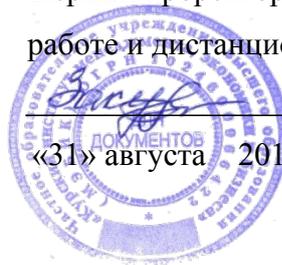


Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной  
работе и дистанционному обучению

 В.В. Закурдаева  
«31» августа 2019 г.



### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.10 «Бизнес-планирование и маркетинговые исследования»

(ОФО, ЗФО)

Направление подготовки

38.04.01 Экономика, Профиль "Экономика фирмы и отраслевых рынков"

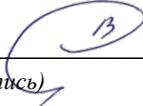
**Курс 2019**

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 № 321.

Разработчик:

Ильинова О. В.   
(занимаемая должность) (ФИО) (подпись)

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры экономики  
Протокол № 1 от «30» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент Окороков В.М.   
(ученая степень, звание, Ф.И.О.) (подпись)

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины:**

### **Цель:**

формирование у слушателей системы теоретических знаний и практических навыков по проблемам управления и изучения особенностей продвижения товаров и услуг

### **Задачи:**

Усвоение основных понятий менеджмента

Усвоение основных понятий маркетинга

Получение представлений о бюджетировании, оптимальном контроле и стимулирующих контрактах

Построение кривой спроса на основе эконометрических методов

Умение выбирать и применять оптимальную маркетинговую стратегию

## **2. Место дисциплины в структуре программы**

Дисциплина Б1.В.10 «Бизнес-планирование и маркетинговые исследования» входит в блок Б1 «Вариативная часть» учебного плана.

Перед дисциплиной Бизнес-планирование и маркетинговые исследования изучаются следующие дисциплины:

- Микроэкономика (продвинутый уровень)
- Экономика фирмы

Знания, полученные после изучения данной дисциплины необходимы для успешного прохождения всех последующих экономических дисциплин, выполнения практик и написания итоговой выпускной квалификационной работы.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

### **Знать:**

Основные понятия менеджмента

Основные понятие маркетинга

Бюджетирование, оптимальный контроль и стимулирующие контракты

### **Уметь:**

Применять концепции альтернативной стоимости и идеи маржинализма к управленческим и маркетинговым проблемам

Строить кривую спроса на основе эконометрических методов

Уметь выбирать и применять оптимальную маркетинговую стратегию

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

**обобщенную трудовую функцию:** деятельность по планированию и прогнозированию экономического развития систем и подсистем.

**трудовые функции:** подготовка методических и справочных материалов по вопросам организации эффективной деятельности фирмы и отраслевых рынков

**трудовые действия:** экономический анализ, экономическое планирование, нахождение экономического равновесия на федеральных, региональных и муниципальных рынках

## **Общепрофессиональные, профессиональные компетенции:**

### 3.3. Компетенции

ОК - Общекультурные компетенции

Код	Наименование компетенции
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ПК - Профессиональные компетенции

Код	Наименование компетенции
ПК-12	способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
Контактная работа (всего)	20,3	20,3
В том числе:		
Лекции	4	4
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)		
Контактная работа на промежуточной аттестации	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего)	48,0	48,0
Контроль	3,7	3,7
<b>ИТОГО (часов):</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>ИТОГО (ЗЕТ)</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Форма обучения Заочная

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		1
Контактная работа (всего)	8.3	8.3
В том числе:		
Лекционные занятия	2	2
Практические занятия	6	6
Контактная работа на аттестацию	0.3	0.3
Самостоятельная работа	60	60
Часы на контроль	3.7	3.7
<b>ИТОГО:</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Ктт	Контроль
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Понятия и идеи «Менеджмента&amp;Маркетинга»</b>	1	3	13		
1.1	Основные понятия и идеи менеджмента	1	1	4		
1.2	Базовые понятия и идеи менеджмента		1	4		
1.3	Управленческие и маркетинговые идеи для сетевой и цифровой экономики		1	5		
<b>2</b>	<b>Раздел 2. «Менеджмент&amp;Маркетинг» как экономическая дисциплина</b>	1	3	13		
2.1	Пирамида Маслоу и ее критика	1	1	4		
2.2	SWON-анализ. Матрица БКГ		1	4		
2.3	Слияния и поглощения		1	5		
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Менеджмент: оптимальный контроль, стимулирование, бюджетирование, финансовый рычаг</b>	1	3	13		
3.1	Психологический и кибернетический подходы к менеджменту. Бюджетирование	1	1	4		
3.2	Организация контроля. Оптимальное количество контролеров		1	4		
3.3	Финансовый рычаг		1	5		
<b>4</b>	<b>Раздел 4. Маркетинг. Построение кривой спроса на основе временных рядов</b>	1	3	13		
4.1	Анализ и редукция исходных факторов, влияющих на объем спроса	1	1	4		
4.2	Проблемы расчета отраслевого индекса цен.		1	4		
4.3	Построение функции спроса на базе временного ряда.		1	5		
<b>5</b>	<b>Раздел 5. Маркетинговые стратегии</b>		4			
5.1	Политика «снятия сливок».		2			
5.2	Выбор количества рынков сбыта.		1			
5.3	Проблема выбора места производства и места сбыта		1			
	<b>Итого</b>	4	16	51,7	0,3	0

## Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Ктт	Контроль
<b>1</b>	<b>Раздел 1. Понятия и идеи «Менеджмента&amp;Маркетинга»</b>	1	2	15		
1.1	Основные понятия и идеи менеджмента	1	1	5		
1.2	Базовые понятия и идеи менеджмента		1	5		
1.3	Управленческие и маркетинговые идеи для сетевой и цифровой экономики			5		
<b>2</b>	<b>Раздел 2. «Менеджмент&amp;Маркетинг» как экономическая дисциплина</b>	1	2	15		
2.1	Пирамида Маслоу и ее критика	1	1	5		
2.2	SWON-анализ. Матрица БКГ		1	5		
2.3	Слияния и поглощения			5		
<b>3</b>	<b>Раздел 3. Менеджмент: оптимальный контроль, стимулирование, бюджетирование, финансовый рычаг</b>		2	15		
3.1	Психологический и кибернетический подходы к менеджменту. Бюджетирование		1	5		
3.2	Организация контроля. Оптимальное количество контролеров		1	5		
3.3	Финансовый рычаг			5		
<b>4</b>	<b>Раздел 4. Маркетинг. Построение кривой спроса на основе временных рядов</b>		2	15		
4.1	Анализ и редукция исходных факторов, влияющих на объем спроса		1	5		
4.2	Проблемы расчета отраслевого индекса цен.		1	5		
4.3	Построение функции спроса на базе временного ряда.			5		
<b>5</b>	<b>Раздел 5. Маркетинговые стратегии</b>					
5.1	Политика «снятия сливок».					
5.2	Выбор количества рынков сбыта.					
5.3	Проблема выбора места производства и места сбыта					
	<b>Итого</b>	2	6	60,0	0,3	3,7

## 5.2. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	<b>Раздел 1. Понятия и идеи «Менеджмента&amp;Маркетинга»</b>	4P , ABC-анализ , B2B , B2C , CEO , PEST-анализ , SEO , SMART-анализ , Административный метод управления , Активные продажи , Альтернативная стоимость , Английский аукцион , Аутсорсинг , Аутстаффинг , Бенчмаркинг , Бонус , Бюджет продаж , Вертикальная интеграция , Власть , Воронка продаж , Голландский аукцион , Гудвилл , Делегирование , Демпинг , Дерево решений , Дисконтирование , Достоверное обязательство , Дуополия , Жизненный цикл , Естественная монополия , Зонтичный бренд , Закон Парето , Запасы , Звено управления , Иерархия , Издержки , Индекс , Индекс Ласпейреса , Индекс Пааше , Индекс Лернера, Индекс Херфиндаля , Информация , Итерация , Кампания , Канал сбыта , Картель , Квота , Кейс-метод , Кластер , Комплементы , Конгломерация , Контент-анализ , Контроллинг , Корпоративная культура , Лидеры мнений , Логистика , Маркетинг , Медиа-план , Менеджмент , Метод Дельфи , Мерчандайзинг , Монополия , Мотивация , Общественное благо , Обучение, Олигополия, Парадигма , Пирамида Маслоу , Поток , Прибыль , Проект , Разделение труда , Реклама , Рекрутмент , Рента , Ритейлер , Риск , Себестоимость , Сегментирование , Скрытые действия , «Снятие сливок» , Совершенная дискриминация , Специализация , Стратегия , Субституты , Сэмплинг , Товарный знак , Управление персоналом , Управление ,Фандрайзинг , Форсайт , Франчайзинг , Франшиза , Ценовая война , Ценовая дискриминация , Экономика , Экономическая политика , Эффективность
2	<b>Раздел 2. «Менеджмент&amp;Маркетинг» как экономическая дисциплина</b>	Концепции менеджмента. Пирамида Маслоу и квазилинейные предпочтения. Матрица БКГ. Концепция жизненного цикла фирмы и продукта. SWOT-анализ. Анализ мнений vs. анализ фактов. Астрология как пример шарлатанства. Слияния и поглощения. Эффект масштаба, эффект разнообразия и экономия на обучении. Являются ли экономика, менеджмента, маркетинг научными дисциплинами?
3	<b>Раздел 3. Менеджмент: оптимальный контроль, стимулирование, бюджетирование, финансовый рычаг</b>	Концепция менеджмента с позиций модели кругооборота доходов. Психологический и кибернетический подходы к менеджменту. Оптимальное количество контролеров. Организационная расслабленность. Менеджмент: подход с позиции теории игр. Эффект липучки. Проблема стимулирования в менеджменте. Финансовый рычаг
4	<b>Раздел 4. Маркетинг. Построение</b>	Анализ и редукция исходных факторов, влияющих

	<b>кривой спроса на основе временных рядов</b>	на объем спроса. Проблемы расчета отраслевого индекса цен. Расчет приведенного объема спроса с устранением фактора изменения доходов. Построение функции спроса на базе временного ряда. Построение модели и расчет функции спроса в Excel.
5	<b>Раздел 5. Маркетинговые стратегии</b>	Политика «снятия сливок». Выбор количества рынков сбыта. Проблема выбора места производства и места сбыта. Выбор номенклатуры продаваемой продукции. Сговор и его нарушение. Экономика как профессия. Проблема перевода системы от патологии к норме. Критерии эффективности. Научный анализ. Роль статистических данных. Эксперимент. Фальсификация vs. верификация. Анализ временных и пространственных рядов. Построение модели: экзогенные и эндогенные переменные. Аддукция. Экономические прогнозы. Конкуренция экономические моделей. Принцип ceterisparibus. Эконометрика и проблема выявления причинно-следственных связей

## 6. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины

Наименование раздела дисциплины	Формируемые компетенции	
Раздел 1. Понятия и идеи «Менеджмента&Маркетинга»	ОК-2	ПК-12
Раздел 2. «Менеджмент&Маркетинг» как экономическая дисциплина	ОК-2	ПК-12
Раздел 3. Менеджмент: оптимальный контроль, стимулирование, бюджетирование, финансовый рычаг	ОК-2	ПК-12
Раздел 4. Маркетинг. Построение кривой спроса на основе временных рядов	ОК-2	ПК-12
Раздел 5. Маркетинговые стратегии	ОК-2	ПК-12

## 7. Методические рекомендации преподавателям по дисциплине<sup>1</sup>

Аудиторная работа проводится в виде традиционных лекционно-практических занятий.

Слушателям предлагаются следующие видео-лекции по дисциплине:

### Тема 2. «Менеджмент&Маркетинг» как экономическая дисциплина

M&M-2-1. Концепции менеджмента. Пирамида Маслоу и квазилинейные предпочтения

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 111)

M&M-2-2. Матрица БКГ. Концепция жизненного цикла фирмы и продукта

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 112)

M&M-2-3. SWOT-анализ. Анализ мнений vs. анализ фактов

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 112)

<sup>1</sup>описываются образовательные технологии

М&М-2-4. Астрология как пример шарлатанства

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 113)

М&М-2-5. Слияния и поглощения. Эффект масштаба, эффект разнообразия и экономия на обучении

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 114)

М&М-2-6. Являются ли экономика, менеджмента, маркетинг научными дисциплинами?

(Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 115)

### **Тема 3. Менеджмент: оптимальный контроль, стимулирование, бюджетирование, финансовый рычаг**

М&М-3-1. Концепция менеджмента с позиций модели кругооборота доходов

М&М-3-2. Психологический и кибернетический подходы к менеджменту (М-М-3-2 и М-М-3-5 с 0.57 до 7.34)

М&М-3-3. Оптимальное количество контролеров. Организационная расслабленность. (М-М-3-2 и М-М-3-5 с 7.34 – 22.15)

М&М-3-4. Менеджмент: подход с позиции теории игр. Эффект липучки. (М-М-3-2 и М-М-3-5 с 22.15 – до 43. 25.)

М&М-3-5. Проблема стимулирования в менеджменте (М-М-3-2 и М-М-3-5 от 43.25 и до конца.)

М&М-3-6. Финансовый рычаг

### **Тема 4. Маркетинг. Построение кривой спроса на основе временных рядов**

М&М-4-1. Анализ и редукция исходных факторов, влияющих на объем спроса

М&М-4-2. Проблемы учета отраслевого индекса цен

М&М-4-3. Расчет приведенного объема спроса с устранением фактора изменения доходов

М&М-4-4. Построение функции спроса на базе временного ряда.

М&М-4-5. Построение модели и расчет функции спроса в Excel.

### **5. Маркетинговые стратегии**

М&М-5-1. Политика «снятия сливок». Разбор задачи

М&М-5-2. Выбор количества рынков сбыта. Разбор задачи

М&М-5-3. Экономика как профессия. Проблема перевода системы от патологии к норме. Критерии эффективности (Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 107)

М&М-5-4. Научный анализ. Шарлатаны и чудачки. Роль статистических данных. Эксперимент. Фальсификация vs. верификация (Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 108)

М&М-5-5. Априористы и эмпиристы. Озарение. Анализ временных и пространственных рядов. Построение модели: экзогенные и эндогенные переменные. Аддукция (Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 109)

М&М-5-6. Экономические прогнозы. Конкуренция экономических моделей. Принцип ceterisparibus. Эконометрика и проблема выявления причинно-следственных связей (Микроэкономика для бизнес-администрирования, Лекция 110)

В качестве дополнительных методических материалов предлагаются видео-лекции с разбором отдельных задач по курсу в объеме не менее 50% от общего набора заданий в фонде оценочных средств.

В качестве дополнительного материала предоставляется «Алгоритм изучения дисциплины», в котором разбираются типовые проблемные вопросы и задания.

Предоставляются базовые учебные пособия, необходимые для изучения дисциплины.

#### **8. Методические рекомендации для преподавателей по проведению текущего контроля успеваемости/промежуточной аттестации по дисциплине<sup>2</sup>**

Текущий контроль успеваемости обучающихся проводится по каждому разделу учебной дисциплины и включает контроль знаний на аудиторных и внеаудиторных занятиях в ходе выполнения самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи **зачета**

Зачет сдается согласно расписанию и служит формой проверки учебных достижений обучающихся по всей программе учебной дисциплины и преследуют цель оценить учебные достижения за академический период. Обучающийся может быть допущен к сдаче промежуточной аттестации в случае успешного прохождения заданий из фонда оценочных материалов

#### **Вопросы к зачету**

1. Концепции менеджмента.
2. Пирамида Маслоу и квазилинейные предпочтения.
3. Матрица БКГ.
4. Концепция жизненного цикла фирмы и продукта.
5. SWOT-анализ.
6. Анализ мнений vs. анализ фактов. Роль социологии в менеджменте и маркетинге
7. Слияния и поглощения.
8. Эффект масштаба
9. Эффект разнообразия
10. Экономия на обучении.
11. Менеджмент как научная дисциплина
12. Маркетинг как научная дисциплина
13. Концепция менеджмента с позиций модели кругооборота доходов.
14. Психологический подход к менеджменту.
15. Кибернетический подход к менеджменту.
16. Оптимальное количество контролеров.
17. Организационная расслабленность.
18. Менеджмент: подход с позиции теории игр.
19. Менеджмент как разновидность кооперативной игры
20. Эффект липучки.
21. Проблема стимулирования в менеджменте.
22. Финансовый рычаг
23. Анализ и редукция исходных факторов, влияющих на объем спроса.
24. Проблемы расчета отраслевого индекса цен.

---

<sup>2</sup>описывается технология проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

25. Расчет приведенного объема спроса с устранением фактора изменения доходов.
26. Построение функции спроса на базе временного ряда.
27. Построение модели и расчет функции спроса в Excel.
28. Политика «снятия сливок».
29. Выбор количества рынков сбыта.
30. Проблема выбора места производства и места сбыта
31. Выбор номенклатуры продаваемой продукции.
32. Сговор и его нарушение
33. Менеджмент как профессия. Проблема перевода системы от патологии к норме.
34. Критерии эффективности. Научный анализ. Роль статистических данных в менеджменте и маркетинге.
35. Эксперимент. Фальсификация vs. верификация.
36. Анализ временных и пространственных рядов.
37. Построение модели: экзогенные и эндогенные переменные. Аддукция.
38. Экономические прогнозы. Прогнозы в менеджменте и маркетинге
39. Конкуренция маркетинговых и управленческих моделей. Принцип *ceteris paribus*.
40. Эконометрика и проблема выявления причинно-следственных связей в менеджменте и маркетинге

**9. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины, в том числе для самостоятельной работы обучающихся**

**9.1. Работа над понятиями**

1. Знать термин.
2. Выделить главное в понятии.
3. Выучить определение.
4. Уметь использовать понятие в различных формах ответа.

**9.2. Запись лекции**

1. Настроиться на запись лекции (состояние внутренней готовности, установка).
2. Соблюдать единый орфографический режим:
  - а) записать дату, тему, план, рекомендованную литературу;
  - б) вести запись с полями;
  - в) выделять главное, существенное (подчеркивая, абзацы, цвет, пометки на полях и т.д.).
3. Запись вести сжато, но без искажения содержания.
4. Выделять основные понятия, определения, схемы, факты, сведения, статистические данные.

**9.3. Работа с источником информации:**

1. Познакомиться в целом с содержанием источника информации:
  - а) чтение аннотации источника;
  - б) чтение вступительной статьи;
  - в) просматривание оглавления;
  - г) чтение источника с выделением основных проблем и выводов;
  - д) работа со словарем с целью выяснения значений понятий.
2. Составить план темы:
  - а) выделить логически законченные части;
  - б) выделить в них главное, существенное;

- в) сформулировать вопросы или пункты плана;
- г) ставить вопросы по прочитанному.

#### **9.4. Конспектирование:**

1. Определить цель конспектирования.
2. Составить план.
3. Законспектировать источник:
  - а) указать автора статьи, ее название, место и год написания, страницы;
  - б) составить конспект по следующим формам (по указанию преподавателя или выбору студента): 1. Цитатный план. 2. Тезисный план.

#### **9.5. Решение задач**

1. Внимательно прочитать условие задачи
2. Сделать графическую иллюстрацию
3. Решить задачу в общем виде
4. Решить задачу в программе «Excel»

### **10. Перечень информационных технологий**

<b>При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующее:</b>	
<b>Оборудование:</b>	<b>Проектор; Интерактивная доска; Ноутбук; Экран на треноге; ПК; Колонки.</b>
<b>Программное обеспечение и информационно справочные системы:</b>	ЭБС Znanium; Консультант плюс; WindowsXPProfessionalSP3; Windows 7; MicrosoftOffice 2007; MicrosoftOffice 2010; АнтивирусDoctorWeb; Gimp 2; CorelDrawGraphicsSuiteX4; 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях

### **11. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:**

а) основная литература<sup>3</sup>

1. Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.:Проспект, 2016. - 512 с.1. Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.:Проспект, 2016. - 512 с.//ЭБС <http://znanium.com/catalog>
  2. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ.ред. И.М.Синяевой - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.//ЭБС <http://znanium.com/catalog>
  3. Силенко А.Н. Менеджмент (продвинутый уровень): Электронная публикация / Силенко А.Н. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 82 с.//ЭБС <http://znanium.com/catalog>
- Статьи Н.Д. Кликунова

<sup>3</sup>библиографический список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1 и ГОСТ 7.80

Статьи можно найти и скачать по адресу: [https://yadi.sk/i/bb\\_F2rX63QxtwF](https://yadi.sk/i/bb_F2rX63QxtwF)

1. Кликунов Н.Д. Проблемы оценки эффективности разработки и принятия управленческого решения в системе государственного и муниципального управления. // Инновации в системе государственного и муниципального управления: Сборник научных статей / Под ред. В.Д. Нечаева. – Курск: изд-во Курск.гос.пед.ун-та, 2001. – С. 105-113
  2. Кликунов Н.Д. Типизация проблем, возникающих при создании и реализации социальных проектов// «Наука и практика регионов» № 2(3) 2016, С. 38-44 // <http://meb-journal.wix.com/mebik> (ISSN 9999-0872)
- б) дополнительная литература
1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е издание. — СПб.: Питер, 2015. — 800 С.
  2. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2014. - 356 с.
  3. Филатов А.Ю. Математическая экономика в задачах: учебн. пособие /
  4. Филатов А.Ю. – Иркутск: Изд-во Иркут.гос. ун-та. – 2013. – 123 с.
  5. Кликунов Н.Д. Экономические законы и ... псевдозаконы // Научные записки МЭБИК, 2010
  6. Кликунов Н.Д. К вопросу об оптимальном контроле персонала// «Наука и практика регионов» № 3(4) 2016, С. 4-6 // <http://meb-journal.wix.com/mebik> (ISSN 9999-0872)
  7. Кликунов Н.Д. Об особенностях преподавания менеджмента в Лондонской школе экономики. Тезисы доклада на итоговом совещании УМО // Развитие образования в области менеджмента. Вестник Государственного университета управления. № 1(5), 2005. - 24-25
- в) Интернет-ресурсы:
1. ЭБС <http://znanium.com>
  2. E-learning курс "Микроэкономика для бизнес-администрирования: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3516/758/info>
  3. E-learning курс "Микроэкономика для государственного администрирования: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3495/737/info>
  4. E-learning курс "Макроэкономика": <http://www.intuit.ru/studies/courses/3503/745/info>
  5. E-learning курс "История экономических учений": <http://www.intuit.ru/studies/courses/3550/792/info>

## 12. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа.  Кабинеты, оснащенные	№ 001, № 002, № 215, № 309, № 406	Средства звуковоспроизведения с мультимедийными комплексами для презентаций, интерактивная доска.  Ноутбук, комплект мультимедиа, экран, техническое и программное обеспечение, подключение к Internet, доска фломастерная, флип-чат.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	№ аудитории	Перечень оборудования и технических средств обучения
мультимедийным оборудованием		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа/практических занятий.</p> <p>Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций.</p> <p>Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p>	<p>№ 206, № 200, № 202, № 107, № 110, № 207</p>	<p>Учебные рабочие места</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Компьютер Cel 3 ГГц, 512Мб, 120Гб, FDD,</li> <li>• Компьютер Intel Pentium Dual CPU 1,8 ГГц, 2048 Мб</li> <li>• Компьютер Intel Core i3 CPU 3,4 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Компьютер Intel Core i5 CPU 3,2 ГГц, 4 Гб</li> <li>• Лицензионное программное обеспечение -Windows XP Professional SP3, Windows 7</li> <li>• MicrosoftOffice 2007, 2010</li> <li>• 1С Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях</li> <li>• Антивирус DoctorWeb</li> <li>• Консультант Плюс</li> <li>• CorelDrawGraphicsSuite X4</li> <li>• AdobeConnect 9 (вебинар)</li> </ul>
Помещение для самостоятельной работы	№ 102	<p>столы компьютерные 13 шт., столы с дополнительным расширением для инвалидов и лиц с ОВЗ 2 шт., стулья 6 шт., компьютеры benq 17" lcd/cel 3мгц /512 mb/80 gb9 шт. доска фломастерная 2-х сторонняя передвижная 1 шт., сплит-система LG1 шт., жалюзи (пластик) 4 шт., кресло 9 шт., огнетушитель 1 шт.</p>
Библиотека	№ 004	Каталожная система библиотеки – для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы
Читальный зал библиотеки	№ 003	Рабочие места с ПК – для обучения работе с индексирующими поисковыми системами в Internet
Аудитория для хранения учебного оборудования	№ 111	