

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

---

**ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА  
Факультет Гостиничного и ресторанного бизнеса  
Кафедра Менеджмента в индустрии гостеприимства**

УТВЕРЖДЕНА  
решением кафедры Менеджмента  
в индустрии гостеприимства  
Протокол от « 17 » мая 2017 г.  
№ 9

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.4.2 БРЕНД-АУДИТ И ОЦЕНКА БРЕНДА**

---

направление подготовки  
38.04.02 – Менеджмент  
направленность (профиль) "Управление предпринимательской деятельностью в индустрии  
гостеприимства"

Квалификация  
Магистр

Форма обучения  
Очная

Год набора 2016

Москва, 2017 г.

**Авторы–составители:**

А.В. Муразанов

И.В. Гончарова, к.э.н., доцент

Заведующий кафедрой

Менеджмента в индустрии гостеприимства \_\_\_\_\_

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.4.2 «Бренд-аудит и оценка бренда» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.1.2	Способность к измерению стоимости бренда, в целях развития и укрепления конкурентных преимуществ компании

1.2.В результате освоения дисциплины Б1.В.ДВ.4.2 «Бренд-аудит и оценка бренда» у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПК-2.1.2	<p><b>на уровне знаний:</b> принципы формирования капитала торговой марки и брендинга; технологии создания ценностей для потребителей; возможности создания нематериальных активов компании с помощью управляемых факторов - брендинга, бренд-маркетинга; архитектура бренда</p> <p><b>на уровне умений:</b> методы позиционирования товаров/услуг; технологии формирования потребительских ценностей; применение принципов управления социальными стереотипами потребителей</p> <p><b>на уровне навыков:</b> построение карты позиционирования; позиционирование товара/услуги; исследование потребительских ценностей, стереотипов, планирование рекламных и PR-кампаний, разработка общего плана создания и продвижения нового бренда</p>

**2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы**

**Объем дисциплины**

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины, час.	
		Всего	Семестр 2
<i>Очная форма обучения</i>			
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:</b>		<b>32</b>	<b>32</b>
лекционного типа (Л)		6	6
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		16	16
практического (семинарского) типа (ПЗ)		10	10
<b>Самостоятельная работа обучающихся (СР)</b>		<b>76</b>	<b>76</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>форма</b>	<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Зачет с оценкой</i>
	<b>час.</b>		
<b>Общая трудоемкость (час. / з.е.)</b>		<b>108/3</b>	<b>108/3</b>

## Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.4.2 «Бренд-аудит и оценка бренда» изучается во 2 семестре очной формы обучения в соответствии с учебным планом, общая трудоемкость дисциплины – 3 зачетные единицы.

Освоение дисциплины опирается на теоретические знания в области теории современного менеджмента, маркетинга и PR-технологий.

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов с литературой. Основным видом учебных занятий по данной дисциплине являются практикумы лабораторного типа. Практические занятия проводятся в виде семинаров, практических работ, кейсов. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра.

### 3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Исследование бренда	26		4	4		18	ПЗ
Тема 2	Капитал бренда и имидж бренда	28	2	4	2		20	О, ДЗ,
Тема 3	Критерии оценки капитала бренда	26	2	4	2		18	ПЗ, Э, ДЗ
Тема 4	Факторы, влияющие на капитал бренда	28	2	4	2		20	К
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		108	6	16	10		76	

*Примечание:*

\* *Формы текущего контроля: опрос (О), эссе (Э), проект (П), коллоквиум (К), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), рубежный контроль (РК), практическое занятие (ПЗ).*

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. Исследование бренда.

Социальная информация для бренд-менеджмента. Методы изучения рыночной позиции бренда. Исследование рыночных предпочтений. Парадокс "слепого" тестирования. Что такое "правильное тестирование бренда". Оценка "одежды" бренда. Тестирование имени. Оценка эффективности маркетинговых программ.

#### Тема 2. Капитал бренда и имидж бренда.

Составляющие капитала бренда. Капитал бренда и его место в западной и азиатской концепции построения бренда. Капитал бренда в азиатской модели построения бренда. Капитал бренда в западной модели.

### **Тема 3. Критерии оценки капитала бренда.**

Концепция измерения стоимости бренда. Подходы к измерению капитала бренда. Метрики капитала бренда. Классификация метрик капитала бренда, их сравнительная оценка. Проблемы оценки финансовой стоимости бренда. Способы расчета стоимости бренда. Прямые и косвенные методы измерения капитала бренда. Измерение нематериальных составляющих рыночной стоимости. Разбиение прибыли. Измерение полезности бренда. Изучение ассоциаций с брендом, выявленных с помощью глубинного интервью; измерение полезности, воспринимаемого риска и качества торговой марки.

### **Тема 4. Факторы, влияющие на капитал бренда.**

Понятия «сильный бренд» и «ценный бренд». Оценка способности бренда создавать ценность для потребителей.

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

### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

#### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.4.2 «Бренд-аудит и оценка бренда» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

- при проведении занятий лекционного типа:  
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
- при проведении занятий семинарского типа:  
опрос, эссе, практические задания;
- при проведении промежуточной аттестации:  
ответ на вопросы билета.

#### **4.1.2. Зачет с оценкой проводится в виде устного опроса.**

### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

#### **Темы рефератов, докладов, коллоквиумов, эссе**

1. Специфика нетоварного брендинга.
2. Влияние потребителей на концепцию и развитие лидирующих брендов.
3. Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникации при создании новых брендов.
4. Онлайн-коммуникации бренда.
5. Признаки ослабления бренда.
6. История промышленного бренда (по выбору)
7. Роль брендинга в маркетинге.
8. Способы позиционирования бренда.
9. Специфика сегментирования рынка
10. Способы повышения лояльности к бренду
11. Управление капиталом бренда
12. Нефинансовые инструменты брендинга

13. Улучшение экономики бренда
14. Бренд и управление компанией на основе стоимости
15. Методы оценки стоимости бренда
16. Позиции формирования капитала бренда

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-2.1.2	Способность к измерению стоимости бренда, формированию сильного бренда в целях развития и укрепления конкурентных преимуществ компании

##### **4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
<b>ПК-2.1.2</b>	исследование совокупности характеристик продукции в образе бренда; диагностика воспринимаемой и поддерживаемой связи между потребителем и брендом; изучение основополагающих принципов формирования образа бренда и его отношений с потребителем	Анализирует концепции позиционирования бренда; знает существующие подходы к измерению капитала бренда; классифицирует подходы к оценке на основании различных метрик капитала бренда. Проводит сравнительную оценку различных подходов к измерению капитала бренда; способен дать рекомендации по их использованию

##### **4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

###### **Вопросы промежуточной аттестации**

1. Методы изучения рыночной позиции бренда.
2. Исследование рыночных предпочтений.
3. Парадокс "слепого" тестирования.
4. Что такое "правильное тестирование бренда".
5. Оценка "одежды" бренда.

6. Тестирование имени.
7. Оценка эффективности маркетинговых программ.
8. Составляющие капитала бренда.
9. Капитал бренда и его место в западной и азиатской концепции построения бренда.
10. Капитал бренда в азиатской модели построения бренда.
11. Капитал бренда в западной модели.
12. Концепция измерения стоимости бренда.
13. Подходы к измерению капитала бренда.
14. Метрики капитала бренда.
15. Классификация метрик капитала бренда, их сравнительная оценка.
16. Проблемы оценки финансовой стоимости бренда.
17. Способы расчета стоимости бренда.
18. Прямые и косвенные методы измерения капитала бренда.
19. Измерение нематериальных составляющих рыночной стоимости.
20. Разбиение прибыли.
21. Измерение полезности бренда.
22. Изучение ассоциаций с брендом, выявленных с помощью глубинного интервью; измерение полезности, воспринимаемого риска и качества торговой марки.
23. Понятия «сильный бренд» и «ценный бренд».
24. Оценка способности бренда создавать ценность для потребителей.

#### **Шкала оценивания.**

<b>Баллы</b> (рейтинговой оценки), %	<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
100-91	5, «отлично»/ «зачтено»	<p>– Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
90-61	4, «хорошо»/ «зачтено»	<p>– Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>



60-41	3, «удовлетворительно» / «зачтено»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно» / «незачтено»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>

#### **4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы: 1) задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (доклад, ролевая игра); 2) задания, которые дополняют теоретические вопросы промежуточной аттестации (практические задания, кейс). Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до начала аттестации. Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения. В случае невыполнения доклада, студенту необходимо принести письменный текст сообщения на промежуточную аттестацию. В таком случае в ходе аттестации ему могут быть заданы вопросы по теме доклада. Промежуточная аттестация по дисциплине (зачет с оценкой) включает следующие формы контроля: 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание. На подготовку дается 30 минут.

#### **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в письменной и устной формах.

Практические занятия дисциплины «Бренд-аудит и оценка бренда» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к промежуточной аттестации. К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для экзамена.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучающиеся обязаны посещать все предусмотренные учебным планом занятия и присутствовать на всех мероприятиях текущего контроля успеваемости, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента.

Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки на экзамене может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад так же может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура аттестации может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы к промежуточной аттестации и практическое задание выбираются самим преподавателем.

## **6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1. Основная литература**

1. Дэн Кеннеди Жесткий бренд-билдинг [Электронный ресурс] : выжмите из клиента дополнительную маржу / Кеннеди Дэн, Уолтер Форрест, Кевэл Джим. — Электрон.

текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 292 с. — 978-5-9614-4840-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42083.html>

2. Изадор Шарп Философия гостеприимства Four Seasons: Качество, сервис, культура и бренд [Электронный ресурс] : качество, сервис, культура и бренд / Шарп Изадор, Филлипс Алан. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 368 с. — 978-5-9614-4978-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41487.html>

#### 6.2. Дополнительная литература

1. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации. М.: Юрайт, 2015.
2. Домнин В. Н.. Брендинг. М.: Юрайт. 2016
3. Лесли де Чернатони Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / деЧернатони Лесли, МакДональд Малькольм. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — 5-238-00894-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71210.html>
4. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 324 с. — 978-5-394-00792-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5249.htm>

#### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Годин А.М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.М. Годин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 184 с. — 978-5-394-02629-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60692.html>
2. Зотов В.В. Бренд-решения [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.В. Зотов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2011. — 80 с. — 978-5-374-00466-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10626.html>

#### 6.4. Интернет-ресурсы

1. [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com)
2. [www.brandfinance.com](http://www.brandfinance.com)
3. Журнал «Эксперт», <http://www.expert.ru>
4. Журнал «Секрет фирмы», <http://www.sf-online.ru>
5. Журнал «Top-Manager», <http://www.top-manager.ru>
6. Журнал «Директор-Инфо», <http://www.director-info.ru>
7. E-xecutive – сообщество эффективных менеджеров, <http://e-xecutive.ru>
8. ITeam.Ru – технологии корпоративного управления, <http://www.iteam.ru>
9. AUP.Ru Административно-Управленческий Портал, <http://www.aup.ru>
10. Журнал «Реальный бизнес», <http://www.real-business.ru>

#### 6.6. Иные источники

1. [www.nlr.ru](http://www.nlr.ru) / - Российская национальная библиотека
2. <http://нэб.рф/> - Национальная электронная библиотека
3. [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) / - Российская государственная библиотека

## **7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg

EBSCO Publishing

eLIBRARY.RU

Emerging Markets Information Service

Google Scholar (Google Академия)

IMF eLibrary

JSTOR

New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.

OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online

Polpred.com Обзор СМИ

Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;

SCOPUS  
Web of Science  
Wiley Online Library  
World Bank Elibrary  
Архивы научных журналов NEICON  
Интернет-сервис «Антиплагиат»  
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»  
ЭБС Издательства "Лань"  
ЭБС Юрайт  
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»