

**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 «Финансы, денежное, обращение и кредит»

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА

Кафедрой «Финансы, денежное,
обращение и кредит»

Факультета финансов и банковского
дела

Протокол от «30» июня 2017 г.

№5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.03 «Цифровой маркетинг»

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

38.04.01 Экономика

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Банки, финансы, инвестиции"

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

Заведующий кафедрой

«Финансы, денежное обращение и кредит» д.э.н., проф. Хандруев А.А.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	7
3.Содержание и структура дисциплины.....	9
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	16
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	17
6.1. Основная литература.....	17
6.2. Дополнительная литература.....	17
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	17
6.4. Нормативные правовые документы.....	18
6.5. Интернет ресурсы.....	18
6.6. Иные источники.....	18
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	18

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «Цифровой маркетинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.	ПК-7.3. 3 этап	Способность провести прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности.
ДПК-5	Способность описывать и организовывать бизнес-процессы в банковской, финансовой, инвестиционной сферах деятельности; вырабатывать управленческие решения по их финансированию на основе критериев социально-экономической эффективности; производить бизнес-планирование и стратегический анализ, разрабатывать локальные документы и правовое обоснование мероприятий; составлять и разрабатывать формы управленческой отчетности.	ДПК-5.2. 2 этап	Способность математически обосновывать финансовые и управленческие решения с точки зрения их экономической эффективности.

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Консультирование клиентов по составлению финансового плана и формированию целевого инвестиционного портфеля (В); Финансовое консультирование по	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Экономические и юридические аспекты инвестиционной деятельности

широкому спектру финансовых услуг (/01.7) ;		На уровне умений: Собирать, анализировать и предоставлять достоверную информацию в масштабах всего спектра финансовых (инвестиционных) услуг. Выступать в качестве эксперта в процессе принятия клиентом важных финансовых (инвестиционных) решений.
Управление процессом финансового консультирования в организации (подразделении) (С) Разработка методологии и стандартизация процесса финансового консультирования и финансового планирования (С/01.7)	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: основы стратегического менеджмента и маркетинга; основы понятия и современные принципы работы с информацией, корпоративные информационные системы и базы данных; основы управления проектами; На уровне умений: формировать общую позицию по вопросу финансового консультирования и доносить ее до всех заинтересованных сторон.
ПС «Страховой брокер»:ОТФ Оказание информационно-консультационных и методических услуг (D) ТФ Консультирование потребителей и поставщиков страховых (перестраховочных) услуг и иных лиц (в том числе органы власти) по вопросам страхования (перестрахования) (D/01.7)	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: - Макроэкономика. На уровне умений: - Исследовать макроэкономические условия;
ОТФ Оказание	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Риск-менеджмент

информационно-консультационных и методических услуг (D) ТФ Разработка и реализация новых программ страхования (перестрахования) (D/02.7);		На уровне умений: - Анализировать существующие страховые программы и страховые продукты;
ОТФ Оказание информационно-консультационных и методических услуг (D) ТФ Содействие повышению финансовой и страховой грамотности потребителей и поставщиков страховых (перестраховочных) услуг и иных лиц, и организаций (D/03.7)	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Макроэкономика
		На уровне умений: Участвовать в подготовке и работе круглых столов, конференций, симпозиумов Готовить публикации для специализированных изданий
ПС «Специалист по микрофинансовым операциям»: ОТФ Управление микрофинансовыми операциями в организации (C) ТФ Методологическое сопровождение и стандартизация процессов микрофинансирования (C/01.7)	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Основы стратегического менеджмента и маркетинга Основы теории организации и принятия решений
		На уровне умений: Осуществлять сбор и анализ информации

ТФ Разработка и внедрение продуктов микрофинансирования (С/02.7); ТФ Создание и развитие организационной структуры по микрофинансовым операциям (С/03.7);		На уровне навыков: Планирование системы менеджмента качества в организации
ПС «Специалист по кредитному брокериджу»: ОТФ Управление процессом предоставления услуг по кредитному брокериджу (С) ТФ Стандартизация бизнес-процессов (С/01.7) ТФ Создание организационной структуры по обеспечению кредитного брокериджа (С/02.7); ТФ Организация аппаратно-информационного обеспечения деятельности кредитных брокеров (С/03.7);	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Основы стратегического менеджмента и маркетинга Основы бизнес-планирования и прогнозирования Содержание, основные элементы и принципы процесса оперативного планирования
		На уровне умений: Понимать особенности бизнеса организации и его функционирование
		На уровне навыков: Планирование и организация мероприятий в области стандартизации бизнес-процессов.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «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.05.03 «Цифровой маркетинг» изучается на 2 курсе, в 3 семестре для студентов очной и на 2 курсе, в 4 семестре для студентов очно-заочной форм обучения.

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «Цифровой маркетинг» реализуется после изучения Б1.В.04 Развитие человеческого капитала, Б1.В.09 Теория игр и поведенческие финансы, Б1.В.10 Математическое обоснование принятия финансовых решений, Б1.В.11 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	Д
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	Д
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).

*** - 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.	Темы для дискуссий
Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	Темы для дискуссий
Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	Темы для дискуссий

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 дискуссий

- 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-7	Способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.	ПК-7.3. 3 этап	Способность провести прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности.

ДПК-5	Способность описывать и организовывать бизнес-процессы в банковской, финансовой, инвестиционной сферах деятельности; вырабатывать управленческие решения по их финансированию на основе критериев социально-экономической эффективности; производить бизнес-планирование и стратегический анализ, разрабатывать локальные документы и правовое обоснование мероприятий; составлять и разрабатывать формы управленческой отчетности.	ДПК-5.2. 2 этап	Способность математически обосновывать финансовые и управленческие решения с точки зрения их экономической эффективности.
-------	---	--------------------	---

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-7.3. Способность провести прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности.	Способность провести прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности с использованием цифрового маркетинга.	Проводит прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности с использованием цифрового маркетинга.
ДПК-5.2. Способность математически обосновывать финансовые и управленческие решения с точки зрения их экономической эффективности.	Способность проводить бизнес-планирование и стратегический анализ, используя инструменты цифрового маркетинга.	Проводит бизнес-планирование и стратегический анализ, используя инструменты цифрового маркетинга.

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 акцептно –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	
Проводит прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности с использованием цифрового маркетинга. Проводит бизнес-планирование и стратегический анализ, используя инструменты цифрового маркетинга.	Зачтено
Не проводит прогнозное моделирование динамики основных результативных показателей деятельности с использованием цифрового маркетинга. Не проводит бизнес-планирование и стратегический анализ, используя инструменты цифрового маркетинга.	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.

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 дискуссии (научным обсуждениям)

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.

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>

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. <https://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.