

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



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

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Финансовые стратегии в ценообразовании Б1.В.ОД.10

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Финансовый менеджмент

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Гузельбаева Г.Т.

Рецензент(ы):

Фазлыева Е.П.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Стрельник Е. Ю.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 954920819

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) доцент, к.н. (доцент) Гузельбаева Г.Т. кафедра управления корпоративными финансами Институт управления, экономики и финансов , guzelbaeva@rambler.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса состоит в формировании у студентов знаний по ценообразованию, как важнейшего фактора финансового успеха предприятия и использование их на практике при принятии управленческих решений.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ОД.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 5 курсе, 9 семестр.

Данный курс изучается в 7 семестре, относится к Б1.В.ДВ 11 и изучается одновременно с такими предметами как 'Управление финансовыми потоками предприятия (Б1,В.ДВ.9), 'Управление затратами' (Б1,В.ДВ.8), 'Управление источниками финансирования деятельности предприятия (Б1,В.ДВ.5)

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-14 (профессиональные компетенции)	умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основные понятия, инструменты и логику процесса ценообразования;
- теории фирменного ценообразования;
- особенности ценообразования на разных этапах жизненного цикла товара (услуги);
- стратегии ценообразования и их особенности на разных рынках

2. должен уметь:

- рассматривать процесс ценообразования как фактор успешного бизнеса;
- понять влияние издержек на формирование цены и прибыли;
- выявлять факторы, влияющие на эффективное ценообразование;

- применять финансовый анализ в целях эффективного ценообразования;
- определить подходы к оптимальной цене, связанной с реакцией покупателя.

3. должен владеть:

- методами установления цены;
- инструментарием маржинального анализа рентабельности цен в принятии управленческих решений.
- навыками разработки финансовых стратегий ценообразования компании.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- в разработке стратегии ценообразования компании, направленной на ее финансовую устойчивость;
- оценивать важность выбора метода ценообразования в зависимости от ценовой стратегии фирмы;
- каким образом выбранный метод ценообразования будет влиять на обеспечение долгосрочной рентабельности бизнеса компании.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 9 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. Тема 1. Теоретические основы ценообразования.	9	1	2	0	0	Реферат
2.	Тема 2. Тема 2. Принятие ценовых решений в деятельности фирмы	9	2	0	2	0	Реферат Дискуссия
3.	Тема 3. Ценовая политика фирмы и конкуренция	9	5,6	2	2	0	Устный опрос Дискуссия

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
4.	Тема 4. Выбор финансовой стратегии ценообразования	9	6,7	2	2	0	Устный опрос Кейс
5.	Тема 5. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара	9	7,8	0	2	0	Реферат
6.	Тема 6. Методы ценообразования	9	9	2	2	0	Кейс Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	Экзамен
	Итого			8	10	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1. Теоретические основы ценообразования.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие цены. Факторы, влияющие на цену: величина затрат, средняя норма прибыли, рыночные факторы. Цена ? объективная категория рыночной экономики. Производственный и рыночный подход к цене. Функции цены. Цена как средство учета затрат. Цена как средство распределения доходов. Цена как средство экономического стимулирования. Структура цены. Понятие издержек производства и их составляющих элементов. Подходы к производственному учету, определяющему уровень цены. Методы калькуляции затрат. Система ценообразования. Виды цен. Оптовая цена. Отпускные цены. Розничные цены. Регулируемая цена. Монопольная цена и механизм ее выявления. Классификация цен в зависимости от базис поставки. Мировые

Тема 2. Тема 2. Принятие ценовых решений в деятельности фирмы

практическое занятие (2 часа(ов)):

Теоретические основы фирменного ценообразования в рыночной экономике. Микроэкономический анализ цены. Влияние издержек производства на формирование цен. 1. Анализ рентабельности цен. Пределы, определяющие выбор оптимальных цен. 2. Влияние прибыли на формирование цены. 3. Учет потребительского эффекта в цене. 4. Методы, определяющие потребительский эффект в цене.

Тема 3. Ценовая политика фирмы и конкуренция

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Особенности конкуренции на рынке. Система критериев функционирования рыночной структуры. Свободная конкуренция. Чистая монополия. Олигополическая конкуренция. Монопольная конкуренция. Открытые и скрытые формы сговора. Ценовая политика фирмы. Характеристика товарного аспекта ценообразования. Принципиально новый товар. Новый товар. Сравнимый товар. Устаревший товар. Критерии выбора ценовой стратегии фирмы. Тема 6. Выбор стратегии ценообразования

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Сравнительная характеристика разных типов рынка с позиции вхождения и выхода компании на рынок. 2. Подходы к разработке политики ценообразования на разных типов конкуренции 3 Экономический и финансовый эффекты ценообразования на разных типах рынка 4. Методы и способы конкуренции при выборе ценовой политики компании

Тема 4. Выбор финансовой стратегии ценообразования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие ценовой стратегии фирмы и факторы, влияющие на ее выбор. Основные цели, определяющие выбор стратегии ценообразования. Роль цены в стратегии продвижения товара. Классификация ценовых стратегий по уровню цен на новые товары, по степени изменения цены, по степени дифференциации товаров и потребительских цен. Характеристика основных стратегий ценообразования. Стратегия снятия сливок. Стратегия ступенчатого снижения цен. Стратегия проникающего ценообразования. Стратегия нейтрального ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие стратегии ценообразования и ее роль в финансовых результатах деятельности компании
2. Факторы определяющие выбор стратегии ценообразования
- 3.Классификационные признаки стратегий ценообразования.
4. Оценка эффективности выбранной стратегии ценообразования

Тема 5. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Жизненный цикл товара. Факторы, влияющие на продолжительность жизненного цикла.
2. Характеристика рынка на фазе экспериментирования. Проблемы ценообразования на фазе экспериментирования.
3. Мобилизация потенциального спроса на фазе экспансии.
4. Особенности ценообразования фирмы на фазе экспансии.
5. Отличительные особенности ценообразования в фазе насыщения. Ценовая политика предприятия на фазе стагнации.

Тема 6. Методы ценообразования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Характеристика этапов ценообразования на предприятии: определение базовой цены, определение цены с учетом скидок, наценок, транспортных и т.п. компонентов. Общие подходы к выбору методов ценообразования. Факторы, влияющие выбор метода ценообразования. Затратный подход. Рыночный подход. Преимущества и недостатки каждого из них.

практическое занятие (2 часа(ов)):

- 1.Критерии выбора метода ценообразования.
- 2.Процедура фирменного ценообразования: определение спроса, анализ издержек и цен конкурентов.
- 3.Затратные методы ценообразования.
4. Рыночные методы ценообразования. Оценка риска принимаемых решений по ценам.

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 ценообразования.	9	1	подготовка к реферату	16	Реферат
2.	Тема 2. Принятие ценовых решений в деятельности фирмы	9	2	подготовка к дискуссии	6	Дискуссия
				подготовка к реферату	14	Реферат
3.	Тема 3. Ценовая политика фирмы и конкуренция	9	5,6	подготовка к дискуссии	8	Дискуссия
				подготовка к устному опросу	10	Устный опрос
4.	Тема 4. Выбор финансовой стратегии ценообразования	9	6,7		6	Кейс
				подготовка к устному опросу	4	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара	9	7,8	подготовка к реферату	10	Реферат
6.	Тема 6. Методы ценообразования	9	9		2	Кейс
				подготовка к устному опросу	5	Устный опрос
Итого					81	

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, в процессе изучения дисциплины 'Ценовые стратегии компании' студенты рассматривают конкретные ситуации, выступают со стендовыми докладами, выполняют курсовые проекты. До 50% лекционных и практических 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. Тема 1. Теоретические основы ценообразования.

Реферат , примерные вопросы:

Теневая экономика и цены. Прямые и косвенные налоги в составе цены. Ценообразование и ценовая политика. Ценообразование и ценовая политика в минерально-сырьевом комплексе. Ценообразование на электроэнергию. Ценообразование на тепловую энергию. Регулирование рынка и тарифов транспортных услуг.

Тема 2. Тема 2. Принятие ценовых решений в деятельности фирмы

Дискуссия , примерные вопросы:

2. Что является базой цены в субъективно-маржинальном направлении в ценообразовании 3. Принципы маржиналистской теории цены: 4. В чем заключается нейтральная стратегия ценообразования и какую роль в ней играет цена 5. Что характерно для уходящего рынка товара и какова цель стратегии на стадии спада 6. Фирма продает хлебобулочные изделия. Товарооборот составил 125 000 руб.в месяц, переменные затраты составили 82 000 руб./месяц, постоянные затраты - 27 000 руб./месяц. Найти точку безубыточности. 7. Определить отпускную цену на новый автомобиль балльным методом при условиях, приведенных в сноске: 8. Основные факторы успеха применения рыночных методов ценообразования 9. Основными этапами ценообразования являются ??

Реферат , примерные вопросы:

Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом. Тарифы на перевозки морским транспортом. Особенности ценообразования в сфере услуг. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве. Ценообразование на услуги здравоохранения. Ценообразование на образовательные услуги. Цена на рынке труда.

Тема 3. Ценовая политика фирмы и конкуренция

Дискуссия , примерные вопросы:

Групповое обсуждение ценовой политики предприятий различных отраслей

Устный опрос , примерные вопросы:

Под воздействием каких факторов изменяются затраты 18. В чем заключается стратегий анализ при выборе подходов к прибыльному ценообразованию 19. В каком случае имеет смысл установление низких цен в условиях конкуренции 20. В чем заключаются маркетинговые методы ценообразования 21. Какие динамические эффекты необходимо учитывать при определении ценовой политики предприятия 22. Факторы, сокращающие диапазон ценообразования по мере перехода от рынка роста к стадии зрелости 23. Критерии классификации цен:

Тема 4. Выбор финансовой стратегии ценообразования

Кейс , примерные вопросы:

выбираем ценовую стратегию предприятия в зависимости от характеристики товара.

Устный опрос , примерные вопросы:

Под воздействием каких факторов изменяются затраты 18. В чем заключается стратегий анализ при выборе подходов к прибыльному ценообразованию 19. В каком случае имеет смысл установление низких цен в условиях конкуренции 20. В чем заключаются маркетинговые методы ценообразования 21. Какие динамические эффекты необходимо учитывать при определении ценовой политики предприятия 22. Факторы, сокращающие диапазон ценообразования по мере перехода от рынка роста к стадии зрелости 23. Критерии классификации цен:

Тема 5. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара

Реферат , примерные вопросы:

Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом. Тарифы на перевозки морским транспортом. Особенности ценообразования в сфере услуг. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве. Ценообразование на услуги здравоохранения. Ценообразование на образовательные услуги. Цена на рынке труда.

Тема 6. Методы ценообразования

Кейс , примерные вопросы:

Устанавливаем цену по различным методам ценообразования

Устный опрос , примерные вопросы:

Под воздействием каких факторов изменяются затраты 18. В чем заключается стратегий анализ при выборе подходов к прибыльному ценообразованию 19. В каком случае имеет смысл установление низких цен в условиях конкуренции 20. В чем заключаются маркетинговые методы ценообразования 21. Какие динамические эффекты необходимо учитывать при определении ценовой политики предприятия 22. Факторы, сокращающие диапазон ценообразования по мере перехода от рынка роста к стадии зрелости 23. Критерии классификации цен:

Итоговая форма контроля

экзамен (в 9 семестре)

Примерные вопросы к экзамену:

1. Цели и методы государственного регулирования цен в рыночной экономике.
2. Способы прямого государственного регулирования цен в рыночной экономике.
3. Субъекты государственного регулирования цен, их функции.
4. Классификация цен в зависимости от стадии движения товара. Структура цен.
5. Классификация цен в зависимости от степени вмешательства государства. Уровни государственного регулирования цен.
6. Классификация цен по способу фиксации в контракте.
7. Классификация цен по учету фактора времени.
8. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
9. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
10. Ценообразование в условиях олигополии и монополии.

11. Функции цен.
12. Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
13. Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.
14. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
15. Эластичность спроса по доходам.
16. Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.
17. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
18. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей.
19. Графическое изображение бухгалтерской и экономической моделей безубыточности.
20. Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности. Допущения, принятые при построении бухгалтерской модели безубыточности.
21. Анализ безубыточности решений по изменениям цен при постоянстве затрат.
22. Анализ безубыточности решений по изменению постоянных и переменных издержек.
23. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых товаров.
24. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимодополняемых товаров.
25. Сущность стратегии ценообразования. Содержание работ по определению стратегии ценообразования.
26. Стратегии конкурентного ценообразования.
27. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Методы определения рыночной цены.
28. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Порядок контроля со стороны налоговых органов за уровнем цен.
29. Вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации.
30. Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
31. Географические стратегии ценообразования.
32. Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.
33. Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам.
34. Нижняя граница цены.
35. Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.
36. Ценообразование на конкурсные проекты. Виды торгов.
37. Параметрические методы ценообразования.
38. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок.
39. Скидки за объем. Виды, условия применения, способы расчета.
40. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах.
41. Понятие и сущность цены в рыночной экономике.
42. Государственное регулирование цен: цели и задачи.
43. Формы и методы регулирования цен.

44. Виды издержек и методы калькулирования, используемые в регулируемых ценах.
45. Методы формирования цены.
46. Методы ценообразования, основанные на учете спроса.
47. Методы ценообразования, основанные на учете конкуренции.
48. Классификация цен.
49. Виды цен.
50. Цены и налоги.
51. Налог на добавленную стоимость, акцизы.
52. Таможенные платежи и пошлины.
53. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
54. Ценообразование в системе страхования.
55. Таможенные пошлины: сущность, виды, функции, принципы дифференциации.
56. Биржевые котировки.
57. Тарифы на электрическую и тепловую энергию.
58. Оптовые цены на природный газ.
59. Тарифы на перевозку железнодорожным транспортом.
60. Тарифы на услуги связи.
61. Тарифы на услуги ЖКХ.
62. Контрактное ценообразование.
63. Цены на сельскохозяйственную продукцию.
64. Цены на продовольственные товары.
65. Снабженческо - сбытовые и торговые надбавки.
66. Формирование цен на товары (продукцию), поступающие по импорту.

7.1. Основная литература:

- 1.Ценообразование: Учебник / И.В. Липсиц. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2008. - 527 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0039-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/136231>
- 2.Ценообразование: Учебник / Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И., - 3-е изд., перераб. - М.:Дашков и К, 2017. - 248 с. ISBN 978-5-394-02663-8
- 3.Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/208289>
- 4.Ценообразование: Учебно-практическое пособие / Шуляк П.Н., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2018. - 196 с.: ISBN 978-5-394-01387-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/342026>

7.2. Дополнительная литература:

- 1.Ценообразование / Горина Г.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с.: ISBN 978-5-238-01707-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883802>
- 2.Ценообразование в организации : практикум / Емельянова Т.В., Бабушкина Е.П., Приходько В.В., - 2-е изд. - Мн.:Вышэйшая школа, 2013. - 335 с.: ISBN 978-985-06-2350-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/509365>

3.Ценообразование. Практикум: Учебное пособие / Забелина Е.А. - Мн.:РИПО, 2016. - 162 с.: ISBN 978-985-503-585-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/949764>

7.3. Интернет-ресурсы:

Консультант Плюс - www.consultant.ru/

Электронный ресурс - http://media.karelia.ru/~resource/econ/teor_fin/13.htm

Электронный ресурс - <http://www.cfin.ru/finanalysis>

Электронный ресурс - http://www.emd.ru/education/opn_sem/razd.php?razd=6

электронный ресурс - <http://eup.ru/Catalog/16-All.asp>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Финансовые стратегии в ценообразовании" 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.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

оборудованные аудитории;

- различные технические средства обучения;
- учебники, учебные пособия и другие книги;
- научные журналы;
- доступ в интернет;
- наглядные пособия.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Финансовый менеджмент .

Автор(ы):

Гузельбаева Г.Т. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Фазлыева Е.П. _____

"__" _____ 201__ г.