

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ФАКУЛЬТЕТ ФИНАНСОВ И БАНКОВСКОГО ДЕЛА

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

Кафедра «Фондовые рынки и финансовый инжиниринг»

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА

Кафедрой «Фондовые рынки и
финансовый инжиниринг»

Факультета финансов и банковского
дела

Протокол от «30» июня 2017 г.

№5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ РП

Б1.В.ДВ.08.03 «Цифровой маркетинг»

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Менеджмент в финансовых организациях"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Магистр

(квалификация)

Очная/очно-заочная

(форма(ы) обучения)

Год набора: 2018

Москва, 2017 г.

Автор–составитель:

к.э.н., доцент, АОЧУ ВО «Московский финансово-юридический университет МФЮА»
(МФЮА), зав. кафедрой «Стратегическое планирование, управление и прогнозирование»
С.Н. Буханцева

Заведующий кафедрой

«Фондовые рынки и финансовый инжиниринг» д.э.н., проф. Корищенко К.Н.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	6
3.Содержание и структура дисциплины.....	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	16
6.1. Основная литература.....	16
6.2. Дополнительная литература.	16
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	16
6.4. Нормативные правовые документы.....	16
6.5. Интернет ресурсы	16
6.6. Иные источники.....	16
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.08.03 «Цифровой маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.	ПК-4.2 2 этап	Способность использовать количественные и качественные методы оценки стратегических решений в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозирование риска банкротства, и оценка причинно-следственных связей.
ПК-7	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.	ПК- 7.2. 2 этап	Способность снабдить научное исследование в финансово-экономической сфере графическим отображением выявленных трендов, тенденций.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОТФ Управление микрофинансовым и операциями в организации (подразделении) ТФ Разработка и внедрение продуктов микрофинансирования	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне знаний: Знать: Тенденции рынка микрофинансирования и кредитования в стране и за рубежом;
		На уровне умений: Уметь: Осуществлять сбор и анализ информации; Применять методы расчета показателей микрозаймов, анализа портфеля микрозаймов;

		На уровне навыков: Владеть навыками: Анализа рынка кредитования и микрофинансовых услуг; Анализа спроса, оценка потребности в микрофинансировании.
ОТФ Управление микрофинансовым и операциями в организации (подразделении) ТФ Создание и развитие организационной структуры по микрофинансовым операциям	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне знаний: Знать: Основы и методы стратегического менеджмента; Определять потребности в обучении персонала.
ОТФ Управление микрофинансовым и операциями в организации (подразделении). ТФ Методологическое сопровождение и стандартизация процессов микрофинансирования	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне знаний: Знать: Основы стратегического менеджмента и маркетинга; Международные и национальные стандарты, а также лучшие практики в профессиональной сфере. На уровне умений: Уметь: Использовать лучшие мировые практики по проведению микрофинансовых операций; Анализировать мировую практику микрофинансирования и выбирать лучшие технологии для применения;
ОТФ Управление процессом предоставления услуг по кредитному брокериджу ТФ Трудовые функции Стандартизация бизнес-процессов	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне знаний: Знать: Основы стратегического менеджмента и маркетинга; Основные международные, российские стандарты, а также лучшие практики по кредитному брокериджу
		На уровне умений: Уметь: Анализировать и выносить суждение о применимости методик анализа и оценки заемщиков для отдельных категорий клиентов; Внедрять лучшие практики в сфере кредитного брокериджа.
		На уровне навыков: Владеть навыками: Создания методологии анализа

		платежеспособности и кредитоспособности заемщика.
ТФ Создание организационной структуры по обеспечению кредитного брокериджа	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне умений: Уметь: Оценивать ресурсы, необходимые для создания подразделения по кредитному брокериджу;
ТФ Организация аппаратно-информационного обеспечения деятельности кредитных брокеров	ПК-4.2 ПК-7.2	На уровне знаний: Знать: Основные положения российских и международных стандартов в области управления информационными технологиями и информационной безопасности; На уровне умений: Уметь: Анализировать данные о лучших мировых практиках и уровне аппаратно-информационного обеспечения процесса кредитного брокериджа.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.03 «Цифровой маркетинг» составляет 2 зачетные единицы, т.е. 72 академических часа.

На контактную работу с преподавателем выделено 18 часов из них 4 часа лекций и 14 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 54 часа, в том числе 2 часа на контроль самостоятельной работы.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.03 «Цифровой маркетинг» изучается на 2 курсе, в 3 семестре для студентов очной и очно-заочной форм обучения.

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.03 «Цифровой маркетинг» реализуется после изучения: Б1.В.02 «Операционный и стратегический управленческий учет», Б1.В.09 «Деловая статистика и управление в бизнесе», Б1.В.10 «Теория игр и поведенческие финансы», Б1.В.12 «Финансовый учет и отчетность».

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации ***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	24	2		4		18	Д
2.	Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	24	2		4		18	Кр стол
3.	Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	22			6		16	Д
Контроль СР		2				2	2	
Промежуточная аттестация								За
Всего:		72	4		14		54	

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации ***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	24	2		4		18	Д
2.	Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	24	2		4		18	Кр стол
3.	Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	22			6		16	Д
Контроль СР		2				2	2	
Промежуточная аттестация								За
Всего:		72	4		14		54	

Примечание: ** – формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Д), круглый стол (Кр стол) и др.
 *** - формы промежуточной аттестации: зачет (За).

Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинговая деятельность организации в Интернете.

Значение маркетинговой деятельности в сети Интернет. Глобальная сеть Интернет как универсальный телекоммуникационный канал, сущность и характеристики. Значение маркетинговой деятельности в Интернете для современных организаций. Персонализация в маркетинге. Ресурсы сети Интернет. Аудитория российской глобальной среды Интернет. Международная аудитория Интернета. Веб-сайт организации. Управление веб-сайтом и целевой аудиторией. Основы проектирования, создания и управления веб-сайтом организации. Интерфейсы. Юзабилити сайта. Специфические характеристики поведения российской и международной аудитории Интернета. Основные принципы работы с аудиторией веб-сайта. Способы привлечения внимания потребителей к сайту организации.

Тема 2. Основные современные методы продвижения организации в Интернете.

Основные современные методы контещ-маркетинга. Блоги и инфоресурсы. Продвижение в социальных сетях (SMM-маркетинг) VK, Facebook, Twitter, Instagram, Одноклассники, LinkedIn. Работа с лидерами мнений в социальных сетях. Продвижение на Youtube. Продвижение на Slide Share. E-mail - маркетинг: разновидности писем, сбор базы подписчиков, правила оформления, создание рассылки в сервисах Getresponse, MailChimp. Конференции, семинары и вебинары в Интернет-маркетинге. Тематические конференции, выступления на конференциях. Организация и проведения семинаров и вебинаров. Форумный маркетинг. Современное понятие и значение трафик-менеджмента. Понятие «трафика» в Интернет-маркетинге. Значение привлечения трафика посетителей на сайт организации и основы управления им. Таргетированная реклама. Тизерная реклама. Основные современные методы трафик-менеджмента в Интернет-маркетинге. Контекстная реклама: определение и значение, системы контекстной рекламы - Yandex- Direct, BEGUN, GOOGLE ADWORDS, RORF.R. SEO-оптимизация. Баннерная реклама. Использование статей и других публикаций для увеличения трафика посетителей на сайт организации.

Тема 3. Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете

Оценка эффективности Интернет-маркетинга. Основные показатели оценки эффективности маркетинга и продвижения организации в Интернете. Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций в Интернете. Понятие конверсии сайта и ее

определение. Системы веб-аналитики. Современное представление о веб-аналитике. Работа с системами веб-аналитики - Google Analytics и Яндекс Метрика.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	Вопросы для дискуссии,
Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	Тема круглого стола
Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	Вопросы для дискуссии

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Типовые оценочные материалы по теме 1: Маркетинговая деятельность организации в Интернете.

Темы для дискуссий

1. Значение маркетинговой деятельности в Интернете для современных организаций.
2. Персонализация в маркетинге.
3. Ресурсы сети Интернет.
4. Аудитория российской глобальной среды Интернет.
5. Международная аудитория Интернета.
6. Веб-сайт организации.
7. Управление веб-сайтом и целевой аудиторией.
8. Основы проектирования, создания и управления веб-сайтом организации.
9. Интерфейсы. Юзабилити сайта.

Типовые оценочные материалы по теме 2: Основные современные методы продвижения организации в Интернете.

Темы для круглого стола

- 1 Продвижение на Slide Share. E-mail - маркетинг: разновидности писем, сбор базы подписчиков, правила оформления, создание рассылки в сервисах Getresponse. MailChimp.
- 2 Конференции, семинары и вебинары в Интернет-маркетинге.
- 3 Тематические конференции, выступления на конференциях.
- 4 Организация и проведения семинаров и вебинаров.

- 5 Форумный маркетинг.
- 6 Современное понятие и значение трафик-менеджмента.
- 7 Понятие «трафика» в Интернет-маркетинге.
- 8 Значение привлечения трафика посетителей на сайт организации и основы управления им.
- 9 Таргетированная реклама. Тизерная реклама.
- 10 Основные современные методы трафик-менеджмента в Интернет-маркетинге.
- 11 Контекстная реклама: определение и значение, системы контекстной рекламы - Yandex-Direct, BEGUN, GOOGLE ADWORDS, RORF.R. SEO-оптимизация.
- 12 Баннерная реклама.

Типовые оценочные материалы по теме 3: Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете

Тема дискуссии:

- 1 Оценка эффективности Интернет-маркетинга.
- 2 Основные показатели оценки эффективности маркетинга и продвижения организации в Интернете.
- 3 Анализ эффективности маркетинговых коммуникаций в Интернете.
- 4 Понятие конверсии сайта и ее определение.
- 5 Системы веб-аналитики.
- 6 Современное представление о веб-аналитике.
- 7 Работа с системами веб-аналитики - Google Analytics и Яндекс Метрика.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Зачет проводится в форме устного опроса.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.	ПК-4.2 2 этап	Способность использовать количественные и качественные методы оценки стратегических решений в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозирование риска банкротства, и оценка причинно-

			следственных связей.
ПК-7	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.	ПК- 7.2. 2 этап	Способность снабдить научное исследование в финансово-экономической сфере графическим отображением выявленных трендов, тенденций.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-4.2. Способность использовать количественные и качественные методы оценки стратегических решений в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозирование риска банкротства, и оценка причинно-следственных связей.	Способность применять цифровой маркетинг в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозировании риска банкротства, и оценке причинно-следственных связей.	Применяет цифровой маркетинг в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозировании риска банкротства, и оценке причинно-следственных связей.
ПК-7.2. Способность снабдить научное исследование в финансово-экономической сфере графическим отображением выявленных трендов, тенденций	Способность, применяя методы цифрового маркетинга, отображать выявленные тренды, тенденции, корректно строить прогнозы.	Применяя методы цифрового маркетинга, отображает выявленные тренды, тенденции, корректно строит прогнозы.

4.2.2. Типовые оценочные средства

Список вопросов для подготовки к зачету:

1. Определение финансового рынка, его основных участников.
2. Определение, основные виды и ключевые функции финансовых посредников.
3. Эволюция банковского рынка развитых стран.
4. Эволюция банковского рынка на региональном и мировом уровне. Структура банковских систем отдельных стран.
5. Наиболее распространенные операции коммерческих банков в развитых странах.
6. Специфика: пассивных операций, активных операций, международных операций.

7. Основные подходы к регулированию операций банков.
8. История возникновения институтов Центрального банка в различных странах.
9. Основные направления развития политики Центрального банка в различных странах: переучетная политика, операции на открытом рынке, резервные требования, прямое регулирование кредитных операций и т.д.
10. Основные функции Центрального банка в развитых странах.
11. Ключевые концепции регулирования банковской сферы со стороны Центрального банка в развитых странах.
12. Роль Центрального банка в осуществлении денежно-кредитной политики государства в развитых странах.
13. Международный кредитный рынок, его основные характеристики и классификация.
14. Кредитные организации на национальном, региональном, мировом уровне: определение и основные виды.
15. Банковские операции и сделки на международном рынке: определение, основные виды.
16. Международный банковский кредитный рынок: его сегменты, участники, кредитные продукты и кредитные технологии.
17. Обеспечение стабильности банковской системы на национальном уровне и международном уровне, защита прав и интересов заемщиков, кредиторов.
18. Международный валютный рынок.
19. Основные подходы к организации взаимодействия между участниками рынка: понятие системы корреспондентских счетов.
20. Система SWIFT.
21. Формы и методы кредитования банками международной торговли: учет векселей, факторинг, форфейтинг, лизинг, акцептные и акцепно –рамбурсные кредиты и т.д.
22. Ключевые международные финансовые организации (Международный валютный фонд, Всемирный банк, Международный банк реконструкции и развития): причины возникновения, структура, основные функции.
23. Основные функции, структура, механизмы принятия решений, институт членства в международных валютно-финансовых организациях на примере Международного валютного фонда.
24. Понятие транснациональной банковской группы, определение и структура холдингов, роль иностранного капитала в развитии стран и регионов.
25. Ключевые подходы к регулированию транснационального движения банковского капитала на примере деятельности Базельского комитета по банковскому надзору.

26. Международный финансовый центр как особенности мировой банковской системы на современном этапе развития: определение, причины возникновения, виды. ключевые особенности, перспективы развития.
27. Основные подходы и принципы международного сотрудничества при регулировании мировой банковской системы на современном этапе развития: основные участники, функции, уровни регулирования, возможности и ограничения использования различных инструментов регулирования.
28. Перспективы и ключевые направления международного сотрудничества при регулировании мировой финансовой системы.

Шкала оценивания

Критерий оценивания	
<p>Применяет цифровой маркетинг в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозировании риска банкротства, и оценке причинно-следственных связей.</p> <p>Применяя методы цифрового маркетинга, отображает выявленные тренды, тенденции, корректно строит прогнозы.</p> <p>Студент демонстрирует способность использовать количественные и качественные методы оценки стратегических решений в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозирование риска банкротства, и оценка причинно-следственных связей, снабдить научное исследование в финансово-экономической сфере графическим отображением выявленных трендов, тенденций.</p>	Зачтено
<p>Не применяет цифровой маркетинг в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозировании риска банкротства, и оценке причинно-следственных связей.</p> <p>Не применяет методы цифрового маркетинга, не отображает выявленные тренды, тенденции, не строит прогнозы.</p> <p>Студент не демонстрирует способность использовать количественные и качественные методы оценки стратегических решений в управлении бизнес-процессами предприятия, прогнозирование риска банкротства, и оценка причинно-следственных связей, снабдить научное исследование в финансово-экономической сфере графическим отображением выявленных трендов, тенденций.</p>	Не зачтено

4.3 Методические материалы

Методические материалы, позволяющие оценивать знания и умения учащихся при проведения промежуточной аттестации

Процедура проведения зачета

Промежуточная аттестация определяет степень достижения учебных целей и проводится в форме зачета. Зачёт проводится устно по контрольным вопросам в сроки,

предусмотренные учебным планом. При выведении аттестационной отметки обязательно учитываются результаты текущего контроля и самостоятельной работы обучающегося. Текущий контроль успеваемости осуществляется во время проведения семинаров посредством проведения устных опросов учащихся. Содержание оценочного средства – вопросы к зачету. Требования к выполнению – зачет проводится в устной форме путем ответа на вопросы из представленного перечня. Время, отведенное на процедуру – 20 минут. Результаты оглашаются по окончании опроса. Ответ подготавливается в письменной конспективной форме и сдается преподавателю после устного ответа.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

Самостоятельная работа – крайне важный элемент подготовки студентов в процессе обучения. Получить всесторонние знания, ограничиваясь при этом только прослушиванием лекций и посещением семинарских занятий, невозможно.

Кроме того, понятийный аппарат курса разнообразен, объемен, что требует специальной работы для их усвоения. Важным условием успешной самостоятельной работы студентов являются консультации преподавателя и тщательная подготовка к практическим занятиям. Цель самостоятельной работы студента по изучению учебного материала – формирование навыков самостоятельного отбора и изучения учебной литературы, интернет-источников, материалов периодических изданий, их анализа и осмысления. В результате этой работы студенты должны научиться понимать логику научного исследования, критически анализировать существующие в научной литературе точки зрения и на этой основе формировать собственную позицию по рассматриваемому вопросу.

Методические указания по подготовке к опросу

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии (круглому столу)

Дискуссия представляет собой обсуждение заданной темы. Требуется проявить логику изложения материала, представить аргументацию, ответить на вопросы участников дискуссии.

Участвуя в дискуссии студентам следует высказываться свободно и открыто, не оглядываясь на авторитеты и устоявшиеся мнения, критично оценивать рассматриваемый материал, указывать на нечетко или непонятно сформулированные позиции, противоречия, замеченные при ознакомлении с тем или иным источником информации. При этом критика должна быть аргументированной и конструктивной. Студенту необходимо высказать именно собственную точку зрения, свое согласие или несогласие с имеющимися позициями и высказываниями по данному вопросу. Дискуссия не предполагает простого изложения полученных сведений. Участие в дискуссии быть должно быть основано на предварительном изучении обсуждаемого вопроса.

При подготовке к дискуссии необходимо внимательно прочитать вопрос и подготовить аргументированные суждения.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что та или иная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми курсами. Более того, именно синтез полученных ранее знаний и текущего материала по курсу делает подготовку результативной и всесторонней.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументированно их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных экономических категорий, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных

категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития.

Методические рекомендации по подготовке к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации ознакомьтесь со списком представленных вопросов. Формулируйте ответ с точки зрения применения различных методов анализа данных. Необходимо дать аргументированный ответ, подтверждающий уровень освоения компетенции.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Чарльз Д. Шив Курс MBA по маркетингу [Электронный ресурс]/ Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 720 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34784.html>

6.2. Дополнительная литература.

1. Йенс Нордфальт Ритейл-маркетинг [Электронный ресурс]: практики и исследования/ Йенс Нордфальт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2015.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34788> .— ЭБС «IPRbooks», по паролю

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Не предусмотрено.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусмотрено.

6.5. Интернет ресурсы

1. www.cbr.ru (статистические данные Банка России)
2. www.imf.org - International Monetary Fund Home Page
3. www.bis.org - Basel III: international regulatory framework for banks
4. www.ifrs.org – IFRS - Глобальные стандарты для мировой экономики

6.6 Иные источники.

Не предусмотрены.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. www.biblio-online.ru –Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».

4. <https://dlib.eastview.com> - East View Information Services, Inc. Коллекции электронных научных и практических журналов.
5. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
6. <https://www.bloomberg.com/europe> - Информационное агентство BLOOMBERG.
7. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
8. Электронный периодический справочник «Гарант».

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний.

Аудитории оснащены компьютером с выходом в интернет.