

**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 «17» сентября 2018 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/заочная**

(форма(ы) обучения)

**Год набора: 2019**

**Москва, 2018 г.**

**Автор–составитель:**

к.э.н., доцент Буханцева С.Н., доцент кафедры «Фондовые рынки и финансовый инжиниринг»

**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 .....	7
3.Содержание и структура дисциплины.....	8
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
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 информационно-консультационных и методических услуг (D) ТФ Разработка и реализация новых программ страхования (перестрахования) (D/02.7);	ПК-7.3. ДПК-5.2.	На уровне знаний: Риск-менеджмент
		На уровне умений: - Анализировать существующие страховые программы и страховые продукты;

<p>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)</p>	<p>ПК-7.3. ДПК-5.2.</p>	<p>На уровне знаний: Макроэкономика</p>
		<p>На уровне умений: Участвовать в подготовке и работе круглых столов, конференций, симпозиумов Готовить публикации для специализированных изданий</p>
<p>ПС «Специалист по микрофинансовым операциям»: ОТФ Управление микрофинансовыми операциями в организации (C) ТФ Методологическое сопровождение и стандартизация процессов микрофинансирования (C/01.7) ТФ Разработка и внедрение продуктов микрофинансирования (C/02.7); ТФ Создание и развитие организационной структуры по микрофинансовым операциям (C/03.7);</p>	<p>ПК-7.3. ДПК-5.2.</p>	<p>На уровне знаний: Основы стратегического менеджмента и маркетинга Основы теории организации и принятия решений</p>
		<p>На уровне умений: Осуществлять сбор и анализ информации</p>
		<p>На уровне навыков: Планирование системы менеджмента качества в организации</p>
<p>ПС «Специалист по кредитному брокериджу»: ОТФ Управление процессом предоставления услуг по кредитному брокериджу (C)</p>	<p>ПК-7.3. ДПК-5.2.</p>	<p>На уровне знаний: Основы стратегического менеджмента и маркетинга Основы бизнес-планирования и прогнозирования Содержание, основные элементы и принципы процесса оперативного планирования</p>

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);		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.

Для студентов очной и очно-заочной формы обучения на контактную работу с преподавателем выделено 16 часов из них 8 часов лекций и 8 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 56 часов.

Для студентов заочной формы обучения на контактную работу с преподавателем выделено 12 часов, из них 4 часа лекций и 8 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 58 часов.

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.03 «Цифровой маркетинг» изучается на 2 курсе, в 3 семестре студентами очной и на 2 курсе, в 4 семестре студентами очно-заочной форм обучения; студентами заочной формы обучения изучается на 3 курсе (поток 1) и на 2 курсе (поток 2).

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 <sup>**</sup> , промежу точной аттестации <sup>***</sup>
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	22	2		2		18	Дис
2.	Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	24	2		4		18	Дис
3.	Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	26	4		2		20	Дис
Промежуточная аттестация								За
Всего:		72	8		8		56	

#### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежу точной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
4.	Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	22	2		2		18	Дис
5.	Тема 2 Основные современные методы продвижения	24	2		4		18	Дис



	организации в Интернете							
6.	Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	26	4		2		20	Дис
Промежуточная аттестация								За
<b>Всего:</b>		<b>72</b>	<b>8</b>		<b>8</b>		<b>56</b>	

#### *Заочная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости <sup>**</sup> , промежуточной аттестации <sup>***</sup>
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1.	Тема 1 Маркетинговая деятельность организации в Интернете.	22	2		2		18	Дис
2.	Тема 2 Основные современные методы продвижения организации в Интернете	22	2		4		18	Дис
3.	Тема 3 Эффективность маркетинговой деятельности организации в Интернете	24			2		22	Дис
Промежуточная аттестация		2						За
Всего:		72	4		8		58	

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 контент-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	ДПК-5.2. 2 этап	Способность математически обосновывать финансовые и

	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.		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**

<b>Критерий оценивания</b>	
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](http://www.cbr.ru) (статистические данные Банка России)
2. [www.imf.org](http://www.imf.org) - International Monetary Fund Home Page
3. [www.bis.org](http://www.bis.org) - Basel III: international regulatory framework for banks
4. [www.ifrs.org](http://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](http://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. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека Elibrary.ru.
5. <https://new.znaniy.com> Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Znaniy.com».
6. <https://dlib.eastview.com> – Информационный сервис «East View».
7. <https://www.jstor.org> - Jstor. Полные тексты научных журналов и книг зарубежных издательств.
8. <https://elibrary.worldbank.org> - Электронная библиотека Всемирного Банка.
9. <https://link.springer.com> - Полнотекстовые политематические базы академических журналов и книг издательства Springer.
10. <https://ebookcentral.proquest.com> - Ebook Central. Полные тексты книг зарубежных научных издательств.
11. <https://www.oxfordhandbooks.com> - Доступ к полным текстам справочников Handbooks издательства Oxford по предметным областям: экономика и финансы, право, бизнес и управление.
12. <https://journals.sagepub.com> - Полнотекстовая база научных журналов академического издательства Sage.
13. Справочно-правовая система «Консультант».
14. Электронный периодический справочник «Гарант».

#### **Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний.**

Аудитории оснащены компьютером с выходом в интернет.