125	47530

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:
а) основную часть нетто- ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;
б) рисковую надбавку, если коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет – 1,184;
в) нетто- ставку на 100 рублей страховой суммы;
г) брутто- ставку на 100 рублей страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа равна 20%.

Задача 17.

В среднем по страховой организации сложились следующие показатели убыточности страховой суммы по добровольному страхованию домашнего имущества (в %):

Показатели	**Годы**				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы	0,8	1,0	1,2	1,8	2,0

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:
1) среднюю убыточность страховой суммы за тарифный период;
2) с вероятностью 0,954 нетто-ставку и брутто-ставку при условии, что нагрузка по страхованию домашнего имущества составляет 21% в брутто-ставке (коэффициент доверия t=2,0).

Задача 18.

Исходные данные по одному из видов страхования имущества физических лиц:

Показатели	Предшествующие годы				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы, %	1,1	1,7	1,5	1,8	2,0

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:
а) основную часть нетто-ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;
б) рисковую надбавку, если вероятность, с которой собранных взносов хватит на выплаты страховых возмещений, равна 0,9, а коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет -1,984;
в) нетто-ставку на 100 руб. страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа составляет 26%;
г) брутто-ставку на 100руб. страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа составляет 26%;
д) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 24,377тыс.руб.

Раздел IV. Отрасли и виды страхования

Задача 19.

Пожаром 10 марта в универмаге потребительской кооперации повреждены товары. На 1 февраля в магазине имелось товаров на 1700 тыс. руб. С 1 по 10 февраля поступило товаров на 800 тыс. руб., сдано в банк выручки 920 тыс. руб., сумма несданной выручки – 20 тыс. руб., естественная убыль составила 0,6 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 1039,8 тыс. руб. Издержки обращения – 8%, торговая надбавка – 25%. Страховая сумма составляет 70% от фактической стоимости товаров на момент заключения договора страхования.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить ущерб страхователя и величину страхового возмещения.

Задача 20.

Пожаром 20 июля на оптовом складе повреждены товары. На 1 июля на складе имелось товара на 7 млн. руб. С 1 по 20 июля поступило товаров на 5600 тыс. руб., сдано в банк выручки 6400 тыс. руб., сумма несданной выручки – 120 тыс. руб., естественная убыль составила 2,4 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 4 072 тыс. руб. Издержки обращения составили – 17%, торговая надбавка – 32 %. Страховая сумма составляет 70% от фактической стоимости товаров на момент заключения ДС. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб страхователя и величину страхового возмещения.

Задача 21.

В результате пожара сгорел механический цех. После пожара имеются следующие остатки: фундамент стоимость которого составляет 18% стоимости здания. Цех возведен 9 лет, балансовая стоимость 17 млн. руб. Для расчистки территории после пожара привлекались техника и люди. Стоимость затрат составила 37 тыс. руб. Действующая норма амортизации – 3,5%. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб завода, нанесенный страховым случаем.

Задача 22.

Страхователь застраховал имущество в трех: в компании «А» на 10 тыс. руб. в компании Б на 20 тыс. руб., в компании «В» на 30 тыс. руб. Убыток по страховому случаю составил 9600 руб. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить долю выплат по каждой страховой компании

Задача 23.

Пожаром 15 августа в универмаге повреждены товары. На 1 августа в магазине имелось товара на 10600 тыс. руб. С 1 по 15 августа поступило товаров на 6800 тыс. руб., сдано в банк выручки 8200 тыс. руб., сумма несданной выручки –100 тыс. руб., естественная убыль составила 4,8 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 4040 тыс. руб. Издержки обращения составили 8%, торговая надбавка – 35%. Затраты по спасанию и на – приведение товаров в порядок составили 8 тыс. руб. Страховая сумма составляет 65% от фактической стоимости товаров на момент заключения договора страхования

Задача 24.

В результате пожара сгорел цех готовой продукции завод. После пожара имеются остатки: фундамент, стоимость которого составляет 4 млн. руб. Цех возведен 5 лет назад, балансовая стоимость 10 млн. руб. Для расчистки территории после пожара привлекались техника и люди. Стоимость затрат составила 45 тыс. руб. Действующая норма амортизации –3,5%. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб завода, нанесенный страховым случаем.

Задача 25.

Объект стоимостью 5,5 млн. руб. застрахован по одному договору тремя страховщиками: первым – на 3 млн. руб., вторым – на 1 млн. руб., третьим – на 3 млн. руб. Ущерб в результате страхового случая определен в сумме 1,8 млн. руб.

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к зачету

1. Экономическая сущность страхования и его роль в рыночной экономике
2. Место страхования в экономике Функции страхования.
3. Принципы организации страхового дела.
4. Классификация страхования.
5. Основы классификации страхования.
6. Формы организации страхования: государственное, акционерное, взаимное, кооперативное.
7. Объекты и субъекты страхования.
8. Классификация отраслей страхования
9. Классификация по отраслям и подотраслям.
10. Формы проведения страхования.
11. Добровольное и обязательное страхование.
12. Медицинское страхование.
13. Системы определения сумм страхового возмещения в имущественном страховании:
14. пропорциональная система, система первого риска.
15. Правовые основы и регулирования страховой деятельности
16. Юридические основы страховых отношений
17. Нормы Гражданского кодекса Российской Федерации, регулирующие вопросы страхования и страховой деятельности на территории России
18. Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации»
19. Основной понятийный аппарат страхования
20. Договор страхования: практика его согласования и заключения
21. Государственное регулирование страховой деятельности
22. Условия лицензирования страховой деятельности
23. Имущественное страхование
24. Понятие и виды имущественного страхования.
25. Условия имущественного страхования.
26. Классификация страхования по видам рисков.
27. Личное страхование и его роль
28. Личное страхование. Характеристика основных подотраслей и видов личного страхования
29. Личное страхование как фактор социальной стабильности общества
30. Сущность и виды страхования жизни
31. Страхование от несчастных случаев и болезней
32. Страховой интерес и страховой риск в личном страховании.
33. Особенности договоров личного страхования, их существенные условия
34. Страхование ответственности
35. Виды, содержание и формы страхования ответственности
36. Страхование гражданской ответственности владельцев средств транспорта
37. Страхование профессиональной ответственности
38. Страхование ответственности перевозчиков
39. Страхование ответственности предприятий - источников повышенной опасности
40. Обязательные виды страхования ответственности
41. Организация процесса страхования

42. Страховой рынок России
43. Страховая услуга. Продавцы и покупатели страховых услуг
44. Современное состояние страхового рынка России
45. Тенденции и перспективы развития страхового рынка России
46. Основы построения страховых тарифов. Состав и структура тарифной ставки
47. Общие принципы построения страховых тарифов.
48. Состав и структура тарифной ставки.
49. Общие принципы расчета нетто- и брутто-ставки.
50. Методика расчета страхового тарифа по рисковым видам страхования.
51. Обеспечение финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков
52. Финансовая устойчивость страховщиков.
53. Виды страховых резервов и их предназначение.
54. Доходы, расходы и прибыль страховщики.
55. Перестрахование.
56. Сущность, механизм, участники перестрахования
57. Перестраховочный риск.
58. Цедирование риска.
59. Перестраховочная цессия. Ретроцессия.
60. Ретроцедированный риск.
61. Формы договоров перестрахования
62. Договор факультативного перестрахования
63. Договор облигаторного перестрахования
64. Факультативно-облигаторная (переходная) форма договора
65. Договор облигаторно-факультативного перестрахования
66. Страхование предпринимательских, коммерческих, финансовых, валютных и банковских рисков.
67. Страхование предпринимательский и коммерческих рисков: страхование инвестиций, страхование прибыли.
68. Страхование финансовых рисков.
69. Страхование валютных рисков.
70. Страхование банковских рисков.
71. Страхование кредитных рисков
72. Добровольное страхование рисков непогашения кредитов.
73. Анализ условий кредитования.
74. Страхование ответственности заемщика за непогашение кредита.
75. Оценка платежеспособности заемщика кредита.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

i. Литература

1. Архипов, А. П. Социальное страхование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01435-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452232
2. Архипов, А.П. Корпоративное страхование: учебник / Архипов А.П. — Москва: КноРус, 2020. — 256 с. https://www.book.ru/book/933552
3. Архипов, А.П. Сопровождение договора страхования: учебник / с. https://www.book.ru/book/935935

4. Никулина, Н.Н. Актуарная деятельность в страховании. Теория и практика: учебник / Никулина Н.Н. — Москва: Русайнс, 2020. — 396 с. https://www.book.ru/book/935184
5. Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. —г Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619

7.2 Периодические издания

1. Финансы и кредит.
2. Финансы.
3. РЦБ.
4. Банковское дело.
5. Страховое дело.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
2. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
3. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.
4. Официальный сайт государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.asv.org.ru
5. Страховая компания Росгосстрах URL: www.rgs.ru
6. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» URL: www.raexpert.ru
7. Страхование в России. Крупнейший интернет-портал страхового бизнеса. URL: www.allinsuranse.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Страхование бизнеса в цифровой экономике» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Страхование бизнеса в цифровой экономике» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности

и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АХМАДА АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Современные технологии и риски в торговом бизнесе»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	Б1.В.ДВ.03.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 07 апреля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....25

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 25

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 37

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....38

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 40

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 40

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» является: формирование у обучающихся целостного представления о страховании как особой форме реализации экономических отношений и самостоятельном звене финансово-кредитной системы современного общества; усвоение студентами основных понятий и терминов страхового дела, знакомство с формами и видами проведения страхования, овладение навыками анализа страхового рынка; воспитание у студентов необходимого уровня культуры восприятия страхования как надежного гаранта обеспечения экономической защиты всех субъектов общества от страховых рисков, инструмента снижения рисков и источника значительных инвестиционных ресурсов, способствующих устойчивому экономическому развитию.

Задачи:

- освоение теоретических основ в области теории страхования и детальное изучение принципов организации страховых отношений в России и стран с развитой рыночной экономикой;
- ознакомление с основами функционирования рынка страховых услуг и изучение проблем современных общественных финансов;
- приобретение навыков самостоятельного изучения и анализа новых теоретических разработок в области страхования, нормативно-правовых документов и статистических материалов по страховым и иным финансовым проблемам.

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

В совокупности с другими дисциплинами по выбору вариативной части учебного плана направления подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг» дисциплина «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» направлена на формирование следующих обще**профессиональных (ОПК) компетенций** магистра:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-3 - Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	***Знать:*** - основы экономических и финансово обоснованных организационно-управленческих решений при рассмотрении страхового случая ***Уметь:*** принимать экономически и финансово

		обоснованные организационно-управленческие решения при расчете страховых тарифов ***Владеть:*** навыками расчета страховых тарифов и сумм страховых премий и принятия экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Базой для изучения курса «Страхование бизнеса в цифровой экономике» являются такие дисциплины как «Цифровизация экономики и бизнеса», «Торговый бизнес в условиях цифровой экономики», «Цифровые финансовые технологии в бизнесе», а также экономические и финансовые дисциплины, изученные на предыдущем уровне образования. В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для прохождения практик, а также при подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, при защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**76**	**76**

Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	26	26
Реферат (Р)	-	-
Эссе (Э)	20	20
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1.	Теоретические основы предпринимательских рисков.	Категории «риск» и «неопределённость». Причины возникновения ситуации неопределённости. Основные теории рисков. Сущность и характеристика предпринимательского риска. Факторы, вызывающие предпринимательские риски. Основные функции предпринимательских рисков.	К , Т, УО, РЗ, Р
2.	Современные классификации предпринимательских рисков	Классификация рисков по масштабам, формам и обстоятельствам их проявления. Системная классификация предпринимательских рисков. Классификация рисков по возможности страхования, по возможности диверсификации, в зависимости от этапа решения проблемы, по природе возникновения, по масштабам, по сфере возникновения, по длительности воздействия, по ожидаемым результатам, по степени допустимости, по степени обоснованности. Специфические и генетические факторы риска, внешние (прямого и косвенного воздействия) и внутренние факторы риска. Особенности проявления предпринимательских рисков на практике.	К , Т, УО, РЗ, Р
3	Сущность анализа и оценки предпринимательских рисков	Качественный анализ и количественная оценка рисков. Этапы идентификации и анализа рисков. Основные области (зоны) риска деятельности предпринимателей. Основные методы оценки рисков. Экономико-статистические методы, расчётноаналитические методы, анализ целесообразности затрат, метод экспертных оценок, метод рейтинговых оценок, метод аналогов, метод точки безубыточности, метод «Анализ	К , Т, УО, РЗ, Р

		чувствительности», метод сценариев, дерево решений, метод Монте-Карло.	
4.	Система управления риском	Общие принципы управления рисками. Содержание основных подходов к управлению рисками. Методы управления рисками. Процесс управления рисками. Оценка эффективности методов управления рисками. Методы оценки и покрытия рисков в рамках современных международных концепций	К , Т, УО, РЗ, Р
5.	Инвестиционные предпринимательские риски	Понятие инвестиционного портфеля и цели его формирования. Измерение риска портфеля. Оптимальный портфель. Стратегия управления инвестиционным портфелем. Теория арбитражного ценообразования.	К , Т, УО, РЗ, Р
6.	Финансовые риски предпринимательской деятельности	Классификация финансовых рисков. Процентные риски. Кредитные риски. Риск ликвидности. Инфляционный риск. Операционные риски. Валютные риски. Биржевые риски. Риски банкротства	К , Т, УО, РЗ, Р
7.	Страновой риск и его оценка	Влияние инвестиционного климата и странового риска на предпринимательскую деятельности. Понятие странового риска и его структура. Модели и методы оценки странового риска. Отражение странового риска в рейтингах. Оценка странового риска по методике Мирового банка.	К , Т, УО, РЗ, Р
8.	Экологические риски	Экологические факторы: определение, структура и особенности влияния на стоимость. Методы оценки экологического вреда. Зарубежный опыт оценки экологического ущерба. Экономическая оценка ущерба	К , Т, УО, РЗ, Р
9.	Производственные риски	Риски современного производства. Риски девелоперских проектов. Риски в анализе риска недвижимости.	К , Т, УО, РЗ, Р

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов	
		Контактная работа обучающихся	

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ЛР	ПЗ	
1.	Теоретические основы предпринимательских рисков.	12	2	2	–	8
2.	Современные классификации предпринимательских рисков	12	2	2	-	8
3.	Сущность анализа и оценки предпринимательских рисков	12	2	2	-	8
4.	Система управления риском	12	2	2	-	8
5.	Инвестиционные предпринимательские риски	12	2	2	-	8
6.	Финансовые риски предпринимательской деятельности	12	2	2	-	8
7.	Страновой риск и его оценка	12	2	2	–	8
8.	Экологические риски	12	1	1	-	10
9.	Производственные риски	12	1	1	–	10
	Всего	**108**	**16**	**16**	–	**76**

4.4. Самостоятельная работа студентов (4 семестр)

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Теоретические основы предпринимательских рисков.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий;	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Современные классификации предпринимательских рисков	Изучение учебных пособий	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Сущность анализа и оценки предпринимательских рисков	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3

Система управления риском	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Инвестиционные предпринимательские риски	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Финансовые риски предпринимательской деятельности	Изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Страновой риск и его оценка	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	8	ОПК-4.3
Экологические риски	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	10	ОПК-4.3

Производственные риски	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебных пособий; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия	К, Т, УО, РЗ, Р	10	ОПК-4.3
Всего часов			**76**	

4.5. Лабораторные занятия (4 семестр)

Не предусмотрены учебным планом

5.6. Практические занятия

№ занятия	*№ раздела*	*Тематика лабораторных занятий*	*Количество часов*
1-2	1	Теоретические основы предпринимательских рисков.	2
3-4	1	Современные классификации предпринимательских рисков	2
5-6	1	Сущность анализа и оценки предпринимательских рисков	2
7-8	1	Система управления риском	2
9-10	1	Инвестиционные предпринимательские риски	2
11-12	1	Финансовые риски предпринимательской деятельности	2
13-14	2	Страновой риск и его оценка	2
15-16	2	Экологические риски	1
15-16	2	Производственные риски	1
Итого в семестре			**16**

4.6. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

4. Архипов, А.П. Страхование ВЭД. Учебник и практикум: учебник / Архипов А.П. — Москва: КноРус, 2019. — 267 с.https://www.book.ru/book/930725
5. Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. — Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619

6. Магомадова М.М. Страхование. Учебно-методическое пособие / сост. З. К. Тавбулатова, Х. В. Айдамиров, М. М. Магомадова. – Грозный: 2013. – 243 с.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
54.	Теоретические основы предпринимательских рисков.	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Реферат Кейс	59 27 52 24 8
55.	Современные классификации предпринимательских рисков	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Реферат	
56.	Сущность анализа и оценки предпринимательских рисков	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы Реферат	
57.	Система управления риском	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	
58.	Инвестиционные предпринимательские риски	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	
59.	Финансовые риски предпринимательской деятельности	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	
60.	Страновой риск и его оценка	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	
61.	Экологические риски	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	

62.	Производственные риски	ОПК-4.3 - Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	Реферат Тесты Устный опрос Решение задач Кейсы	

Темы рефератов

по дисциплине «Современные технологии и риски в торговом бизнесе»

Тематика рефератов

25. Социально-экономическая сущность и цели страхования.
26. Формирование и особенности страхового рынка в РФ.
27. Организация страхового рынка в промышленно развитых странах мира.
28. Законодательно-правовая база страхового дела в России.
29. Организационные формы страховых компаний.
30. Лицензирование страховой деятельности.
31. Имущественное страхование.
32. Объекты страховых отношений и виды страхового покрытия при автостраховании.
33. Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств.
34. Страхование грузов при международных перевозках.
35. Страхование грузов и пассажиров при перевозках внутри страны.
36. Страхование гражданской ответственности при международных автотранспортных сообщениях по Зеленой карте.
37. Виды личного страхования и условия страховых отношений.
38. Страхование в государственном секторе экономики.
39. Договор страхования и его особенности. Страховой полис.
40. Порядок образования и использования страховых резервов.
41. Налогообложение доходов от страховой деятельности и платежеспособность страховщиков.
42. Перестрахование и его формы.
43. Валютные операции на страховом рынке и их регулирование.
44. Инвестиционная деятельность страховых компаний.
45. Государственные страховые фонды и резервы.
46. Социальное страхование.
47. Страхование экспортных коммерческих кредитов.
48. Платежеспособность страховой фирмы.

ТЕМЫ ДЛЯ ДИСКУССИИ

по дисциплине «Современные технологии и риски в торговом бизнесе»

28. Основы построения страховых тарифов.
29. Понятие актуарных расчетов, их сущность, содержание и задачи.
30. Порядок расчета нетто-ставки и нагрузки.
31. Структура тарифной ставки.
32. Расчет тарифной ставки в имущественном страховании
33. Расчет тарифной ставки в личном страховании.
34. Чем отличаются: рисковая премия, нетто-премия, брутто-премия.
35. Методы страхования.
36. Пропорциональное и непропорциональное страхование. Страхование с франшизой.
37. Понятие о страховых тарифах и факторах их определяющих.
38. Нетто-ставка: ее назначение и состав. Нагрузка и ее основные элементы

39. Убыточность страховой суммы как основа расчета нетто-ставки по рисковым видам страхования.
40. Базовые показатели, для расчета страховых тарифов по накопительным видам страхования.
41. Методика расчета нетто-ставки по массовым рисковым видам страхования.
42. Сущность и виды страховых премий.
43. Страховая премия как плата за страхование.
44. Определение размера страховой премии и методы ее уплаты.
45. Факторы, влияющие на размер страховой премии.
46. Общая характеристика страхования и страхового дела. Экономическая роль
47. страхования.
48. Особенности, достоинства и недостатки страхования как метода управления риском.
49. Юридические основы страховых отношений.
50. Договор страхования. Права и обязанности страховщика и страхователя.
51. Функции страхования.
52. Классификация страхования.
53. Системы страховой ответственности и их применение.
54. Формы проведения страхования

Решение задач
по дисциплине «Современные технологии и риски в торговом бизнесе»

Задача 1.

По договору страхования имущества потребительского общества предусмотрена условная франшиза в размере 1 тыс. рублей. Фактически ущерб составил:
а) 900 рублей;
б) 3,7 тыс. рублей;

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить в каком размере будет возмещен ущерб в обоих случаях.

Задача 2.

Плата за страхование имущества райпотребсоюза, действительная стоимость которого на момент заключения договора страхования равнялась 15 млн. рублей, составила 300 тыс. руб. при страховом тарифе 2,5 %. Ущерб в результате страхового случая составил 1,8 млн. рублей.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить размер страхового возмещения при пропорциональной системе страховой ответственности:
а) в договоре установлена безусловная франшиза 50 тыс. руб.;
б) в договоре указано, что условная франшиза составляет 1 % от страховой суммы (свободно от 1%).

Задача 3.

Стоимость застрахованного имущества универсама потребительской кооперации составляет 200 млн. руб., страховая сумма- 150 млн. рублей. Ущерб при наступлении страхового случая получен в размере 160 млн. рублей.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить страховое возмещение по системе первого риска и по системе пропорциональной ответственности.

Задача 4.

Плата за страхование имущества, действительная стоимость которого на момент заключения договора страхования равнялась 37,5 млн руб., составила 750 тыс. руб. при страховом тарифе 2,5%. Ущерб в результате страхового случая составил 27 млн. руб.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить, размер страхового возмещения при пропорциональной системе страховой ответственности, если в договоре установлена безусловная франшиза 75 тыс руб.

Задача 5.

Средняя урожайность пшеницы за 5 предшествующих лет –29 ц с га. Площадь посева – 275 га. Из-за происшедшего страхового случая (ливней) урожай пшеницы составил 13 ц с га. Рыночная цена за 1 ц пшеницы – 213 руб. Ответственность страховщика 70% от причиненного убытка.

Задача 6.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить, ущерб страхователя и величину страхового возмещения по системе предельной ответственности.

Задача 7.

Рассчитать размер убытка, который потерпело сельскохозяйственное предприятие, если в 2012 году было с 15 га собрано 180 центнеров урожая, стоимостью 1200 руб. за центнер. В предыдущие годы урожайность составила следующие данные: 2007г. — 83ц/га; 2008г. — 81ц/га; 2009г. — 75ц/га; 2010г. — 91ц/га; 2011г. — 95ц/га.

Задача 8.

Пшеница застрахована по системе предельной ответственности, исходя из средней за пять лет урожайности 18 ц. с 1 га на условиях выплаты страхового возмещения в размере 70% причиненного убытка за недополучение урожая. Площадь посева – 400 га. Фактическая урожайность пшеницы составила 16 ц. с 1 га. Закупочная цена пшеницы – 80 тыс. руб. за 1ц. Определите ущерб страхователя и сумму страхового возмещения по системе предельной ответственности.

Задача 9.

Драгоценности были застрахованы на сумму 7700д.е. В результате пожара был нанесен ущерб в размере 8580 д.е., что составляет 70% от их стоимости. Попытайтесь исчислить разность между суммами страхового возмещения по системам первого риска и пропорциональной ответственности.

Задача 10.

Автомобиль застрахован по системе первого риска на сумму 18000 д.е. Ущерб в результате дорожно-транспортного происшествия составил 24000 д.е. Определите размер страхового возмещения.

Задача 11.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, рассчитайть показатели страхования по двум регионам:

а) полноту уничтожения пострадавших объектов;

б) долю пострадавших объектов;

в) убыточность страховой суммы;

г) тяжесть ущерба.
Укажите наименее убыточный регион.
Исходные данные:

Показатели	Регион 1	Регион 2
Число застрахованных объектов, ед.	800	1 000
Страховая сумма застрахованных объектов, млн. руб.	336,0	300,0
Число пострадавших объектов, ед.	64	70
Страховая сумма пострадавших объектов, млн. руб.	28,0	25,0
Страховое возмещение, млн. руб.	12,7	9,6

Задача 12.

Исходные данные по одному из видов страхования имущества юридических лиц:

Показатели	Годы				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы, %	3,0	2,3	2,8	4,0	2,9

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить:
а) основную часть нетто- ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;
б) рисковую надбавку, если коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет, – 1,984;
в) нетто- ставку на 100 рублей страховой суммы;
г) брутто- ставку на 100 рублей страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа равна 22%;
д) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 2 250 тыс. рублей.

Задача 13.

Страховщик заключает договоры имущественного страхования. Вероятность наступление страхового случая P = 0,01. Средняя страховая сумма 800 тыс. д.е. Среднее страховое возмещение 575 тыс.д.е. Количество договоров 12000. Доля нагрузки в структуре тарифа 30%. Данные о разбросе возможных страховых возмещений при наступлении страхового случая отсутствуют. Коэффициент гарантии безопасности 1,645.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить: 1) брутто-ставку на 100 д.е. страховой суммы; 2) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 976 тыс. д.е.

Задача 14.

По данным опубликованным в стат.сборнике, обращаемость работающего населения за амбулаторными услугами в год на 100 человек характеризуется следующим временным рядом, обладающим достаточно высокой статистической устойчивостью:

Годы	2008	2009	2010
Число случаев	73,1	75,6	74,9

Среднее число обращений к врачу оценивается значением 9,5 раз. Стоимость одного обращения равна 50 д.е. Необходимо обеспечить 25 обращений к врачу.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить: 1) среднее число страховых случаев; 2) величину и структуру брутто-ставки

Задача 15.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, рассчитайть тарифную ставку договора страхования от несчастных случаев.

Исходные данные:

Вероятность наступления риска	0,03
Средняя страховая сумма	10 тыс руб
Среднее страховое обеспечение	6 тыс. руб
Количество договоров, которые предполагается заключить со страхователями	900
Доля нагрузки в тарифной ставке	28 %
Средний разброс страхового обеспечения	1,5 тыс руб
Коэффициент, зависящий от гарантии безопасности α (γ)	1,645

Задача 16.

Имеются следующие данные о работе страховой компании за 5 лет

Года	Страховая сумм (д.е.)	Страховое возмещение (д.е.)
2002	70200	40435
2003	75233	38920
2004	66527	42122
2005	78600	45232
2006	80125	47530

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:

а) основную часть нетто- ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;

б) рисковую надбавку, если коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет – 1,184;

в) нетто- ставку на 100 рублей страховой суммы;

г) брутто- ставку на 100 рублей страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа равна 20%.

Задача 17.

В среднем по страховой организации сложились следующие показатели убыточности страховой суммы по добровольному страхованию домашнего имущества (в %):

Показатели	**Годы**				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы	0,8	1,0	1,2	1,8	2,0

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:

1) среднюю убыточность страховой суммы за тарифный период;

2) с вероятностью 0,954 нетто-ставку и брутто-ставку при условии, что нагрузка по страхованию домашнего имущества составляет 21% в брутто-ставке (коэффициент доверия t=2,0).

Задача 18.

Исходные данные по одному из видов страхования имущества физических лиц:

Показатели	Предшествующие годы				
	1	2	3	4	5
Убыточность страховой суммы, %	1,1	1,7	1,5	1,8	2,0

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить:

а) основную часть нетто-ставки путем прогноза на основе модели линейного тренда;

б) рисковую надбавку, если вероятность, с которой собранных взносов хватит на выплаты страховых возмещений, равна 0,9, а коэффициент, зависящий от вероятности и числа анализируемых лет -1,984;

в) нетто-ставку на 100 руб. страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа составляет 26%;

г) брутто-ставку на 100руб. страховой суммы, если доля нагрузки в структуре тарифа составляет 26%;

д) страховой взнос страхователя при условии, что страховая сумма равна 24,377тыс.руб.

Задача 19.

Пожаром 10 марта в универмаге потребительской кооперации повреждены товары. На 1 февраля в магазине имелось товаров на 1700 тыс. руб. С 1 по 10 февраля поступило товаров на 800 тыс. руб., сдано в банк выручки 920 тыс. руб., сумма несданной выручки – 20 тыс. руб., естественная убыль составила 0,6 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 1039,8 тыс. руб. Издержки обращения – 8%, торговая надбавка – 25%. Страховая сумма составляет 70% от фактической стоимости товаров на момент заключения договора страхования.

На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, исчислить ущерб страхователя и величину страхового возмещения.

Задача 20.

Пожаром 20 июля на оптовом складе повреждены товары. На 1 июля на складе имелось товара на 7 млн. руб. С 1 по 20 июля поступило товаров на 5600 тыс. руб., сдано в банк выручки 6400 тыс. руб., сумма несданной выручки – 120 тыс. руб., естественная убыль составила 2,4 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 4 072 тыс. руб. Издержки обращения составили – 17%, торговая надбавка – 32 %. Страховая сумма составляет 70% от фактической стоимости товаров на момент заключения ДС. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб страхователя и величину страхового возмещения.

Задача 21.

В результате пожара сгорел механический цех. После пожара имеются следующие остатки: фундамент стоимость которого составляет 18% стоимости здания. Цех возведен 9 лет, балансовая стоимость 17 млн. руб. Для расчистки территории после пожара привлекались техника и люди. Стоимость затрат составила 37 тыс. руб. Действующая норма амортизации – 3,5%. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб завода, нанесенный страховым случаем.

Задача 22.

Страхователь застраховал имущество в трех: в компании «А» на 10 тыс. руб. в компании Б на 20 тыс. руб., в компании «В» на 30 тыс. руб. Убыток по страховому случаю составил 9600 руб. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить долю выплат по каждой страховой компании

Задача 23.

Пожаром 15 августа в универмаге повреждены товары. На 1 августа в магазине имелось товара на 10600 тыс. руб. С 1 по 15 августа поступило товаров на 6800 тыс. руб., сдано в банк выручки 8200 тыс. руб., сумма несданной выручки –100 тыс. руб., естественная убыль составила 4,8 тыс. руб.

После пожара был произведен учет спасенных товаров на сумму 4040 тыс. руб. Издержки обращения составили 8%, торговая надбавка – 35%. Затраты по спасанию и на – приведение товаров в порядок составили 8 тыс. руб. Страховая сумма составляет 65% от фактической стоимости товаров на момент заключения договора страхования

Задача 24.

В результате пожара сгорел цех готовой продукции завод. После пожара имеются остатки: фундамент, стоимость которого составляет 4 млн. руб. Цех возведен 5 лет назад, балансовая стоимость 10 млн. руб. Для расчистки территории после пожара привлекались техника и люди. Стоимость затрат составила 45 тыс. руб. Действующая норма амортизации –3,5%. На основе способности применять нормы, регулирующие бюджетные, налоговые, валютные отношения в области страховой деятельности, определить ущерб завода, нанесенный страховым случаем.

Задача 25.

Объект стоимостью 5,5 млн. руб. застрахован по одному договору тремя страховщиками: первым – на 3 млн. руб., вторым – на 1 млн. руб., третьим – на 3 млн. руб. Ущерб в результате страхового случая определен в сумме 1,8 млн. руб.

Примерные вопросы к промежуточному контролю (зачет/экзамен)

Вопросы к зачету

1. Экономическая сущность страхования и его роль в рыночной экономике
2. Место страхования в экономике Функции страхования.
3. Принципы организации страхового дела.
4. Классификация страхования.
5. Основы классификации страхования.
6. Формы организации страхования: государственное, акционерное, взаимное, кооперативное.
7. Объекты и субъекты страхования.
8. Классификация отраслей страхования
9. Классификация по отраслям и подотраслям.
10. Формы проведения страхования.
11. Добровольное и обязательное страхование.
12. Медицинское страхование.
13. Системы определения сумм страхового возмещения в имущественном страховании:
14. пропорциональная система, система первого риска.
15. Правовые основы и регулирования страховой деятельности

16. Юридические основы страховых отношений
17. Нормы Гражданского кодекса Российской Федерации, регулирующие вопросы страхования и страховой деятельности на территории России
18. Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации»
19. Основной понятийный аппарат страхования
20. Договор страхования: практика его согласования и заключения
21. Государственное регулирование страховой деятельности
22. Условия лицензирования страховой деятельности
23. Имущественное страхование
24. Понятие и виды имущественного страхования.
25. Условия имущественного страхования.
26. Классификация страхования по видам рисков.
27. Личное страхование и его роль
28. Личное страхование. Характеристика основных подотраслей и видов личного страхования
29. Личное страхование как фактор социальной стабильности общества
30. Сущность и виды страхования жизни
31. Страхование от несчастных случаев и болезней
32. Страховой интерес и страховой риск в личном страховании.
33. Особенности договоров личного страхования, их существенные условия
34. Страхование ответственности
35. Виды, содержание и формы страхования ответственности
36. Страхование гражданской ответственности владельцев средств транспорта
37. Страхование профессиональной ответственности
38. Страхование ответственности перевозчиков
39. Страхование ответственности предприятий - источников повышенной опасности
40. Обязательные виды страхования ответственности
41. Организация процесса страхования
42. Страховой рынок России
43. Страховая услуга. Продавцы и покупатели страховых услуг
44. Современное состояние страхового рынка России
45. Тенденции и перспективы развития страхового рынка России
46. Основы построения страховых тарифов. Состав и структура тарифной ставки
47. Общие принципы построения страховых тарифов.
48. Состав и структура тарифной ставки.
49. Общие принципы расчета нетто- и брутто-ставки.
50. Методика расчета страхового тарифа по рисковым видам страхования.
51. Обеспечение финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков
52. Финансовая устойчивость страховщиков.
53. Виды страховых резервов и их предназначение.
54. Доходы, расходы и прибыль страховщики.
55. Перестрахование.
56. Сущность, механизм, участники перестрахования
57. Перестраховочный риск.
58. Цедирование риска.
59. Перестраховочная цессия. Ретроцессия.
60. Ретроцедированный риск.
61. Формы договоров перестрахования
62. Договор факультативного перестрахования
63. Договор облигаторного перестрахования
64. Факультативно-облигаторная (переходная) форма договора
65. Договор облигаторно-факультативного перестрахования

66. Страхование предпринимательских, коммерческих, финансовых, валютных и банковских рисков.
67. Страхование предпринимательский и коммерческих рисков: страхование инвестиций, страхование прибыли.
68. Страхование финансовых рисков.
69. Страхование валютных рисков.
70. Страхование банковских рисков.
71. Страхование кредитных рисков
72. Добровольное страхование рисков непогашения кредитов.
73. Анализ условий кредитования.
74. Страхование ответственности заемщика за непогашение кредита.
75. Оценка платежеспособности заемщика кредита.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

j. Литература

1. Архипов, А. П. Социальное страхование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Архипов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01435-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452232
2. Архипов, А.П. Корпоративное страхование: учебник / Архипов А.П. — Москва: КноРус, 2020. — 256 с. https://www.book.ru/book/933552
3. Архипов, А.П. Сопровождение договора страхования: учебник / с. https://www.book.ru/book/935935
4. Никулина, Н.Н. Актуарная деятельность в страховании. Теория и практика: учебник / Никулина Н.Н. — Москва: Русайнс, 2020. — 396 с. https://www.book.ru/book/935184
5. Рыбин, В.Н. Основы страхования: учебное пособие / Рыбин В.Н. —г Москва: КноРус, 2020. — 232 с. https://www.book.ru/book/932619

7.2 Периодические издания

1. Финансы и кредит.
2. Финансы.
3. РЦБ.
4. Банковское дело.
5. Страховое дело.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

2. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru.
3. Официальный сайт справочно-правовой системы КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru.
4. Официальный сайт справочно-правовой системы Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/.

5. Официальный сайт государственной корпорации «Агентство по страхованию вкладов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.asv.org.ru
6. Страховая компания Росгосстрах URL: www.rgs.ru
7. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» URL: www.raexpert.ru
8. Страхование в России. Крупнейший интернет-портал страхового бизнеса. URL: www.allinsuranse.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Современные технологии и риски в торговом бизнесе» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами

периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Ритейл-маркетинг в цифровой экономике»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	ФТД.02

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

2. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у обучающихся комплексного представления об управлении компанией на принципах маркетинга, отражающего взаимосвязь стратегических и тактических маркетинговых решений и оценку влияния этих решений на результативность бизнеса в сфере ритейла, а также понимания специфики покупательского поведения и компетенций, необходимых для успешного управления потребительским опытом в современном ритейле.

Задачи:

- ознакомление с современными маркетинговыми технологиями, применяемыми в ритейле;
- обучение навыкам анализа трендов бизнес-среды;
- изучение основных направлений позиционирования в современной розничной торговле;
- формирование практических навыков применения инструментов продвижения в ритейле;
- приобретение навыков применения основных способов выявления новых трендов развития онлайн и оффлайн ритейла и моделей потребления;
- выработка умения прогнозирования влияния внешней маркетинговой среды на маркетинговые решения ритейлера.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ОПК-3.3. Владеет навыками обоснования приоритетных направлений развития сферы обращения.	***Знать:*** - технологию подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении; ***Уметь:*** - подготавливать рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг; ***Владеть:*** - навыком подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров и услуг.
ПК-1. Демонстрирует навыки подготовки к проведению	ПК-1.1 - Демонстрирует навыки разработки и согласования плана проведения маркетингового	***Знать:*** методологию заказа и анализа

маркетингового исследования	исследования в цифровой экономике	результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Умеет:*** заказывать и анализировать результаты маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов ***Владеет:*** навыком заказа и анализа результатов маркетинговых исследований в интересах серии дизайн-продуктов

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» могут быть использованы при написании магистерской диссертации, а также для изучения последующих дисциплин.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**74**	**74**

Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	14	14
Реферат (Р)	30	30
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Введение в предмет.	Что такое ритейл, составляющие ритейла, рынок ритейла в России и за рубежом Общая характеристика и понятийно-категориальный аппарат дисциплины. Роль и место в образовательном процессе. Роль и место в профессиональной деятельности. Основные определения понятия «ритейла». История становления ритейла. Основные классификации ритейла: по ценовой политике, по ассортиментной политике, по территориальной экспансии. Структура ритейла: отделы, функции, принципы работы.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
2.	Позиционирование и стратегия сетей	Виды стратегий. Основные элементы позиционирования. CVP, Категорийный менеджмент - понятия, принципы формирования.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
3.	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	Типология ЦА по соц-демо, покупательскому поведению, RFM-анализ. Компании и методы, определяющие профиль ЦА. Взаимодействие с потребителем и его участие в работе сети.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Инструменты продвижения в ритейле	Основные направление продвижения: трейд-маркетинг, лояльность, ATL, инстор. Расчет эффективности. Сезонность. Коллаборации с производителями.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

5	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	Организация торгового зала. Выкладка продукции. Путь клиента для максимизации продаж	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
6	CTM – как двигатель продаж	Важность для ритейла. Стратегии CTM. 4p CTM. Брендинг и нейминг. Принципы формирования портфеля и ассортимента. Продвижение CTM.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	Базовые элементы UX дизайна. Методы повышения качества обслуживания. Основные инструменты удержания клиента через удобство.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
8	Онлайн ритейл	История формирования. Виды и особенности работы. Будущее ритейла за онлайном	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Введение в предмет.	14	2	2	–	8
2.	Позиционирование и стратегия сетей	14	2	2	-	10
3.	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	12	2	2		8
4.	Инструменты продвижения в ритейле	14	2	2		10
5.	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	12	2	2		8

6	СТМ – как двигатель продаж	14	2	2		10
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	14	2	2		10
8	Онлайн ритейл	16	3	3		10
	Всего	**108**	**17**	**17**	–	**74**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Введение в предмет.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Позиционирование и стратегия сетей	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Инструменты продвижения в ритейле	Подготовка к лекциям и практическим	Домашние задания Реферат	10	ОПК-3.3 ПК-1..1

	занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Устный опрос Кейс Тестовые задания		
CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
CTM – как двигатель продаж		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Онлайн ритейл		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Всего часов			**74**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Введение в предмет.	2
2	Позиционирование и стратегия сетей	2
3	Сегментация ЦА, Клиентоцентричность и обратная связь	2
4	Инструменты продвижения в ритейле	2
5	CJM. Торговое пространство. Мерчендайзинг	2
6	CTM – как двигатель продаж	2
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	2
8-9	Онлайн ритейл	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

2. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователейШмидт, Р. А. Финансовые аспекты маркетинга [Текст]: учеб. пособие для вузов / Р. А. Шмидт, Х. Райт. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 527 с - ISBN 5-238-00110-X.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

Отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.16 Литература

5. Йенс, Нордфальт Ритейл-маркетинг: практики и исследования / Нордфальт Йенс; перевод И. Евстигнеева; под редакцией А. Вороновой. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 496 с. — ISBN 978-5-9614-4701-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/86734.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87414.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100023.html (дата обращения: 14.06.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.17 Периодические издания

9. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
10. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
11. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал.
12. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
13. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
14. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
15. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
16. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

24. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

10. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
11. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
12. Информационный портал - http://www.banki.ru
13. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
14. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
15. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов- http://www.brandtop.ru
16. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
17. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
18. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «Ритейл-маркетинг в цифровой экономике» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные

дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе обучающемуся следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающийсяа. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающийсяом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающийсяа свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.

3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающийсяов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление обучающийсяов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающиеся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающийсяов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;

2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);

3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);

4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	ФТД.02

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Программа Государственной итоговой аттестации [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Программа государственной итоговой аттестации рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

ВВЕДЕНИЕ

Программа государственной итоговой аттестации составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) и учебного плана по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) программы магистратуры Цифровой маркетинг.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (программы магистратуры), является итоговой аттестацией обучающихся по программе магистратуры.

Организация и проведение государственной итоговой аттестации в ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова» определяется Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 и локальными документами:

• Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова».

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися программы /магистратуры соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта, выявление подготовленности выпускника к профессиональной деятельности.

К государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей программе магистратуры.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело в Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

- ✓ подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- ✓ защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации выпускников

Целью государственной итоговой аттестации (в дальнейшем – ГИА) является установление степени соответствия уровня качества подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) с учетом профессионального (-ых) стандарта (-ов). и основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело направленность (профиль) программы магистратуры Цифровой маркетинг, и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

Задачи государственной итоговой аттестации:

- ✓ комплексная оценка качества практической и теоретической подготовленности выпускников Университета по программе магистратуры к решению задач

профессиональной деятельности, установленных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело и профессиональным стандартом 08.035 «Маркетолог»;

- ✓ оценка сформированности компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения образовательной программы, в соответствии с ФГОС ВО;
- ✓ закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы;
- ✓ оценка степени готовности выпускников к выполнению задач профессиональной деятельности;
- ✓ принятие решения о присвоении соответствующей квалификации выпускнику по результатам ГИА и выдаче документа о высшем образовании;
- ✓ разработка рекомендаций по продолжению образования на более высоких ступенях.

2. Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших ОПОП ВО по направлению 38.04.06 Торговое дело, включает: 08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).

3. Формы государственной итоговой аттестации

В государственную итоговую аттестацию входит:

- ✓ подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- ✓ защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

4. Время проведения государственной итоговой аттестации

Порядок и сроки проведения аттестационных испытаний устанавливаются на основании Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова», и в соответствии с графиком учебного процесса по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы магистратуры Цифровой маркетинг.

Государственная итоговая аттестация является завершающей частью образовательной программы и проводится в 4 семестре (очная форма обучения)/5 семестре (заочная форма обучения) (согласно учебному плану) после успешного прохождения промежуточной аттестации по всем дисциплинам (модулям) и практикам образовательной программы.

5. Трудоемкость государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы магистратуры «Цифровой маркетинг» составляет 6 зачетных единиц (З.Е.), 216 академических часов:

- ✓ подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3 зачетных единиц, 108 академических часов;
- ✓ защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты – 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

6. Фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации

6.1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть выпускники в результате освоения образовательной программы

Государственная итоговая аттестация имеет целью определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям ФГОС ВО с учетом профессионального (-ых) стандарта (-ов). При этом проверяются сформированные компетенции - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью (Приложение 1), являющейся структурным компонентом ОПОП. В частности, проверяется обладание следующими компетенциями выпускников – /магистров по направлению 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы магистратуры «Цифровой маркетинг».

6.1.1. Универсальные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена)

Категория (группа) универсальных компетенций	**Компетенции (код и наименование компетенции)**	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
Системное мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК.1.1 Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	*Знает:* методику постановки цели и определения способов ее достижения. *Умеет:* определить суть проблемной ситуации и этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов. *Владеет:* методами сбора, систематизации и критического анализа информации, необходимой для выработки стратегии действий по

			разрешению проблемной ситуации
		УК.1.2 Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	*Проводит* оценку адекватности и достоверности информации о проблемной ситуации, умеет работать с противоречивой информацией из разных источников *Осуществляет* поиск решений проблемной ситуации на основе действий, эксперимента и опыта *Критически оценивает* возможные варианты решения проблемной ситуации на основе анализа причинно-следственных связей
		УК.1.3. Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них, методиками постановки цели и определения способов ее достижения	*Осуществляет* и аргументирует выбор стратегии по решению проблемной ситуации, оценивает преимущества и недостатки выбранной стратегии *Осуществляет* разработку плана действий по решению проблемной ситуации *Определяет* и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК.2.1. Знает методы управления проектами и этапы жизненного цикла проекта	*Знает* основные методологические подходы в сфере управления проектами *Знает* методы и модели структуризации проекта

			Знает методы управления рисками проекта на всех стадиях его жизненного цикла *Умеет* строить и структурировать жизненный цикл проекта *Владеет* навыками применения основных процедур и методов управления проектами и подготовки проектных решений
		УК.2.2. Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов и разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ	*Знает* основные виды проектов их специфику и особенности управления ими *Знает* способы оценки проектов с учетом факторов риска и неопределенности *Знает* основные принципы управления проектами на всех стадиях жизненного цикла *Умеет* планировать реализацию проекта *Умеет* оценивать эффективности проектов *Владеет* навыками измерения и анализа результатов проектной деятельности
		УК.2.3. Владеет навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере, методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	*Знает* методы оценки эффективности проекта *Знает* потребности в ресурсах при планировании проектов *Умеет*

			составлять проекты в избранной профессиональной сфере *Владеет* методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах

6.1.2. Универсальные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты)

Категория (группа) универсальных компетенций	**Компетенции (код и наименование компетенции)**	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
Коммуникация	УК.4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК.4.1. Знает современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках, закономерности деловой устной и письменной коммуникации	*Знает* методы и способы применения информационно-коммуникационных технологий для сбора, хранения, обработки, представления и передачи информации в ситуациях академического и профессионального взаимодействия *Самостоятельно находит* и обрабатывает информацию, необходимую для качественного выполнения академических и профессиональных задач и достижения профессионально значимых целей, в т.ч. на иностранном языке *Составляет,* редактирует на государственном

			языке РФ и/или иностранном языке, выполняет корректный перевод с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный язык различных академических и профессиональных текстов
		УК.4.2. Умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения	*Знает* основные концепции организации межличностного взаимодействия в информационной среде *Владеет* навыками и умениями установления и развития академических и профессиональных контактов, в т.ч. в международной среде, в соответствии с целями, задачами и условиями совместной деятельности, включая обмен информацией и выработку единой стратегии взаимодействия
		УК.4.3. Владеет методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств	*Воспринимает* и анализирует информацию на государственном языке РФ и иностранном языке в процессе академического и профессионального взаимодействия У- *Принимает*

			участие в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и/или иностранном языке, аргументированно отстаивая свои позиции и идеи
Межкультурное взаимодействие	УК.5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК.5.1. Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	*Знает* принципы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия *Знает* методы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия *Знает* нормы межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур *Умеет* анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия *Владеет* навыками анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия
		УК.5.2. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	*Знает* недискриминационную среду взаимодействия при выполнении профессиональных задач *Умеет* анализировать разнообразие культур в процессе

			межкультурного взаимодействия *Умеет* учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия *Владеет* Навыками построения межкультурного взаимодействия с учетом разнообразия культур
		УК.5.3. Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп	*Знает* особенности основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп *Умеет* взаимодействовать с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп *Владеет* навыками социального профессионального взаимодействия с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и

			конфессий, различных социальных групп
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК.6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК.6.1. Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки	*Знает* основные принципы мотивации и стимулирования карьерного развития *Знает* способы самооценки и самоопределения *Умеет* оценить возможности реализации самооценки собственных профессиональных целей и расставить приоритеты
		УК.6.2. Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты	*Знает* особенности собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты *Умеет* провести анализ результатов своей социальной и профессиональной деятельности *Умеет* корректировать планы личного и профессионального развития *Владеет* навыками решения задач собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты

		УК.6.3. Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни	*Знает* способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни *Умеет* управлять своей познавательной деятельностью *Владеет* навыками самосовершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни

6.1.3. Общепрофессиональные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена)

Компетенции (код и наименование компетенции)	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	ОПК 1.1 Решает практические и (или) исследовательские задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно управленческой сферах с применением знаний экономической и управленческой теории	*Знает* методы решения профессиональных задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сфере на основе знаний экономической и управленческой теории *Знает* особенности применения различных методов государственного регулирования отдельных сторон торговой деятельности на разных

		уровнях государственного управления *Умеет* решать профессиональные задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сфере на основе знаний экономической и управленческой теории. *Умеет* организовать деятельность розничного торгового предприятия в соответствии с действующими требованиями *Владеет* навыками решения практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно управленческой сферах
	ОПК 1.2 Применяет инновационные подходы, основанные на достижениях экономической и управленческой теории, в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно управленческой сферах	*Знает* требования к организации деятельности розничного торгового предприятия *Умеет* использовать результаты анализа мировой и отечественной торговой практики при решении профессиональных задач *Умеет* использовать нормативно-правовые акты в области регулирования и взаимодействовать с контрольно-надзорными органами

		Владеет навыками использования результатов анализа мировой и отечественной торговой практики при решении профессиональных задач.
	ОПК 1.3 Владеет методами применения современных подходов экономической и управленческой теории для решения профессиональных задач	*Знает* методы применения современных подходов экономической и управленческой теории для решения профессиональных задач *Умеет* использовать современные подходы экономической и управленческой теории для решения профессиональных задач *Владеет* навыками применения современных подходов экономической и управленческой теории для решения профессиональных задач
ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	ОПК 2.1. Знает современные инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	*Знает* инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных для стратегического планирования деятельности торговых структур *Знает* методы работы с информацией с применением информационных технологий для целей стратегического планирования деятельности торговых структур *Умеет* использовать результаты анализа данных для

		стратегического планирования деятельности торговых структур *Умеет* применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных для стратегического планирования деятельности торговых структур с применением информационных технологий
	ОПК 2.2. Умеет применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур	*Знает* методики разработки стратегических планов торговых структур на основе результатов анализа *Знает* стратегии развития торговых структур в условиях цифровой экономики *Знает* методы исследования тенденций и перспектив цифровизации ритейлеров *Знает* методы анализа покупательского поведения в эпоху цифровизации *Знает* пути повышения клиентского опыта с использованием больших данных *Умеет* разрабатывать стратегические планы развития торговых структур на основе результатов анализа в условиях цифровой экономики *Умеет*

		выявлять перспективы цифровизации ритейлеров *Владеет* навыками применения технологий при управлении различными функциями ритейлера *Владеет* инструментами анализа покупательского поведения с учетом развития цифровых технологий
	ОПК 2.3. Владеет методами сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	Знает Умеет Владеет

6.1.4. Общепрофессиональные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты)

Компетенции (код и наименование компетенции)	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ОПК 3.1. Знает методы оценки научных исследований в сфере обращения	*Знает* принципы оценки и выбора результатов научных исследований сферы обращения *Умеет* выбирать и интерпретировать результаты научных исследований сферы обращений *Владеет* современными методы оценки и анализа научных исследований в сфере обращения
	ОПК 3.2. Умеет критически оценивать результаты научных исследований в профессиональной деятельности.	*Знает* способы обработки, обобщения, систематизации результатов научных исследований для обоснования выбора

		современных направлений развития сферы обращения *Умеет* обоснованно выбирать современные профессиональные направления развития сферы обращения на основе результатов научного исследования *Владеть* навыками критической оценки результатов научных исследований в профессиональной деятельности.
	ОПК 3.3. Владеет навыками обоснования приоритетных направлений развития сферы обращения	*Знает* способы обработки, обобщения, систематизации результатов научных исследований для обоснования выбора приоритетных направлений развития сферы обращения *Умеет* обоснованно выбирать приоритетные направления развития сферы обращения на основе результатов научного исследования *Владеть* навыками критической оценки результатов приоритетных направлений развития сферы обращения
ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК 4.1. Знает методы принятия экономически и финансово обоснованных стратегических управленческих решений в профессиональной деятельности	*Знает* процесс, принципы принятия экономически и финансово-обоснованных управленческих решений в профессиональной деятельности *Умеет* принимать экономически и финансово обоснованные

		организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности *Владеет* навыками разработки экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности.
	ОПК 4.2. Умеет обосновывать стратегические решения в профессиональной деятельности на основе экономического и финансового анализа	*Знает* способы проведения экономического и финансового анализа Умеет обосновывать стратегические решения в сфере бизнеса на основе результатов экономического и финансового анализа Владеет навыками обоснования стратегических решений в сфере бизнеса на основе результатов экономического и финансового анализа
	ОПК 4.3. Принимает экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в рисковых ситуациях	*Знает* способы оценки вероятных рисков и ограничений в решении поставленных профессиональных задач, способы выбора наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределенности *Умеет* решать поставленные профессиональные задачи с использованием результатов оценки рисков и ограничений, в том числе

		в условиях неопределенности *Владеет* навыками оценки, ранжирования вероятных рисков и ограничений в решении поставленных профессиональных задач
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ОПК 5.1. Использует информационные технологии и современные программные продукты в профессиональной деятельности	*Знает* современные информационные технологии и программные средства, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы, используемые при решении профессиональных задач. *Умеет* применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач
	ОПК 5.2. Применяет программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов анализа и исследований в бизнес-процессах торговли, а также использует интеллектуальные информационно аналитические системы для решения профессиональных задач в международной торговле	*Знает* программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов анализа и исследований в бизнес-процессах торговли *Умеет* использовать интеллектуальные информационно аналитические системы для решения профессиональных задач в международной торговле

		Владеет навыками программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов анализа и исследований в бизнес-процессах торговли
	ОПК 5.3. Владеет навыками выполнения научно исследовательских работ и проектов с использованием информационно-аналитических систем.	*Знает* современные способы применения информационно-аналитических систем при выполнении научно-исследовательских работ *Умеет* применять информационно-аналитические системы при выполнении научно-исследовательских работ

6.1.5. Профессиональные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена)

Типы задач профессиональной деятельности	**Компетенции (код и наименование компетенции)**	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
Организационно-управленческий	ПК-1. Демонстрирует навыки подготовки к проведению маркетингового исследования	ПК-1.1. Демонстрирует навыки разработки и согласования плана проведения маркетингового исследования в цифровой экономике	*Знает* нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность *Знает* особенности проведения социологических исследований *Умеет* применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой

			информации для проведения маркетингового исследования *Умеет* определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования *Владеет* Навыками выявления проблем и формулирования целей исследования *Владеет* Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования
		ПК-1.2. Определяет современные маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.	*Знает* особенности применения основ менеджмента *Знает* принципы системного анализа *Умеет* подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования *Умеет* анализировать текущую рыночную конъюнктуру *Владеет*

			Навыками планирования проведения маркетингового исследования *Владеет* навыками подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования
		ПК-1.3. Демонстрирует навыки поиска первичной и вторичной маркетинговой информации, и анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг.	*Знает* методы использования офисных программ для выполнения статистических и экономических расчетов в сфере бизнеса *Знает* рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики *Умеет* давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга *Умеет* составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования *Владеет* навыками поиска первичной и вторичной маркетинговой и иной информации Владеет

			навыками разработки технического задания для проведения маркетингового исследования *Владеет* навыками анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг
		ПК-1-4. Владеет навыками разработки технического задания с использование современных инновационных методов и инструментов для проведения маркетингового исследования	*Знает* особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг *Знает* методы проведения маркетингового исследования *Умеет* проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) *Умеет* Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга *Владеет* навыками формирование предложений по совершенствованию товарной политики с использование современных инновационных методов и инструментов *Владеет* Формирование предложений по

			совершенствованию ценовой политики с использование современных инновационных методов
		ПК-1-5. Способен организовать процесс проведения маркетингового исследования, установить сроки и требования к проведению маркетингового исследования	*Знает* психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях *Знает* правила, нормы и основные принципы этики делового общения *Знает* инструменты маркетингового ценообразования Умеет работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования *Умеет* разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования *Владеет* навыками формирования предложений по улучшению системы

			продвижения товаров (услуг) организации *Владеет* навыками формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж владеет

6.1.6. Профессиональные компетенции, формируемые и проверяемые в результате государственной итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты)

Типы задач профессиональной деятельности	**Компетенции (код и наименование компетенции)**	**Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)**	**Результаты обучения**
Научно-исследовательский	ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1. Способен разработать предложения по совершенствованию стратегии привлечению, удержанию клиентов и продажи в социальных сетях.	*Знает* понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) *Знает* инструменты бренд-менеджмента *Умеет* использовать инструменты проектного управления успешными брендами *Умеет* улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами *Владеет* навыками подготовки рекомендаций для

			принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов *Владеет* навыками реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации
		ПК-2.2. Знает принципы планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации с помощью инновационных методов, и инструментов	*Знает* процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) *Знает* методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития *Умеет* определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации *Умеет* проводить оценку стоимости брендов организации *Владеет* навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг) *Владеет* навыками создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими

		ПК-2.3. Владеет методами совершенствования логистической деятельности коммерческих предприятий	*Знает* понятийный аппарат в области маркетинговых и логистических составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) *Знает* законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой, логистической деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации *Умеет* управлять продажами товаров и услуг *Умеет* проводить оценку сбытовой и логистической политики организации *Владеет* Навыками проведения последовательных действий по разработке логистической политики в организации Владеет
		ПК-2.4. Демонстрирует	*Знает*

		навыки подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований для усовершенствования процесса взаимодействия бизнеса с бизнесом	инструменты маркетинговых коммуникаций *Знает* Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации *Знает* методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий *Умеет* оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции) *Умеет* создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации *Умеет* выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции) *Владеет* навыками формирования средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с

			поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации *Владеет* навыками формирования имиджа и деловой репутации организации *Владеет* навыками создания и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации
		ПК-2.5. Обладает способностью формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике	*Знает* методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства *Знает* механизмы и инструменты проведения маркетингового исследования *Умеет* использовать инновационные цифровые методы прогнозирования сбыта продукции и рынков *Умеет* систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой

			информации в цифровой среде *Владеет* цифровыми технологиями формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж
		ПК-2.6. Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знает* современные способы системы продвижения товаров (услуг) организации *Знает* Современные процедуры тестирования товаров (услуг) *Умеет* продвигать товары (услуги) организации на рынок через электронные торговые площадки *Умеет* выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с отделами сбыта и складов *Владеет* цифровыми технологиями формирования предложений по совершенствованию товарной политики *Владеет* цифровые технологиями формирования предложений по улучшению системы

			продвижения товаров (услуг) организации

Совокупность компетенций, установленных программой магистратуры, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области и (или) сфере профессиональной деятельности, установленной в соответствии с пунктом 1.11 ФГОС ВО, и(или)решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа, установленного в соответствии с пунктом 1.12 ФГОС ВО (согласно п.3.6 ФГОС ВО).

6.2. Ответственность за формирование ФОС

6.2.1. Ответственным исполнителем за формирование ФОС ГИА является заведующий выпускающей кафедрой.

6.2.2. Непосредственный исполнитель формирования ФОС назначается распоряжением заведующего кафедрой из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. ФОС может разрабатываться и формироваться творческим коллективом в соавторстве.

6.2.3. Составитель оценочного средства несет ответственность за качество разработки, правильность составления и оформления оценочного средства.

6.2.4. Заведующий кафедрой несет ответственность за то, какие компетенции включаются в набор требуемых результатов освоения программы магистратуры. Обязательно соответствие компетенций указанных в матрице компетенций учебного плана и рассмотренных в ФОС ГИА.

6.3 Государственный экзамен

Государственный экзамен сдают после выполнения основного учебного плана (Блок 1. Дисциплины (модули), Блок 2. Практики. Примерный перечень вопросов государственного экзамена представлен в Методических указаниях по выполнению ГИА.

6.4. Выпускная квалификационная работа (ВКР)

Вид выпускной квалификационной работа - магистерская диссертация.

6.4.1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы магистра завершает подготовку обучающегося и показывает его готовность к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

✓ анализировать и оценивать бизнес-среду торговой организации;

✓ анализировать технологические процессы торгового бизнеса;

✓ систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия;

✓ формировать стратегические и тактические решения для организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг;

✓ проверять качество представленных товаров, работ, услуг;

✓ разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности;

✓ оценивать и прогнозировать конкурентоспособность товаров и организаций;

✓ осуществить самостоятельный проект в сфере обращения;

✓ исследовать прогрессивные направления развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения или экспертизы

В процессе выполнения работы обучающемуся предоставляется возможность под руководством опытных специалистов углубить и систематизировать теоретические и практические знания, полученные в процессе освоения учебного плана, закрепление навыков научно-исследовательской работы и творчески применить их в решении конкретных практических задач. Обучающиеся должны активно использовать знания из области менеджмента, экономики, статистики, организации торгового бизнеса, маркетинга, рекламы, финансов и других смежных дисциплин.

Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (ВКР) начинается с младших курсов, когда обучающиеся, выполняя рефераты по дисциплинам общей подготовке, курсовые работы/проекты по дисциплинам, учатся критически мыслить, делать выводы, обобщения. Преподаватели кафедры заранее ориентируют обучающихся на выбор таких тем курсовых работ, которые могут стать частью выпускных квалификационных работ.

Раскрывая сущность вопросов по избранной теме, выпускник должен показать и развить навыки самостоятельных исследований по проблемам коммерческой деятельности торговой организации, ее конкурентоспособности, а также по оптимизации торгово-технологических процессов, инновационной ее деятельности, управления и ресурсами торговых организаций и раскрытия их потенциальных возможностей и др. Сформированные при написании курсовых работ исследования получают логическое завершение в выпускной квалификационной работе магистра.

Таким образом, выпускная квалификационная работа магистра является формой оценки уровня его профессиональной квалификации.

Выпускная квалификационная работа магистра призвана выявить способность выпускников на основе полученных знаний самостоятельно решать конкретные практические аспекты в области торговой деятельности, подтвердить наличие профессиональных компетенций.

Основными целями выпускной квалификационной работы магистра являются:

✓ систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе обучения по направлению 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) программы магистратуры «Цифровой маркетинг»;

✓ развитие навыков ведения самостоятельной работы в решении конкретных проблем и вопросов управления технологическими процессами торгового бизнеса, разработки и оценки эффективных инновационных технологий в профессиональной деятельности;

✓ развитие навыков ведения осуществления самостоятельных проектов в сфере обращения, исследования прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики, товароведения или экспертизы;

✓ развитие навыков самостоятельной работы и умений формировать стратегические и тактические решения для организации и управления бизнесом на рынке товаров и услуг;

✓ развития навыков прогнозирования бизнес-среды торговой организации, оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаров и организаций;

✓ развитие навыков в вопросах проведения аудита и контроля в сфере закупок, проверке качества предоставленных товаров, работ, услуг.

В соответствии с поставленными целями выпускник в процессе выполнения выпускной квалификационной работы магистра должен решить следующие задачи:

✓ обосновать актуальность выбранной темы и ее значение в решении проблем торговой деятельности;

✓ изучить теоретические положения, нормативно-техническую и правовую документацию, статистические материалы, справочную, специальную и научную литературу по избранной теме и изложить свою точку зрения по относящимся к ней дискуссионным вопросам;

✓ провести анализ деятельности деловой организации и оценку её экономических показателей, показателей в области торгово-хозяйственной деятельности, включая коммерческую;

✓ использовать специальные программы обеспечения как инструмент обработки информации;

✓ провести анализ действующей системы торгово-технологических, процессов, коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности;

✓ сформулировать выводы и разработать аргументированные предложения по повышению эффективности работы коммерческих подразделений торговой организации, решений в области коммерческой, логистической деятельности;

✓ сформулировать выводы и разработать аргументированные предложения по повышению эффективности управления ресурсным потенциалом торговой организации;

✓ сформулировать выводы и предложения по повышению эффективности разработки бизнес-проектов в торговле в условиях цифровой среды;

✓ сформулировать выводы и предложения по повышению эффективности аналитического обеспечения коммерческой деятельности, в том числе с использованием искусственного интеллекта;

✓ оформить выпускную квалификационную работу в соответствии с требованиями Методических указаний по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова».

Обучающийся несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования в рамках выпускной квалификационной работы. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

6.4.2. Выбор темы выпускной квалификационной работы

Тематика выпускных квалификационных работ должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки и техники.

Общий перечень рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ ежегодно утверждается заведующим выпускающей кафедрой.

При выборе тематики выпускных квалификационных работ рекомендуется учитывать реальные задачи экономики, социальной сферы, науки и практики в соответствии с направлениями научной деятельности Университета, работодателей.

Выпускная квалификационная работа магистра выполняется на фактических материалах конкретной организации – как правило, объекта прохождения производственной (преддипломной) практики, на основе глубокого изучения теоретических вопросов, относящихся к избранной теме работы, детального анализа практических материалов по основным направлениям деятельности объекта исследования. Обучающийся самостоятельно выбирает тему выпускной квалификационной работы исходя из ее актуальности, научного или практического интереса, наличия достаточного фактического и статистического материала.

Обучающийся, желающий выполнить выпускную квалификационную работу на тему, не предусмотренную примерным перечнем, должен обосновать свой выбор и получить согласие научного руководителя и разрешение заведующего профильной кафедры.

После выбора темы и ее согласования с научным руководителем обучающийся пишет заявление на имя заведующего кафедрой об её утверждении. Тема ВКР и научный руководитель утверждаются распоряжением по факультету и изменению не подлежат.

Примерные темы выпускных квалификационных работ по видам деятельности представлены в методических указаниях по выполнению ГИА.

6.4.3. Структура и содержание выпускной квалификационной работы

Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы определяется Методическими указаниями по написанию выпускной квалификационной работы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова».

Выпускная квалификационная работа магистра должна иметь следующую структуру, которая согласуется с научным руководителем:

- ✓ титульный лист;
- ✓ содержание;
- ✓ введение;
- ✓ основную часть, состоящую, как правило, не менее чем из трех разделов (теоретического, обзорного по заявленной проблематике; аналитического, организационно-экономического по рассматриваемой проблеме; практического, с рассмотрением реальной практики, опыта функционирования объекта исследования);
- ✓ заключение, включающее выводы и предложения (рекомендации);
- ✓ список используемых источников;
- ✓ приложения (при необходимости).

Основными требованиями к работе являются:

- ✓ четкость и логическая последовательность изложения материала;
- ✓ краткость и точность формулировок, исключающая возможность неоднозначного их толкования;
- ✓ конкретность изложения полученных результатов, их анализа и теоретических положений;
- ✓ обоснованность выводов, рекомендаций и предложений.

Содержание ВКР должно соответствовать названию темы. Работа считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней нашли отражение все проблемы и

вопросы, предусмотренные заданием на выполнение выпускной квалификационной работы.

6.4.4. Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной

При выполнении выпускной квалификационной работы каждому обучающемуся распоряжением декана факультета назначается руководитель.

Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы:

- ✓ выдача задания на выпускную квалификационную работу и курирование работы по сбору и обобщению необходимых материалов к выпускной квалификационной работе (в том числе на преддипломной практике);
- ✓ проведение систематических консультаций выпускника;
- ✓ проверка выполнения работы в соответствии с календарным графиком;
- ✓ составление отзыва на выпускника;
- ✓ присутствие на защите с правом совещательного голоса.
- ✓ проводить предзащиту ВКР с целью выявления готовности обучающегося к защите ВКР.

Не позднее, чем за 2 календарных дня до назначенного срока защиты выпускной квалификационной работы выпускник сдает секретарю Государственной экзаменационной комиссии следующие обязательные документы:

- ✓ ВКР в переплетенном виде (титульный лист; аннотация (на русском и иностранном языках); содержание; введение, основная часть, заключение; список использованных источников (в алфавитном порядке); приложения);
- ✓ отзыв научного руководителя;
- ✓ внешняя рецензия на бланке организации или с печатью (желательно);
- ✓ задание и календарный план;
- ✓ отчет о проверке работы на наличие плагиата;
- ✓ ВКР на электронном носителе.

Обучающийся может представить также справку о внедрении результатов выпускной квалификационной работы в производство (непосредственно в деятельность объекта исследования).

На каждом этапе работы над выпускной квалификационной работой обучающийся должен продемонстрировать практически весь спектр компетенций, а руководитель имеет возможность оценить уровень их достижения и зафиксировать в своем отзыве.

6.4.6. Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава при обязательном присутствии председателя комиссии и его заместителя.

На защиту выпускной квалификационной работы, как правило, выделяется 20-25 минут, включая авторский доклад, на который отводится не более 15 минут, и вопросы к автору работы.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот

же день после обсуждения членами Государственной экзаменационной комиссии и оформления в установленном порядке Протоколами заседания экзаменационной комиссии.

Выпускники, получившие по итогам защиты выпускной квалификационной работы оценку «неудовлетворительно» (не допущенные к защите по уважительным причинам), отчисляются из института и получаются справку установленного образца.

6.4.7. Оценка качества выполнения и защиты выпускной квалификационной работы магистра

Оценку результатов выполнения ВКР производят члены экзаменационной комиссии.

Объектами оценки являются:

•ВКР;

•иллюстративный материал, выставляемый обучающимся на защиту ВКР;

• доклад обучающегося на заседании государственной экзаменационной комиссии;

• ответы обучающегося на вопросы, заданные членами комиссии в ходе защиты ВКР.

6.4.8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы магистра

После окончания защиты выпускных квалификационных работ ГЭК на закрытом заседании (допускается присутствие руководителей выпускных квалификационных работ) обсуждает результаты защиты и большинством голосов выносит решение – оценку.

Критериями оценки ВКР являются:

- ✓ научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации;
- ✓ использование специальной научной литературы, нормативных актов, материалов производственной практики;
- ✓ творческий подход к разработке темы;
- ✓ правильность и научная обоснованность выводов;
- ✓ стиль изложения;
- ✓ оформление выпускной квалификационной работы (ВКР);
- ✓ степень профессиональной подготовленности, проявившаяся как в содержании выпускной квалификационной работы, так и в процессе её защиты;
- ✓ чёткость и аргументированность ответов на вопросы, заданные в процессе защиты;
- ✓ оценки руководителя в отзыве и рецензента.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы оцениваются по 4-х балльной системе:

Шкала оценивания. Критерии оценки освоения компетенций по результатам защиты выпускных квалификационных работ, соотнесенные с возможными оценками

Цифровое выражение	Словесное выражение	Критерии оценки	Уровень освоения компетенций
5	отлично	1.Выбранная тема работы раскрыта в полном объеме. 2. При подготовке работы были использованы актуальные материалы по данной проблематике,	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал продвинутый уровень

		современные достижения науки и практики в соответствующей области, эмпирические материалы, собранные в ходе практики; 3. Работа содержит детальный анализ проблемы, объекта и предмета исследования, носит исследовательский характер с самостоятельными выводами и рекомендациями; 4. Доклад обучающегося содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, раскрывает цели и задачи исследования, описывает основные этапы работы над ВКР, содержит обоснование выводов и рекомендации по совершенствованию предмета исследования; 5. Работа выполнена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению ВКР и оригинальности текста; 6. Сформулированы элементы научной новизны (для магистерской диссертации). 7. Ответы на вопросы исчерпывающие, свидетельствующие об отличной теоретической и практической подготовке выпускника к профессиональной деятельности	сформированности компетенций, предусмотренных ОПОП
4	хорошо	1.Выбранная тема работы в большей мере раскрыта. 2. При подготовке работы были использованы актуальные материалы по данной проблематике, современные достижения науки и практики в соответствующей области,	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал повышенный уровень сформированности компетенций,

		эмпирические материалы, собранные в ходе практики; 3. В работе есть небольшие замечания по анализу проблемы, объекта и предмета исследования, обоснованности Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал повышенный уровень сформированности компетенций, предусмотренных ОПОП самостоятельно разработанных выводов и рекомендаций. 4. Доклад обучающегося содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, раскрывает цели и задачи исследования, описывает основные этапы работы над ВКР, имеются небольшие замечания по обоснованию выводов и рекомендаций по совершенствованию предмета исследования; 5. Работа выполнена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению ВКР и оригинальности текста; 6. Сформулированы элементы научной новизны (для магистерской диссертации). 7. Ответы на вопросы не в полной мере исчерпывающие, свидетельствующие о хорошей теоретической и практической подготовке выпускника к профессиональной деятельности	предусмотренных ОПОП
3	удовлетворительно	1.Выбранная тема работы раскрыта в не в полном объеме; 2. При подготовке работы в недостаточной степени были	Выпускник в ходе подготовки и защиты ВКР продемонстрировал базовый уровень

		использованы актуальные материалы по данной проблематике, современные достижения науки и практики в соответствующей области, эмпирические материалы, собранные в ходе практики; 3. В работе есть существенные замечания по анализу проблемы, объекта и предмета исследования, обоснованности самостоятельно разработанных выводов и рекомендаций. 4. Доклад обучающегося содержит актуальность темы работы, характеризует степень разработанности проблематики, не полностью раскрывает цели и задачи исследования и описывает основные этапы работы над ВКР, но не содержит достаточного обоснования выводов и рекомендации по совершенствованию предмета исследования; 5. Работа выполнена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению ВКР и оригинальности текста; 6. Сформулированы элементы научной новизны (для магистерской диссертации). 7. Ответы на вопросы не в полной мере исчерпывающие, свидетельствующие об удовлетворительной теоретической и практической подготовке выпускника к профессиональной деятельности. Выбранная тема работы раскрыта не в полном объеме.	сформированности компетенций, предусмотренных ОПОП

2	неудовлетворительно	1.Выбранная тема работы не раскрыта 2. При подготовке работы использовались в небольшой мере либо не использовались актуальные материалы по данной проблематике, современные достижения науки и практики в соответствующей области, эмпирические материалы, собранные в ходе практики; 3. В работе есть существенные замечания по анализу проблемы, объекта и предмета исследования, выводы и рекомендации не обоснованы, не являются самостоятельной разработкой обучающегося. 4. В докладе обучающегося актуальность темы работы слабо обоснована, не очевидна степень разработанности проблематики, не полностью раскрываются цели и задачи исследования и основные этапы работы над ВКР, Обоснования выводов и рекомендации по совершенствованию предмета исследования носят фрагментарный характер, отсутствует логическая связь с результатами исследования. 5. Работа выполнена с соблюдением всех требований, предъявляемых к оформлению ВКР и оригинальности текста; 6. Сформулированные элементы научной новизны не очевидны (для магистерской диссертации). 7. Ответы на вопросы в слабой степени отражают либо не отражают сути вопроса, свидетельствуют об неудовлетворительной	Компетенции не сформированы

		теоретической и практической подготовке выпускника к профессиональной деятельности Выбранная тема работы в основном не раскрыта.	

На основании результатов защиты выпускной квалификационной работы делается заключение об уровне освоения выпускником ОПОП и готовности к выполнению определенным в ОПОП видам профессиональной деятельности.

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию (в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова»).

Решение о присвоении обучающемуся квалификации по направлению подготовки (специальности) и выдаче диплома о высшем образовании соответствующего уровня образования образца, установленного Министерством науки и высшего образования Российской Федерации, принимается ГЭК по положительным результатам государственной итоговой аттестации на заседании ГЭК.

7. Особенности проведения государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья

7.1. Наличие соответствующих условий проведения ГИА

Для выпускников из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ГИА проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников. При проведении ГИА для выпускников с индивидуальными особенностями обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит ГИА, и другие условия, без которых невозможно или затруднено проведение ГИА (в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова») .

7.2. Обеспечение соблюдения общих требований

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований: возможность выбора способа проведения ГИА; проведение ГИА для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами при прохождении ГИА с учетом их индивидуальных особенностей.

7.1.Реализация увеличения продолжительности сдачи ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения ГИА по отношению к установленной продолжительности его сдачи увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья: продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы – не более чем на 15 минут (в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова»).

8. Учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2019. — 352 c. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85658.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Валигурский М.Н. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика. Т.1: монография / Д. И. Валигурский, М. Н. Авдокушина, В. А. Алексунин [и др.]; под редакцией Д. И. Валигурского. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 410 c. — ISBN 978-5-394-03308-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85710.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность: учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2022. — 212 c. — ISBN 978-5-394-04840-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120716.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга в торговом деле: учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 119 c. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115861.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Кисова, А. Е. Основы предпринимательства: учебное пособие / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 104 c. — ISBN 978-5-00175-077-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/118440.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Левкин, Г. Г. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин, А. Н. Ларин. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2024. — 140 с. — ISBN 978-5-4488-1987-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/138451.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Панявина, М. Л. Основы предпринимательства: практикум / М. Л. Панявина, Н. С. Ермашкевич, А. В. Васенёв. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 129 с. — ISBN 978-5-7014-1004-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/126976.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/126976

8. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 284 с. — ISBN 978-5-394-03076-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85610.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Сакерина, А. В. Торговое дело. Производственное обучение: учебное пособие / А. В. Сакерина, Ю. Л. Курганович, Ю. А. Усеня. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 314 с. — ISBN 978-985-503-910-6. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93400.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Сафонова, Л. А. Интернет-маркетинг: учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90586.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас / Г. В. Загребельный, М. Ю. Боровик, Т. В. Меркулович, И. Ю. Фролкин. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-5816-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/93031.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

12. Серпухова, Е. П. Основы предпринимательства и бизнес-планирования: учебник для СПО / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова. — Саратов: Профобразование, 2022. — 175 с. — ISBN 978-5-4488-1373-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116273.html (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/116273

13. Масалова Ю.А. Маркетинг персонала / Масалова Ю.А. – М: Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 196 с. – Текст: электронный // IPR SMART: URL: https://www.iprbookshop.ru/108232.html

14. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-

013017-0. -Текст: электронный. - // ЭБС «znanium.com». Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1659834

15. Электронная торговля: учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2021. - 150 с. - ISBN 978-5-394-04172-3. - Текст: электронный. - // ЭБС «znanium.com». Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1232793

Нормативные правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации.
5. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ.
6. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.
7. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
8. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей».

Перечень информационно-справочных систем

1. http://www.consultant.ru - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. http://www.garant.ru - Справочно-правовая система Гарант. Перечень профессиональных баз данных 1. https://apps.webofknowledge.com/ - Базаданных Web of Science 2. https://www.scopus.com - База данных Scopus;
3. https://data.gov.ru - Портал открытых данных Российской Федерации;
4. https://elibrary.ru/ - База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU;
5. http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestrprofessionalnykh-standartov/ - База данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ;
6. http://www.gks.ru - Росстат – федеральная служба государственной статистики;
7. http://www.iep.ru/ru/publikatcii/categories.html Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент;
8. https://www.nalog.ru/rn39/program/- База программных средств налогового учета;
9. https://rosmintrud.ru/opendata - База открытых данных Минтруда России;
10. www.economy.gov.ru - Базы данных Министерства экономического развития и торговли России;
11. http://www.fedsfm.ru/opendata - База открытых данных Росфинмониторинга;
12. https://www.polpred.com - Электронная база данных "Polpred.com Обзор СМИ".

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. http://www.rbc.ru – Официальный сайт АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 1. Операционная система Windows 10.
2. Microsoft Office Professional Plus: 2019 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), Microsoft Visio.

3. 1С Предприятие 8 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях.

4. Антивирус Dr.WebDesktopSecuritySuite Комплексная защита.

5. Браузер Google Chrome, Mozilla Firefox.

9. Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации

Материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации предусматривает наличие аудитории для защиты выпускной квалификационной работы, предусматривающая наличие рабочих мест для председателя и членов государственной экзаменационной комиссии, рабочего места для студента, компьютерной техники с необходимым лицензионным программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана, щитов для размещения наглядного материала.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Стратегия и тактика международных торговых переговоров»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	ФТД.01

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

3. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучить вопросы организации и проведения различных видов переговоров, сформировать компетенции ведения переговоров в профессиональной деятельности, умение использовать новые информационные технологии в процессе организации переговорного процесса.

Задачи:

- формирование научных представлений о предмете, объекте, задачах и методах дисциплины «Стратегия и тактика международных торговых переговоров»;
- изучение категориального аппарата дисциплины;

рассмотрение взаимодействия данной дисциплины с другими науками;

- ознакомление с основными теоретическими моделями проведения переговоров в западной и восточной школах;
- анализ основных черт современного имиджа «искусного переговорщика», позволяющих достичь вершин мастерства в искусстве переговоров;
- формирование представления о роли и значении культуры делового общения в процессе международных переговоров.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» направлена на формирование следующих **универсальных (УК) компетенций** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК 4.1 Владеет навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (ых) языках. УК 4.2. Использует современные информационно коммуникационные технологии для представления результатов академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные	***Знать:*** навыки эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (ых) языках. ***Уметь:*** использовать современные информационно - коммуникационные технологии для представления результатов академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные

		Владеть: навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (ых) языках.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» относится к факультативным дисциплинам направления 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» могут быть использованы при написании магистерской диссертации, а также для изучения последующих дисциплин.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	2 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**34**	**34**
Лекции (Л)	*17*	*17*
Практические занятия (ПЗ)	*17*	*17*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**74**	**74**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	14	14
Реферат (Р)	30	30
Эссе (Э)	-	-

Самостоятельное изучение разделов	30	30
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Общая характеристика переговорного процесса	Сущность понятия «переговорный процесс». Виды переговоров. Субъекты переговоров. Деловые переговоры и их роль в управлении организацией. Планирование процесса переговоров.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
2.	Риторический инструментар ий деловой речи.	Основные требования к деловому разговору. Техника и этикет речи. Требования к публичному выступлению. Особенности устной деловой речи: монолог, диалог, интервью. Выступление перед аудиторией с презентацией. Основные логические законы в дело вой речи. Умозаключение и искусство рассуждения. Логические правила аргументации. Способы опровержения доводов оппонента.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
3.	Деловые переговоры: определение тактики и стратегии.	Особенности устной деловой речи: монолог, диалог, интервью. Выступление перед аудиторией спрезентацией. Основные логические законы в дело-вой речи.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Вербальные и невербальные средства ведения переговоров	Невербальные средства делового общения. Особенности восприятия информации через вербальные и невербальные коммуникации. Трактовка взглядов, мимики, жестов. Умение эффективно взаимодействовать с собеседником: слушать, понимать, общаться.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
5	Технология переговорного про-цесса.	Стратегии и тактики в переговорном процессе. Методы воздействия в переговорном процессе.	Домашние задания Реферат

			Устный опрос Кейс Тестовые задания
6	Основное содержание переговорного процесса.	Модели поведения партнеров в переговорном процессе. Манипулятивные технологии в переговорномпроцессе и противодействие им	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	Базовые элементы UX дизайна. Методы повышения качества обслуживания. Основные инструменты удержания клиента через удобство.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
8	Онлайн переговоры	История формирования. Виды и особенности работы. Будущее ритейла за онлайном	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№	Наименование темы	Количество часов				
		Контактная работа обучающихся				Внеаудиторная работа
		Всего	Аудиторная работа			
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Общая характеристика переговорного процесса	14	2	2	_	8
2.	Риторический инструментарий деловой речи.	14	2	2	-	10
3.	Деловые переговоры: определение тактики и стратегии.	12	2	2		8
4.	Вербальные и невербальные средства	14	2	2		10

	ведения переговоров					
5.	Технология переговорного процесса.	12	2	2		8
6	Основное содержание переговорного процесса.	14	2	2		10
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	14	2	2		10
8	Онлайн переговоры	16	3	3		10
	Всего	**108**	**17**	**17**	_	**74**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Общая характеристика переговорного процесса	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Риторический инструментарий деловой речи.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Деловые переговоры: определениетактики и стратегии.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1

	занятия, подготовка к РК			
Вербальные и невербальные средства ведения переговоров	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Технология переговорного процесса.	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	8	ОПК-3.3 ПК-1..1
Основное содержание переговорного		Домашние задания Реферат	10	ОПК-3.3 ПК-1..1

процесса.		Устный опрос Кейс Тестовые задания		
Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Онлайн переговоры		Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-3.3 ПК-1..1
Всего часов			**74**	

4.5. Практические занятия (2 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Общая характеристика переговорного процесса	2
2	Риторический инструментарийделовой речи.	2
3	Деловые переговоры: определение тактики и стратегии.	2
4	Вербальные и невербальные средства ведения переговоров	2
5	Технология переговорного про-цесса.	2
6	Основное содержание переговорного процесса.	2
7	Инструменты сервиса клиента: приложение, доставка	2
8-9	Онлайн переговоры	3

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Акимова, О. В. Международный экзамен по английскому языку. Стратегия и тактика письма / О. В. Акимова. — Санкт-Петербург: КАРО, 2024. — 222 с. — ISBN 978-5-89815-928-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/134399.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

Отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1.Литература

1. Лебедева, М. М. Технология международных переговоров в цифровую эпоху: учебник для вузов / М. М. Лебедева, Е. С. Зиновьева. — Москва: Аспект Пресс, 2022. — 250 с. — ISBN 978-5-7567-1223-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/129832.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Круглова, И. А. Мировая экономика и международные экономические отношения. В 3 частях. Ч.1. Мировая экономика: учебно-методическое пособие / И. А. Круглова, В. В. Третьяк. — 2-е изд. — Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023. — 105 с. — ISBN 978-5-4228-0143-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135969.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9.2.Периодические издания

17. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
18. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
19. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал.
20. Журнал «Практический маркетинг» https://bci-marketing.ru/
21. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» http://www.mavriz.ru/
22. Журнал «Управление магазином» http://www.trademanagement.ru
23. Журнал «Управление сбытом» http://www.sellings.ru
24. Журнал «Продавать! Техника продаж» http://www.tehnikaprodazh.ru.

25. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

19. Официальный сайт Центрального банка РФ: http://www.cbr.ru
20. Официальный сайт ассоциации банков России.- http://www.arb.ru
21. Информационный портал - http://www.banki.ru
22. Официальный сайт российского Клуба банковских аналитиков - http://www.bankclub.ru/
23. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» - http://www.raexpert.ru/
24. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов- http://www.brandtop.ru
25. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
26. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
27. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения

практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «**Стратегия и тактика международных торговых переговоров**» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе обучающемуся следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все

новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающегося. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление обучающегося с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающиеся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающегося свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.
3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.
5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АХМАДА
АБДУЛХАМИДОВИЧА КАДЫРОВА»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
Кафедра экономической теории и предпринимательства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Технологии эффективного менеджмента в бизнесе»

Направление подготовки (специальности)	Торговое дело
Код направления подготовки (специальности)	38.04.06
Профиль подготовки	«Цифровой маркетинг»
Квалификация выпускника	Магистр
Форма обучения	Очная, очно-заочная
Код дисциплины	ФТД.02

Грозный, 2026

Магомадова М.М. Рабочая программа учебной дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» [Текст] / Сост. М.М. Магомадова – Грозный: ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова», 2026.

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Экономическая теория и предпринимательство», рекомендована к использованию в учебном процессе (протокол № 6 от 06 февраля 2026 г.), составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, (уровень магистр), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 982, с учетом профиля «Цифровой маркетинг», а также учебного плана по данному направлению подготовки.

© М.М. Магомадова, 2026 г.
© ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени Ахмата Абдулхамидовича Кадырова»,2026

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины .....**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.....6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**Ошибка! Закладка не определена.**

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....15

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 15

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины 22

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины 23

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....23

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости) 25

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 26

3. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: является формирование высококвалифицированных специалистов, обладающих всесторонними знаниями и компетенциями в области реализации технологий современного менеджмента в бизнесе.

Задачи:

- развитие теоретических знаний и совершенствование практических навыков и компетенций в области применения технологий эффективного менеджмента для осуществления профессиональной деятельности в сфере мировой экономики и международного бизнеса.

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

В совокупности с другими дисциплинами части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана дисциплина «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» направлена на формирование следующих **общепрофессиональные (ОПК) и профессиональные (ПК) компетенции** магистра по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг»:

Код по ФГОС	**Индикаторы достижения**	**Планируемы результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)**
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.	ОПК 5.1 Использует информационные технологии и современные программные продукты в профессиональной деятельности	***Знать:*** – современные научные достижения и методы научно-исследовательской деятельности ***Уметь:*** - использовать информационные технологии и современные программные продукты при проведении международных переговоров ***Владеть:*** - навыками сбора, обработки, анализа и систематизации данных по теме исследования; навыками выбора методов и средств решения задач исследования
	ОПК 5.2 Применяет программные средства и современные информационные технологии для обработки результатов анализа и исследований в бизнес-процессах торговли, а также использует интеллектуальные информационно-	***Знать:*** – основные типы маркетинговой информации и современные информационные технологии для ее обработки ***Уметь:*** - программные средства организации и планирования маркетинговых исследований на предприятии ***Владеть:***

	аналитические системы для решения профессиональных задач в международной торговле	- навыками пользования интеллектуальной информационно-аналитической системы для разработки анкет при проведении маркетинговых исследований в международной торговле
ПК-2. Демонстрирует навыки проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.6 - Демонстрирует навыки формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	***Знать:*** - методы исследования и анализа рынка для совершенствования систем сбыта и продаж в цифровой экономике ***Уметь:*** - формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике с помощью анализа маркетинговой информации ***Владеть:*** - навыками формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж в цифровой экономике используя выборочный метод при сборе информации

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана в соответствии с нормами федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело, профиль «Цифровой маркетинг».

Для освоения дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» обучающийся должен обладать «входными» знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин бакалавриата.

Обучающийся должен обладать набором компетенций, которые позволят ему усваивать теоретический материал дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**», реализовывать полученные знания, умения, навыки в практической деятельности.

Знания полученные в результате изучения дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» могут быть использованы при написании магистерской диссертации.

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет 2 зачетные единицы (72 академических часа)

Форма работы обучающихся / Виды учебных занятий	Трудоемкость, часов	
	4 семестр	Всего
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем:	**32**	**32**
Лекции (Л)	*16*	*16*
Практические занятия (ПЗ)	*16*	*16*
Лабораторные работы (ЛР)	*Не предусмотрены*	*Не предусмотрены*
Самостоятельная работа:	**40**	**40**
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	Не предусмотрена	Не предусмотрена
Решение задач (РЗ)	10	20
Реферат (Р)	10	20
Эссе (Э)	-	-
Самостоятельное изучение разделов	20	20
Экзамен	Зачет	Зачет

4.2 Содержание тем дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1.	Диагностика и определение ключевых технологий эффективного менеджмента	Ключевые понятия темы – «диагностика», «технологии менеджмента», «эффективная стратегия», «операционный менеджмент», «производственный менеджмент», «менеджеры современного бизнеса». Основные ключевые технологии менеджмента Алгоритм диагностики, ее цели, направления и приоритеты. Вопросы, решаемые в рамках анализа результатов диагностики. Формирование потребности в менеджерах. Выбор ключевых технологий, исходя из стратегических целей менеджмента Нормативно-правовое обеспечение диагностики на федеральном, региональном и локальном (ведомственном) уровне	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
2.	Эффективность применения реинжиниринга бизнеспроцессов и реорганизация	Технологии реинжиниринга. Модели бизнес-систем в контексте теории создания стоимости. Ориентация на клиента. Межфункциональная природа бизнеспроцессов. Условия проведения реинжиниринга бизнес-процессов	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс

	технологий менеджмента		Тестовые задания
3.	Технологии эффективного маркетингового управления	Технологии продвижения инновационного продукта на рынок: проблемы маркетинга и менеджмента. Алгоритм описания эффективной бизнес-модели управления венчурным предприятием. Технологии построения стратегии развития инновационного старт-апа и обоснование перспектив выхода на международный рынок.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
4.	Эффективные технологии управления персоналом в современном бизнесе	Построение эффективной управленческой оргструктуры в зависимости от стадии жизненного цикла бизнеса Современные технологии управления персоналом – «бирюзовые компании», технологии AGILE Технологии эффективной мотивации персонала, технологии оценки персонала и определение потребности в персонале	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
5.	Технологии эффективного управления конкурентоспособностью предприятия	Оценка уровня конкурентоспособности предприятия. Принципы и инструменты управления конкурентоспособностью предприятия. Подходы к формированию конкурентоспособного предприятия Проблемы поиска и использования инновационных технологий в процессе повышения конкурентоспособности предприятия.	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания
6.	Эффективные технологии принятия управленческих решений	Приоритеты и задачи для принятия управленческих решений. Алгоритм принятия управленческих решений и применяемые технологии менеджмента Оценка эффективности технологий при принятии управленческих решений Влияние технологий принятия решений на эффективность развития предприятий	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания

В графе 4 приводятся планируемые формы текущего контроля: защита лабораторной работы (ЛР), УО – устный опрос, выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), домашнего задания (ДЗ) написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), рубежный контроль (РК), тестирование (Т), решение задач (РЗ) и т.д.

4.3. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование темы	Количество часов	
		Контактная работа обучающихся	

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Диагностика и определение ключевых технологий эффективного менеджмента	9	2	2	–	5
2.	Эффективность применения реинжиниринга бизнеспроцессов и реорганизация технологий менеджмента	9	2	2	-	5
3.	Технологии эффективного маркетингового управления	9	2	2	-	5
4.	Эффективные технологии управления персоналом в современном бизнесе	9	2	2	-	5
5.	Технологии эффективного управления конкурентоспособностью предприятия	18	4	4	-	10
6.	Эффективные технологии принятия управленческих решений	18	4	4	-	10
	Всего	**72**	**16**	**16**	–	**40**

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Наименование темы дисциплины или раздела	**Вид самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся, в т.ч. КСР**	**Оценочное средство**	**Кол-во часов**	**Код компетенций**
Диагностика и определение ключевых технологий эффективного менеджмента	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6
Эффективность применения реинжиниринга бизнеспроцессов и реорганизация технологий менеджмента	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6

Технологии эффективного маркетингового управления	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6
Эффективные технологии управления персоналом в современном бизнесе	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; реферирование статей; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6
Технологии эффективного управления конкурентоспособностью предприятия	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6

Эффективные технологии принятия управленческих решений	Подготовка к лекциям и практическим занятиям; изучение учебной литературы; написание реферата; изучение в рамках темы вопросов и проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, подготовка к РК	Домашние задания Реферат Устный опрос Кейс Тестовые задания	10	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ПК-2.6
Всего часов			**40**	

4.5. Практические занятия (4 семестр).

№ тем	*Тематика практических занятий*	*Количество часов*
1	Основные понятия маркетинговых исследований	2
2	Основные понятия, типы маркетинговой информации и источники ее получения	2
3	Сбор маркетинговой информации качественными и количественными методами	2
4	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	2
5	Выборочный метод в сборе информации	2
6	Исследование и анализ рынка	2
7	Методы анализа маркетинговой информации	2
8	Ситуационный анализ	2

4.6. Лабораторные занятия.

Не предусмотрены учебным планом.

4.7. Курсовой проект (курсовая работа) – не предусмотрен

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

1. Современные технологии менеджмента: Учебник / В.И.Королев, В.В.Уваров, А.Д.Заикин; Под ред. проф. В.И. Королева; Всероссийская академия внешней торговли. - Москва: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2018. - 640 с. ISBN 978-5-9776-0218-1. - Текст: электронный. – Режим доступа : https://znanium.com/catalog/product/258352

2.Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации: учебное пособие / А.П. Егоршин. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 388 с. — (Высшее образование: Магистратура).

— DOI 10.12737/textbook_59e0c18f098a76.68931096. - ISBN 978-5-16-106151-0. - Текст : электронный. - Режим доступа : https://znanium.com/catalog/product/1082421

3. Технологии обучения и развития персонала в организации : учебник / под ред. М.В. Полевой. Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - ISBN 978-5-16-105243-3. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/

6. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине -

отдельный документ

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

7.1. Литература

1. Байсеркеев, О. Н. Трансформация бизнеса. Как построить эффективную компанию в быстроменяющемся и непредсказуемом мире / О. Н. Байсеркеев. — Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2022. — 151 c. — ISBN 978-601-7476-06-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/129401.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/129401
2. Каз, Е. М. Общий менеджмент. Эффективная организация: практикум / Е. М. Каз. — Томск: Издательство Томского государственного университета, 2021. — 44 c. — ISBN 978-5-94621-972-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116806.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Коротун, О. Н. Менеджмент: основные технологии: учебное пособие для бакалавров / О. Н. Коротун, И. С. Кошель, В. В. Мазур. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2020. — 108 c. — ISBN 978-5-394-03968-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/107804.html (дата обращения: 17.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7.2. Периодические издания

13. Маркетинг и маркетинговые исследования. Информационно-аналитический журнал
14. Маркетолог. Информационно-аналитический журнал
15. Маркетинг в России и за рубежом. Информационно-аналитический журнал
16. Журнал «Логистика»
17. Журнал «Логистика сегодня»
18. Журнал «Мировая экономика и международные отношения»

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

18. Электронная информационно-справочная система Консультант Плюс.
19. http://www.minfin.ru – Министерство финансов РФ.
20. http://www.economy.gov.ru – Министерство экономического развития и торговли РФ.
21. www.gks.ru Госкомстат РФ.

22. IPR SMART: https://www.iprbookshop.ru /
23. Консультант студента: https://www.studentlibrary.ru/
24. ИВИС: https://www.ivis.ru/
25. Grebennikon: https://grebennikon.ru/
26. ЭБС "Лань": https://e.lanbook.com/
27. Национальная электронная библиотека: https://chesu.ru/neb
28. Polpred.com: https://polpred.com/
29. Юрайт: https://urait.ru/
30. «Российский центр научной информации» (РЦНИ): https://podpiska.rcsi.science/
31. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru Известные бренды и продвижение брендов-http://www.brandtop.ru
32. Официальный сайт Гильдии Маркетологов – http://www.marketologi.ru
33. Официальный сайт – АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) - http://www.akarussia.ru
34. Официальный сайт энциклопедии маркетинга – http://www.marketing.spb.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение предлагаемой обучающимся учебной дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу обучающихся в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

Систематическая работа по освоению дисциплины «**Технологии эффективного менеджмента в бизнесе**» с выполнением обязательных видов самостоятельной работы, обучающихся дает возможность завершения курса с сдачей экзамена. При случае нарушений графика выполнения тематического плана обучающийся должен провести предложенные дополнительные виды самостоятельной работы, тестовые задания и другие виды самостоятельной работы.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающегося к практическим занятиям.

Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям - научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы.

В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9-10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3-4 часа.

Слушание и запись лекций - сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Конспект лекции лучше подразделять на пункты,

параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Подготовка к практическим занятиям

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме - дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть - обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение - дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность - до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность - 15-20 минут.

Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического или практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На лабораторных занятиях обучающиеся представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

1. Технические средства: комплект проекционного мультимедийного оборудования: экран, проектор, ноутбук;
2. Методы обучения с использованием информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов);
3. Перечень интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы «Консультант плюс», электронная почта);
4. Перечень информационных справочных систем (Информационная система автоматизации учебного процесса «UComplex», Автоматизированные библиотечно-информационные системы – «IPRbooks», «Консультант студента», ООО «ИВИС»).

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий лабораторного типа, 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 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
2. Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

3. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

4. Библиотеку, читальный зал, доступ к библиотечным фондам с научной литературой; доступ к электронной библиотеке.

5. Комплект лицензионного программного обеспечения включающий пакет прикладных программ Microsoft Office.