

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талюцкий Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Бенчмаркинг Б1.В.ДВ.11

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Шарифутдинова Н.С. , Шафигуллина А.В.

Рецензент(ы):

Новикова Е.Н.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

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 949937117

Казань
2017

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) доцент, к.н. Шарафутдинова Н.С. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , NSSharafutdinova@kpfu.ru ; ассистент, б/с Шафигуллина А.В. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , AnVKuzmina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

формирование у студентов теоретических знаний в области организации и проведения бенчмаркинга, умение применять полученные знания на практике, стремление к поиску новых инструментов достижения делового совершенства предприятия.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.11 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.06 Торговое дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Программа предполагает изучение таких дисциплин как: "Основы менеджмента", "Организационное поведение". Знания, полученные по предмету "Бенчмаркинг" целесообразно использовать при изучении дисциплин "Коммерческая деятельность", "Управление маркетингом", "Маркетинг".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13 (профессиональные компетенции)	готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ПК-14 (профессиональные компетенции)	способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- общие понятия о бенчмаркинге,
- цели и задачи бенчмаркинга, -
- типы, виды и процессы бенчмаркинга,
- этапы проведения бенчмаркинга,
- психологические аспекты проведения бенчмаркинга,
- способы получения информации,
- особенности применения бенчмаркинга в разных странах,
- пути и направления повышения эффективности деятельности предприятия посредством использования бенчмаркинга.

2. должен уметь:

- четко формулировать цели и задачи, на основе имеющейся информации,
- анализировать бизнес-процессы,
- формировать алгоритм действий, исходя из поставленных целей,
- проводить анализ конкурентной среды,
- осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга,
- анализировать критерии моделей совершенства

3. должен владеть:

- методами и программными средствами обработки деловой информации,
- навыками обосновывать управленческие решения,
- современными технологиями управления персоналом,
- навыками проводить анализ коммерческой деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений
- навыками организации и планирования бенчмаркинга,

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
- анализировать социальнозначимые проблемы и процессы
- понимать роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний
- применять основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 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	
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. Теоретические основы бенчмаркинга	8	1	2	2	0	Письменное домашнее задание
2.	Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	8	2	2	2	0	Письменное домашнее задание Устный опрос
3.	Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	8	3	4	4	0	Презентация Письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентный анализ	8	5	4	4	0	Контрольная точка Письменное домашнее задание
5.	Тема 5. Организация бенчмаркинга	8	7	2	4	0	Дискуссия Письменное домашнее задание
6.	Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	8	8	2	2	0	Презентация Эссе
7.	Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	8	9	2	2	0	Письменное домашнее задание Контрольная точка
8.	Тема 8. Бенчмаркинг-контроль	8	10	4	4	0	Письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Планирование бенчмаркинг-проекта	8	12	2	2	0	Письменное домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
10.	Тема 10. Основные принципы концепции бенчмаркетинга	8	13	2	2	0	Контрольная точка
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			26	28	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие, сущность бенчмаркинга 2. Эволюционное развитие бенчмаркинга 3. Функции бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Основные понятия и преимущества бенчмаркинга 2. Задачи и функции бенчмаркинга 3. Этапы развития бенчмаркинга

Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Принципы бенчмаркинга 2. Виды бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Предпосылки проведения бенчмаркинга 2. Принципы по Г. Ватсону 3. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга

Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Виды маркетинговых исследований 2. Методы маркетинговых исследований 3. Организация маркетинговых исследований

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований 2. Виды маркетинговых исследований 3. Кабинетные и полевые методы маркетинговых исследований 4. Этапы проведения маркетинговых исследований

Тема 4. Конкурентный анализ

лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие и сущность конкурентоспособности 2. Методы оценки конкурентоспособности 3. Методы конкурентного анализа

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Предпосылки проведения конкурентного анализа 2. Основные понятия конкурентоспособности объекта 3. Основные подходы к организации конкурентного анализа 4. Методы анализа конкурентоспособности товара и компании. 5. Матрица конкурентных преимуществ

Тема 5. Организация бенчмаркинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цели и задачи бенчмаркинга 2. Этапы организации бенчмаркинга

практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Модели бенчмаркинга 2. Цикл Деминга как основа бенчмаркинга 3. основные этапы организации бенчмаркинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение 4. Методы анализа бизнес-процессов предприятия

Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Особенности применения бенчмаркинга 2. Особенности применения бенчмаркинга за рубежом 3. Правовое обеспечение бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Тенденции применения бенчмаркинга 2. Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом 3. Подходы к применению инструментария бенчмаркинга в России и за рубежом 4. Правила применения бенчмаркинга

Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие, сущность экономического эффекта 2. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Виды и формы экономического эффекта 2. Показатели оценки эффективности применения бенчмаркинга 3. Факторы успеха бенчмаркингвого проекта

Тема 8. Бенчмаркингвый контроль

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Бенчмаркинг параметров продуктов. Бенчмаркинг качества продуктов. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов. Бенчмаркинг имиджа. Критические и ключевые факторы успеха

практическое занятие (4 часа(ов)):

Провести анализ по показателям эффективности деятельности предприятия

Тема 9. Планирование бенчмаркингвого проекта

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Структура и основные положения бенчмаркингвого проекта.Планирование проекта. Выбор предмета для сравнения. Анализ данных. Внедрение бенчмаркетингвого проекта.

Управление инновационными проектами и процессами

практическое занятие (2 часа(ов)):

Привести пример эффективного планирования бенчмаркингвого проекта

Тема 10. Основные принципы концепции бенчмаркетинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Концентрация внимания на качестве. Необходимость и важность бизнес-процессов. Учет несовершенства моделей применяемых в процессе планирования бенчмаркетинга.

Перманентное проведение внешнего бенчмаркетинга. Бенчмаркетинг как фактор выживания предприятия. Концепция ценностной модели спроса. Проблемы управления эффективностью деятельности в области внутреннего маркетинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Рассмотреть принципы концепции бенчмаркинга на примере.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	8	1	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
2.	Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	8	2	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	8	3	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к презентации	2	презентация
4.	Тема 4. Конкурентный анализ	8	5	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к контрольной работе	3	контрольная работа

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Организация бенчмаркинга	8	7	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к дискуссии	3	дискуссия
6.	Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	8	8	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к эссе	3	эссе
7.	Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	8	9	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к контрольной точке	3	контрольная точка
8.	Тема 8. Бенчмаркинг-контроль	8	10	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
9.	Тема 9. Планирование бенчмаркинг-проекта	8	12	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
10.	Тема 10. Основные принципы концепции бенчмаркетинга	8	13	подготовка к контрольной точке	6	контрольная точка
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное устройство

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

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

Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга

домашнее задание , примерные вопросы:

Применение инструментов бенчмаркинга в практической деятельности

Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности

домашнее задание , примерные вопросы:

Преимущества и недостатки видов бенчмаркинга

устный опрос , примерные вопросы:

1.Предпосылки проведения бенчмаркинга 2. Принципы по Г. Ватсону 3. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга 4. Основные понятия и преимущества бенчмаркинга 5. Задачи и функции бенчмаркинга 6. Этапы развития бенчмаркинга

Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований

домашнее задание , примерные вопросы:

Основные вилы маркетинговых исследований

презентация , примерные вопросы:

Применение кабинетных и полевых методов маркетинговых исследований на конкретных примерах

Тема 4. Конкурентный анализ

домашнее задание , примерные вопросы:

Методы оценки конкурентов

контрольная работа , примерные вопросы:

1. Задачи и функции бенчмаркинга 2. Этапы развития бенчмаркинга 3. Предпосылки проведения бенчмаркинга 4. Принципы по Г. Ватсону 5. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга 6. Кабинетные и полевые методы маркетинговых исследований 7. Этапы проведения маркетинговых исследований 8. Основные подходы к организации конкурентного анализа 9. Методы анализа конкурентоспособности товара и компании. 10. Матрица конкурентных преимуществ

Тема 5. Организация бенчмаркинга

дискуссия , примерные вопросы:

Инструментарий бенчмаркинга: характеристика, особенности

домашнее задание , примерные вопросы:

Подходы к организации бенчмаркинга

Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом

домашнее задание , примерные вопросы:

Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом

эссе , примерные темы:

Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом

Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга

домашнее задание , примерные вопросы:

Методы оценки экономического эффекта применения бенчмаркинга

контрольная точка , примерные вопросы:

1. Задачи и функции бенчмаркинга 2. Этапы развития бенчмаркинга 3. Предпосылки проведения бенчмаркинга 4. Принципы по Г. Ватсону 5. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга 6. Кабинетные и полевые методы маркетинговых исследований 7. Этапы проведения маркетинговых исследований 8. Основные подходы к организации конкурентного анализа 9. Методы анализа конкурентоспособности товара и компании. 10. Матрица конкурентных преимуществ 11. Модели бенчмаркинга 12. Цикл Деминга как основа бенчмаркинга 13. Основные этапы организации бенчмаркинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение 14. Методы анализа бизнес-процессов предприятия 15. Тенденции применения бенчмаркинга 16. Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом 17. Подходы к применению инструментария бенчмаркинга в России и за рубежом 18. Виды и формы экономического эффекта 19. Показатели оценки эффективности применения

Тема 8. Бенчмаркинг-контроль

домашнее задание , примерные вопросы:

Рассмотреть подходы к оценке эффективности анализируемого проекта

Тема 9. Планирование бенчмаркинг-проекта

домашнее задание , примерные вопросы:

Рассмотреть этапы планирования бенчмаркинг-проекта на примере

Тема 10. Основные принципы концепции бенчмаркетинга

контрольная точка , примерные вопросы:

тапы проведения бенчмаркинга. Этика бенчмаркинга. Планирование бенчмаркинг-проектов. Внутренний и внешний бенчмаркинг. Техника бенчмаркинга. Анализ и сравнение конкурентных преимуществ. Бенчмаркинг параметров продуктов. Бенчмаркинг качества продуктов. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов. Бенчмаркинг имиджа. Оценка эффективности внедрения заимствованных решений.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету:

1. . Дайте определение понятию "конкуренция".
2. Охарактеризуйте основные формы недобросовестной конкуренции.
3. Перечислите характерные особенности риска. Каковы основные источники его возникновения?
4. Каковы основные пути и методы снижения риска?
5. Деловая разведка и ее роль в коммерции.
6. В чем принципиальное отличие "деловой разведки" от "промышленного шпионажа"? Охарактеризуйте эти понятия.
7. Дайте определение понятию "бенчмаркинг", перечислите его основные цели и задачи.
8. Основные принципы бенчмаркинга.
9. Каковы основные этапы проведения бенчмаркинга на предприятии?
10. Перечислите основные виды бенчмаркинга.
11. Методы конкурентного анализа, их особенности
12. Понятие и сущность конкурентоспособности
13. Методы оценки конкурентоспособности
14. Понятие и сущность экономического эффекта
15. Методы оценки экономического эффекта
16. эволюционное развитие бенчмаркинга
17. Особенности развития бенчмаркинга в России и за рубежом
18. Цели, задачи бенчмаркинга
19. Функции бенчмаркинга
20. Проблемы развития бенчмаркинга

7.1. Основная литература:

Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Учебное пособие / Под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 349 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=194771>

Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=430453>

Иванов И. Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 348 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=346196>

1 Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=455015>

2 Управление организацией: Учебник / А.Г. Поршнева, Г.Л. Азоев, В.П. Баранчев; Под ред. А.Г. Поршнева и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 736 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-009865-4, 12 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=484522>

3 Лайкер, Дж. Практика дао Toyota: Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota [Электронный ресурс] / Джеффри Лайкер, Дэвид Майер; Пер. с англ. ? 5-е изд. ? М.: Альпина Паб лишерз, 2014. ? 584 с. ? (Серия 'Модели менеджмента ведущих корпораций'). - ISBN 978-5-9614-1626-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519168>
<http://znanium.com/bookread2.php?book=519168>

7.2. Дополнительная литература:

Розин М. Успех без стратегии: технологии гибкого менеджмента. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2011 // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9688>

Саттон Р. Охота за идеями : как оторваться от конкурентов, нарушая все правила. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2013//
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9787>

Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2010 // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9467>

Фокс Дж. Как стать сильным конкурентом : тактики достижения рыночного преимущества. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2011//
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9624>

Детмер У. Теория ограничений Голдратта: системный подход к непрерывному совершенствованию. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2012//
<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9836>

7.3. Интернет-ресурсы:

поисковые системы - www.rambler.ru

журнал - www.benchmarkingclub.ru/vatson.html

журнал - www.benchmarking.ru

Информационно-справочные системы - www.garant.ru

поисковые системы - www.mail.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Бенчмаркинг" 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

1

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Шарафутдинова Н.С. _____

Шафигуллина А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Новикова Е.Н. _____

"__" _____ 201__ г.