

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский

» 20__г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Аналитические подходы к управлению электронным бизнесом Б1.В.ДВ.3

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Бизнес-аналитика в управленческой деятельности

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мустафина О.Н.

Рецензент(ы):

Садриев А.Р. , Хабибрахманов Р.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Мельник А. Н.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No 949939019

Казань
2019

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) младший научный сотрудник, к.н. Мустафина О.Н.
НОЦ по исследованию проблем развития рыночных отношений в условиях глобализации
мировой экономики КФУ , olgachitalina@gmail.com

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины "Аналитические подходы к управлению электронным бизнесом" является формирование у студентов теоретического представления и практических навыков управления электронным предприятием.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.3 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Дисциплина "Аналитические подходы к управлению электронным бизнесом" изучается на третьем году обучения. Данная дисциплина является логическим продолжением ряда курсов, изученных студентами по программе бакалавриата направления "Менеджмент (Бизнес-аналитика в управленческой деятельности)", включая "Аналитические основы ведения бизнеса", "Аналитические системы управления предприятием", "Аналитика в инновационной деятельности".

В результате освоения дисциплины "Аналитические подходы к управлению электронным бизнесом" студенты смогут применить полученные теоретические и практические знания при прохождении научно-исследовательской практики и подготовке отчета по практике, а также при написании выпускной квалификационной работы.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-20 (профессиональные компетенции)	владеть методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные понятия и принципы функционирования сетевой экономики;
- модели организации электронного бизнеса;
- инфраструктуру электронного бизнеса;
- принципы разработки маркетинговой стратегии электронного предприятия.

2. должен уметь:

- выделять цели выхода предприятий на электронный рынок;

- формировать маркетинговую стратегию электронного предприятия;
 - проводить экономические расчеты в табличных процессорах, графически представлять результаты расчетов.
3. должен владеть:
- методами анализа конкуренции на электронном рынке;
 - методами ценообразования на продукцию и услуги электронных предприятий;
 - навыками оценки экономической эффективности функционирования электронных предприятий.
4. должен демонстрировать способность и готовность:
- осуществлять подготовку, создание и развитие электронных предприятий и их компонент.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Электронный бизнес в условиях информационного общества.	5	1-2	2	2	0	Научный доклад
2.	Тема 2. Теоретические основы и модели электронных предприятий.	5	3-4	2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Бизнес-модели электронных предприятий.	5	5-6	2	2	0	Письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Управление электронным предприятием.	5	7-8	2	2	0	Дискуссия
5.	Тема 5. Контент-менеджмент.	5	9-10	2	2	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Управление маркетингом электронного предприятия.	5	11-12	2	2	0	Письменная работа
7.	Тема 7. Мониторинг маркетинговой деятельности электронного предприятия.	5	13-14	2	2	0	Тестирование
8.	Тема 8. Управление финансами электронного предприятия.	5	15-16	2	2	0	Контрольная работа
9.	Тема 9. Особенности инвестиционного планирования в электронном бизнесе.	5	17	2	2	0	Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Электронный бизнес в условиях информационного общества.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность информационного общества. Основные термины и понятия связанные с электронным бизнесом. Основные характеристики электронного бизнеса. Сетевая экономика. Принципы функционирования сетевой экономики. Роль и место электронных предприятий в электронном бизнесе.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Характеристики электронного бизнеса

Тема 2. Теоретические основы и модели электронных предприятий.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Принципы информационного взаимодействия. Отличительные признаки различных типов предприятий. Виртуальные предприятия и объединения. Эволюция электронных предприятий. Классификация электронных предприятий.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Конкурентные преимущества электронных предприятий.

Тема 3. Бизнес-модели электронных предприятий.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Электронные предприятия в сфере информационных услуг. Электронные предприятия в сфере финансовых услуг. Предприятия электронной коммерции. Коммерческие социальные сети. Электронное правительство.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Типы электронных предприятий.

Тема 4. Управление электронным предприятием.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Управление инфраструктурой электронного предприятия. Управление персоналом электронного предприятия.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Особенности управления электронным предприятием.

Тема 5. Контент-менеджмент.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Принципы контент-менеджмента. Типовая контент-модель электронного предприятия B2C. Типовая контент-модель корпоративного портала.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Типовые контент-модели электронного предприятия.

Тема 6. Управление маркетингом электронного предприятия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Методы привлечения клиентов электронного предприятия. Мобильный маркетинг. Методы повышения показателя конверсии электронного предприятия. Методы повышения лояльности клиентов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Современные методы интернет маркетинга.

Тема 7. Мониторинг маркетинговой деятельности электронного предприятия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Медиаметрические исследования и мониторинг электронного предприятия. Оценка эффективности рекламной компании в Интернет.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные понятия веб-аналитики.

Тема 8. Управление финансами электронного предприятия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Финансовое планирование и организация финансово-экономического управления электронного предприятия.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Методы анализа финансового состояния электронного предприятия.

Тема 9. Особенности инвестиционного планирования в электронном бизнесе.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Особенности инвестирования электронных предприятий. Оценка экономической эффективности электронных предприятий.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Методы оценки экономической эффективности электронных предприятий.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Се- местр	Неде- ля семе- стра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо- емкость (в часах)	Формы контроля самосто- ятельной работы
1.	Тема 1. Электронный бизнес в условиях информационного общества.	5	1-2	подготовка к научному докладу	4	научный доклад

N	Раздел Дисциплины	Се- местр	Неде- ля се- мес- тра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо- емкость (в часах)	Формы контроля самосто- ятельной работы
2.	Тема 2. Теоретические основы и модели электронных предприятий.	5	3-4	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Бизнес-модели электронных предприятий.	5	5-6	подготовка домашнего задания	4	пись- мен- ное домаш- нее задание
4.	Тема 4. Управление электронным предприятием.	5	7-8	подготовка к дискуссии	4	дискуссия
5.	Тема 5. Контент-менеджмент.	5	9-10	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Управление маркетингом электронного предприятия.	5	11-12	подготовка к письменной работе	4	пись- мен- ная работа
7.	Тема 7. Мониторинг маркетинговой деятельности электронного предприятия.	5	13-14	подготовка к тестированию	4	тести- рова- ние
8.	Тема 8. Управление финансами электронного предприятия.	5	15-16	подготовка к контрольной работе	4	контроль- ная работа
9.	Тема 9. Особенности инвестиционного планирования в электронном бизнесе.	5	17	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В соответствии с требованиями ФГОС удельный вес занятий, проводимых в активных и интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий. Так, до 50% лекционных занятий проходят с использованием презентаций MS PowerPoint.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Электронный бизнес в условиях информационного общества.

научный доклад , примерные вопросы:

Темы докладов: 1. Место и роль информационных технологий в современном обществе. 2. Сущность информационного общества и его характерные черты. 3. Возможности электронного бизнеса.

Тема 2. Теоретические основы и модели электронных предприятий.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Понятие электронное предприятие 2. Классификация предприятий 3. Особенности ведения электронного бизнеса 4. Модели электронных предприятий

Тема 3. Бизнес-модели электронных предприятий.

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Задание: 1. Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции; 2. Ответьте на вопросы: - Кто или что является субъектами коммерческой деятельности \ объектами коммерческой деятельности; - Какие требования предъявляются к клиентам (что им необходимо для взаимодействия с продавцом); - Есть ли какие-то этапы в деятельности субъектов, не относящиеся к электронной коммерции, а относящиеся к электронному бизнесу; 3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности; 4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя; 5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса в рамках OFF-LINE (традиционной) модели и с использованием технологий электронной коммерции для реализации отдельных этапов цикла. Опишите полученные варианты; 6. Выявите преимущества и недостатки предложенных в п. 5 вариантов ведения бизнеса по сравнению со смежными вариантами
Вариант 1 Компания ?Канцлер? занимается производством разнообразной канцелярской продукции (карандаши, ручки, блокноты, календари, скрепки, зажимы, скобы, стикеры, еженедельники, плакаты и т.д.) и выполняет её распространение между собственными магазинами, которые самостоятельно до-заказывают требуемый товар, а также принимает заказы от сторонних компаний. Заказы могут включать как простые заказы по каталогу любого вида продукции в необходимом количестве, так и разработку специальной конфигурации, дизайна и других характеристик по требованию заказчика. В связи с этим специфические заказы обрабатываются и контролируются менеджерами на всех стадиях согласования параметров. После окончательного оформления клиент имеет возможность просмотреть детали и итоговую стоимость заказа и произвести расчет, как традиционным способом, так и на сайте. По факту оплаты заказ доставляется клиенту. На всех этапах клиент имеет возможность отслеживать состояние заявки.

Тема 4. Управление электронным предприятием.

дискуссия , примерные вопросы:

Темы для обсуждения: 1. Системы электронной торговли B2B, C2G. 2. Системы электронной торговли B2C, B2G. 3. Электронные площадки, биржи, аукционы.

Тема 5. Контент-менеджмент.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1. Понятие контента 2. Особенности управления контентом электронного предприятия

Тема 6. Управление маркетингом электронного предприятия.

письменная работа , примерные вопросы:

Задание: 1. Ознакомьтесь с содержанием деятельности компании в рамках электронной коммерции в соответствии с вашим вариантом; 2. Найдите в российском сегменте сети Интернет 2 компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанной в вашем варианте компании; 3. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 10-15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга 4. Определите значения каждой из характеристик для каждой из компаний; 5. Предположим, вы хотите выйти на рынок рассматриваемых товаров (услуг) в рамках существующей компании, открыв отдельное направление, либо создав, новый канал сбыта в рамках традиционной деятельности: - выделите возможный набор внутренних сильных сторон в предполагаемой компании; - выделите возможный набор внутренних слабых сторон в предполагаемой компании; - выделите возможный набор потенциальных внешних возможностей для реализации предполагаемой компанией на рассмотренном рынке товаров (услуг); - выделите возможный набор потенциальных внешних угроз для бизнеса предполагаемой компании на рассмотренном рынке товаров (услуг); 6. Постройте SWOT матрицу для предполагаемой компании, описывающую стратегические альтернативы и ограничения. Выделяя те, которые могут лечь в основу формирования стратегии; 7. Определите значимости каждого из базовых факторов SWOT матрицы по 10-ти бальной шкале методом собственной экспертной оценки; 8. Сложите полученные значения для факторов, находящихся в выделенных парах в SWOT матрице и определите пару факторов с максимальным значением суммы; 9. Сделайте вывод по смыслу полученного результата и содержанию возможной стратегии предполагаемой компании. Вариант 1 Туристическая компания, которая продаёт через Интернет экстремальные виды отдыха в России и за рубежом.

Тема 7. Мониторинг маркетинговой деятельности электронного предприятия.

тестирование , примерные вопросы:

1. Какой сектор предлагает покупателям широкий выбор товаров, начиная от коттеджей и заканчивая скрепками а) розничный сектор б) сектор B2B с) сектор B2C 2. Какие из факторов являются преимуществом интернет коммерции а)Цена б)Время с)прямой контакт д)все вышеперечисленное 3. Какой сектор представляет собой широкий спектр взаимоотношений между корпорациями а) розничный сектор б) сектор B2B с) сектор B2C 4. Сайты, предоставляющие информацию и имеющие общие черты со специализированными журналами или энциклопедиями а) визитка б)информационный сайт с) портал 5. Электронный аналог бумажных денег а) банковские карты б) электронные чеки с) цифровые деньги 6. Какой из каналов предполагает продажу товара производителем непосредственно потребителю, минуя всяких посредников а) прямой б)косвенный с) смешанный

Тема 8. Управление финансами электронного предприятия.

контрольная работа , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Системы электронных платежей. 2. Виды электронных платежных средств. 3. Требования к электронным платежным системам. 4. Виды платежных систем, их достоинства и недостатки. 5. Электронные деньги.

Тема 9. Особенности инвестиционного планирования в электронном бизнесе.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: 1.Содержание основных этапов инвестиционного планирования в электронном бизнесе 2.Определение срока окупаемости инвестиций в электронный бизнес 3. Бизнес план электронного предприятия 4. Специфика инвестирования в электронном бизнесе 5.Методы экономического обоснования целесообразности инвестиций в электронный бизнес

Итоговая форма контроля

экзамен (в 5 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к зачету

1. Основные характеристики электронного общества.
2. Этапы развития сетевой экономики.
3. Принципы функционирования сетевой экономики.

4. Основные понятия электронного бизнеса.
5. Понятия "электронная торговля", "электронная коммерция"
6. Назначение электронной коммерции, сферы ее применения.
7. Принципы построения системы электронной коммерции.
8. Проблемы использования систем электронной коммерции.
9. Эволюция электронных предприятий.
10. Модели электронного бизнеса.
11. Классификация электронных предприятий.
12. Системы электронной торговли B2B, C2G.
13. Системы электронной торговли B2C, B2G.
14. Электронные площадки, биржи, аукционы.
15. Системы электронных платежей.
16. Виды электронных платежных средств.
17. Требования к электронным платежным системам.
18. Виды платежных систем, их достоинства и недостатки.
19. Электронные деньги.
20. Мировой и российский опыт использования платежных систем.
21. Защита информации при электронной торговле.
22. Виды угроз в сети Интернет.
23. Перспективы развития электронной торговли.

7.1. Основная литература:

1. Электронная коммерция: Учебное пособие / О.А. Кобелев; Под ред. С.В.Пирогова; Российский государственный торгово-экономический университет. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017 - 684с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=340852>
2. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 238 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=371445>
3. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=337799>
4. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=398462>
5. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 120 с. // <http://www.znanium.com/bookread.php?book=421959>
6. Арустамов, Э. А. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : Учебник / Э.А. Арустамов. ? 3-е изд., перераб. и доп. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2017. ? 232 с. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=512616>
7. Дубровин И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. А. Дубровин. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 432 с.// <http://www.znanium.com/bookread.php?book=411352>
8. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Б. Рубин. - 13-е изд. - М.: МФПУ Синергия, 2012. - 320 с.// <http://www.znanium.com/bookread.php?book=451392>
9. Портных В.В. Стратегия бизнеса [Электронный ресурс] / В. В. Портных. - М. : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2017. - 276 с.// <http://www.znanium.com/bookread.php?book=430630>

7.2. Дополнительная литература:

1. Литвак Б.Г. Управленческие решения. Практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Г. Литвак. - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012.//
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=451396>
2. Брагин Л.А. Электронная коммерция: Учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.//
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=304162>

7.3. Интернет-ресурсы:

Электронная библиотека Elibrary - <http://www.elibrary.ru>
Электронная библиотека по гуманитарным предметам - <http://www.gumfak.ru/kse.shtml>
Электронно-библиотечная система - <http://www.knigafund.ru/>
Электронно-библиотечная система БиблиоРоссика - <http://www.bibliorossica.com/>
Электронно-библиотечная система Знаниум - <http://www.znaniyum.com/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Аналитические подходы к управлению электронным бизнесом" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Проекторное оборудование, используемое для проведения презентаций.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Бизнес-аналитика в управленческой деятельности .

Автор(ы):

Мустафина О.Н. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Садриев А.Р. _____

Хабибрахманов Р.Р. _____

"__" _____ 201__ г.