

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.01.01  
(индекс дисциплины)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Технология развития бизнеса 1

(наименование дисциплины)

по направлению  
38.03.01 Экономика

профиль  
Финансовый контроль и экономическая безопасность организаций

Форма обучения: очно-заочная

Общая трудоемкость: 4 ЗЕТ

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр	1	Итого
Форма контроля	экзамен	
Вид занятий		
Лекции	6	6
Лабораторные		
Практические		
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	6,35	6,35
Самостоятельная работа	102	102
Контроль	35,65	35,65
<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>144</b>

Рабочую программу составил(и):

доцент, к.э.н. Данилова С.Ю.

---

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

---

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☐

Отсутствует

☐

Рецензент

---

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана специальности 38.03.01 Экономика

**Срок действия рабочей программы дисциплины до «31» августа 2031 г.**

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления

---

(протокол заседания № 1 от «28» августа 2025 г.).

### 1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов базовые знания по предмету, способствовать изучению основных понятий, подходов к управлению и развитию персонала, кадровому учету и обеспечению кадровой безопасности.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: на знаниях

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Инвестиционный анализ, Комплекс маркетинга, Менеджмент в предпринимательской экосистеме, Преддипломная практика.

### 3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-1 Способен подготовить задания на проведение контрольных мероприятий по внутреннему контролю, по формированию информационной базы, отражающей работу объекта внутреннего контроля, и по ее анализу	ПК-1.3- Способен формировать информацию отражающая работу отдела внутреннего контроля, методы анализа деятельности отдела внутреннего контроля	Знать: порядок формирования информации, которая отражает работу отдела внутреннего контроля
		Уметь: собирать информацию, которая отражает работу отдела внутреннего контроля
		Владеть: навыками применения методов анализа деятельности, отдела внутреннего контроля

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1. Технологии развития и управления персоналом в организации	Лек 1	Бухгалтерский учет	1	2		-	
	Ср	Самостоятельная работа	1	20			
	Лек 2	Кадровая безопасность (HR)	1	2		-	
	Ср	Самостоятельная работа	1	20			
	Лек 3	Маркетинг	1		15		Промежуточный тест
	Ср	Самостоятельная работа	1	20			
	Лек 4	Диджитал маркетинг	1	2			
	Ср	Самостоятельная работа	1	20			
	Лек 5	Коммерческий отдел	1				
	Ср	Самостоятельная работа	1	22			
Промежуточная аттестация	ПА		1	0,35	-	-	-

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Практические задания	ПЗ		1		55		
Контроль	К	Экзамен	1	35,65	30		Итоговое тестирование
Итого:				144	100		

## 5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используется технология дистанционного обучения.

## 6. Методические указания по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написания конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио – и видеозаписей по заданной теме, решение, кейс-задач и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	ПК-1	<i>Тестовые задания № Вопросы к зачету №1-15 Практические задания</i>

**7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля**

<b>Задание №1</b>		
Что такое контекстная реклама?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	Вид интернет-рекламы, при котором на веб-странице показываются случайные объявления.
)	+	Вид интернет-рекламы, при котором объявление соответствует содержанию веб-страницы, на которой оно размещено.
)	-	Тип интернет-рекламы, которая появляется только на страницах результатов поисковых систем.
)	-	Тип интернет-рекламы, который требует от пользователя нажатия кнопки для просмотра рекламы.

<b>Задание №2</b>		
В чем заключается основное преимущество использования ключевых слов в контекстной рекламе?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	Это увеличивает стоимость рекламы.
)	-	Это позволяет размещать рекламу на любой веб-странице.
)	-	Это помогает рекламе появляться на страницах результатов поисковых систем.
)	+	Это помогает рекламе появляться на первой странице результатов поиска по определенным запросам.

<b>Задание №3</b>		
Как определяется стоимость контекстной рекламы?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	По количеству показов объявления на веб-странице.
)	-	По количеству кликов по объявлению.
)	+	Она определяется аукционной системой.

)	-	Это фиксированная плата за определенный период времени.
---	---	---

#### Задание №4

Каковы некоторые преимущества контекстной рекламы?

Выберите один из 4 вариантов ответа:

)	-	Высокая стоимость
)	-	Медленное время отклика
)	+	Целевое привлечение аудитории
)	-	Работает только в поисковых системах

#### Задание №5

Что из нижеперечисленного не является преимуществом контекстной рекламы?

Выберите один из 4 вариантов ответа:

)	-	Географический таргетинг
)	-	Планирование низкого бюджета
)	+	Сложное управление
)	-	Возможность быстро адаптироваться к изменениям на рынке

#### Задание №6

В чем преимущество контекстной рекламы перед медийной?

Выберите один из 4 вариантов ответа:

)	+	Более низкий риск неудачи
)	-	Более низкая стоимость клика
)	-	Более эффективна в привлечении новых клиентов
)	-	Требует меньше планирования

#### Задание №7



На кого ориентирована контекстная реклама?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	На людей, которые никогда не совершали покупок в Интернете
)	+	На людей, которые близки к совершению покупки
)	-	На людей, которые никогда раньше не слышали о компании
)	-	На людей, которые не заинтересованы в покупке чего-либо.

Задание №8		
Что является одним из недостатков контекстной рекламы?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	Она может быть использована на любом сайте
)	-	Она слишком дорога для малого бизнеса
)	-	Она работает только в определенные часы
)	+	Она может размещать объявления конкурентов рядом друг с другом.

Задание №9		
Почему некоторые люди не доверяют контекстной рекламе?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	+	Она часто используется в мошеннических целях
)	-	Она неэффективна для создания продаж
)	-	Она слишком дорога для большинства людей
)	-	Она показывается только на низкокачественных сайтах.

Задание №10		
В чем заключается основное преимущество контекстной рекламы?		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
)	-	Она более экономически эффективна, чем другие виды рекламы
)	-	Она может быть использована на любом сайте

)	-	Она эффективнее других видов рекламы в плане увеличения продаж
)	+	Она позволяет предприятиям быстро увидеть отдачу от своих рекламных усилий.

#### **Процедура оценивания:**

1. Проверить соответствие работы выданному заданию.
2. Оценить правильность выполнения задания и выводы по работе.
3. Проверить правильность оформления работы.
4. Выставить результаты оценки

#### **Критерии оценки:**

- «отлично» от 85% до 100% верных ответов
- «хорошо» от 75% до 84% верных ответов
- «удовлетворительно» от 55% до 74% верных ответов
- «неудовлетворительно» менее 54 % верных ответов

### **7.2.1. Практическое задание**

#### **Практическое задание 1**

##### **Лекция 1. Роль маркетинговых исследований в развитии бизнеса.**

Напишите эссе на одну из представленных ниже тем.

- 1) Как маркетинговые исследования могут помочь в формировании долгосрочной стратегии развития бизнеса?
- 2) В каких ситуациях экономисту могут потребоваться данные маркетингового исследования?
- 3) В каких ситуациях предпринимателю могут потребоваться данные маркетингового исследования?
- 4) Можно ли принимать управленческие решения, не выполнив анализ внутренней и внешней среды предприятия?

#### **Рекомендации по выполнению задания.**

Объём эссе – 2-3 листа машинописного текста, формата А4, шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, кегль 14.

Оригинальность итоговой работы должна быть не ниже 70% (проверка в системе Антиплагиат).

Структура эссе определяется предъявляемыми требованиями:

- мысли автора по проблеме излагаются в форме кратких тезисов (Т);
- мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А). Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др.

– эссе должно иметь кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

1. вступление
2. тезис
3. аргументы
4. заключение.

При написании важно также учитывать следующие моменты:

- Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
- Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

## Практическое задание 2

### **Лекция 2. Этические аспекты проведения исследований для целей развития бизнеса**

Составьте перечень этических вопросов, возникающих при проведении маркетинговых исследований, по группам:

- 1) этические вопросы во взаимоотношении «исследователь – респондент (информатор)»;
- 2) этические вопросы, связанные с исследователем
- 3) этические вопросы, связанные с клиентом

#### **Рекомендации по выполнению задания**

Для выполнения задания используйте материалы краткого конспекта и дополнительной литературы.

Форма предоставления результата: машинописный текст, формата А4, шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, кегль 14.

## Практическое задание 3

### **Лекция 3. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований**

3.1. Изучите 5 маркетинговых агентств, проводящих исследования рынка, и оцените их по критериям

1. Масштабы реализуемых исследований.
2. Специализация.
3. Опыт работы и клиенты.
4. Отношение к работе.
5. Стоимость.

Результаты исследования представьте в сравнительной таблице, представленной в рекомендациях по выполнению задания.

3.2 . Представьте, что вы по завершении обучения в университете решили открыть собственное маркетинговое агентство, которое будет специализироваться на маркетинговых исследованиях. Кратко опишите, каким оно будет. Обязательно укажите, в чем будет заключаться конкурентное преимущество вашего агентства перед другими.

### Рекомендации по выполнению задания

1. Для выполнения задания 3.1. воспользуйтесь открытыми ресурсами сети Интернет. С помощью поисковых систем найдите маркетинговые агентства, изучите их сайты.
2. Результаты анализа представьте в сравнительной таблице.

Таблица - Сравнительный анализ

Название агентства	Масштабы реализуемых исследований	Специализация	Опыт работы и клиенты	Отношение к работе	Стоимость	Сайт

3. Для выполнения задания 3.2. используйте материалы, полученные при выполнении задания 1, конспекта лекций и собственный жизненный опыт.

Форма предоставления результата: машинописный текст, формата А4, шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, кегль 14.

## Бланк выполнения задания

### Задание 3.1.

Таблица - Сравнительный анализ

Название агентства	Масштабы реализуемых исследований	Специализация	Опыт работы и клиенты	Отношение к работе	Стоимость	Сайт

### Задание 3.2

## Практическое задание 4

### Лекция 4. Виды информации, необходимой для принятия управленческих решений

#### Задание 4.1.

1. Зайдите на сайт Федеральной службы государственной статистики (<https://rosstat.gov.ru/>).

2. Перейдите в раздел «Статистика» → «Официальная статистика» → «Предпринимательство».

3. Изучите структуру раздела.

4. Используя статистические данные раздела, дайте ответы на вопросы (аргументируйте ответы конкретными числами):

А) сколько человек было занято в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности в Самарской области в 2017, 2018 и 2019 годах и какова их доля в общем объеме занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности в Российской Федерации?

Б) Сколько товаров несобственного производства продано малыми предприятиями (включая микропредприятия) по виду экономической деятельности «Производство мебели» в 2019 году?

В) В каком субъекте Российской Федерации инвестиции в основной капитал составили максимальную величину по итогам 2020 года?

Г) Какой источник финансирования занимает наибольшую долю в структуре инвестиций в основной капитал в Российской Федерации по итогам 2020 года?

Д) Назовите факторы, ограничивающие деятельность организаций в сфере услуг?

5. Составьте перечень статистической информации, размещенной на сайте Федеральной службы государственной статистики, которая поможет вам в осуществлении аналитики для предпринимательского проекта, который Вы бы хотели осуществить.

Укажите наименование информации, ссылку на нее и краткое пояснение, чем вам будет полезна данная информация.

Перечень должен включать не менее 5 наименований.

Если вы не определились с проектом, составьте перечень для бизнеса по продаже металлообрабатывающих станков.

Пример:

Наименование	Чем полезна информация	Ссылка
Степень износа основных фондов на конец года, по субъектам Российской Федерации, по полному кругу организаций	Данные помогут понять, в каких регионах целесообразно развивать бизнес по продаже станков и оборудования	<a href="https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/PxdIOaNM/macr9.xlsx">https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/PxdIOaNM/macr9.xlsx</a>

#### Задание 4.2.

1. Зайти на сайт Единой информационной системы в сфере закупок (<https://zakupki.gov.ru/>).

2. Перейти к разделу «Закупки». В поиске ввести запрос «воздушные шары».

3. Используя боковое меню оставить в результатах поиска только закупки по 44-ФЗ в статусе «Закупка завершена».

4. Ответьте на вопросы, используя полученные результаты:

А) Сколько закупок воздушных шаров было завершено по 44-ФЗ к текущему моменту.

Б) Назовите минимальную и максимальную цену закупок (можно воспользоваться сортировкой по цене).

5. Сделайте выгрузку результатов поиска, выбрав все параметры для выгрузки.
6. Напишите, как могут использоваться выгруженные данные для целей аналитики?

В) Контактные данные муниципального казенного учреждения «Центр бухгалтерского учета и технического обслуживания бюджетных и казенных учреждений г. Игарки» (местонахождение, ИНН, КПП,



ОГРН): \_\_\_\_\_

Начальная цена закупки № 0819600005321000020  
равна \_\_\_\_\_.

Выгруженные данные для целей аналитики могут использоваться следующим образом:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

### Практическое задание 5

**Лекция 5. Основные источники информации, необходимой для принятия управленческих решений**

#### Задание 5.1.

1. Прочитайте статьи:
  - Скворцова, Е. Использование вторичной информации в маркетинговых исследованиях / Е. Скворцова // Маркетинг: идеи и технологии. - 2012. - № 5. - С. 39-45. Источник: <https://rep.bntu.by/handle/data/8909>
  - Завьялова Д. Фактчекинг: как проверить все факты и ничего не упустить. Источник: [https://www.canva.com/ru\\_ru/obuchenie/faktcheking/](https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/faktcheking/)
  - а также любые другие публикации, раскрывающими вопросы проверки собранной информации для исследования, или фактчекингу.
2. Подготовьте список способов проверки данных (не менее 7).

#### Задание 5.2.

1. Кратко опишите предпринимательский проект, который Вы бы хотели реализовать (не более 2000 символов).
  2. Используя поисковые системы, найдите готовые исследования, статьи, отчеты и презентации с информацией о рынке (не менее 5):
    - объем рынка,
    - данные об участниках рынка (например, выручка, доля рынка, численность сотрудников, средняя цена и пр.),
    - сравнительные характеристики продуктов.
- Результат оформите в Excel или Google Таблицах в формате:

Название источника (отчета, статьи, исследования и т.п.)	Данные	Ссылка
<i>Название и автор исследования</i>	<i>О чем статья / исследование / отчет под пунктами</i>	
	- ...	
	- ...	

#### Рекомендации к выполнению задания

**К заданию 5.1.** Описание способов проверки данных должно быть достаточно развернуто, чтобы было ясно суть способа.

Форма предоставления результата: машинописный текст, формата А4, шрифт Times New Roman, 1,5 интервал, кегль 14.

**К заданию 5.2.** Используя материалы конспекта лекций, дополнительной литературы и открытых источников сети Интернет, заполните таблицу.

Форма предоставления результата: машинописный текст, формата А4, шрифт Times New Roman, 1 интервал, кегль 12.

### Бланк выполнения задания

#### Задание 5.1.

Список способов проверки данных

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

#### Задание 5.2.

Таблица

Название источника (отчета, статьи, исследования и т.п.)	Данные	Ссылка
<i>Название и автор исследования</i>	<i>О чем статья / исследование / отчет под пунктами</i>  - ... - ...	

## Практическое задание 6

### Лекция 6. Применение информационно-аналитических систем для получения конкурентных преимуществ

#### Задание 6.1.

Выберите 10 любых товаров. Используя классификаторы ОКПД, ОКВЭД и ТН ВЭД, определите коды для этого товара. Результаты занесите в таблицу по образцу (таблица). Для выполнения задания воспользуйтесь сайтами: ОКВЭД2 – общероссийский классификатор видов экономической деятельности – режим доступа <http://classifikators.ru/okved> ОКПД2 – общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности режим доступа <http://classifikators.ru/okpd> ТН ВЭД – товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности – режим доступа - <http://classifikators.ru/tnved>.

Таблица – «Пример решения. Бумага писчая»

Код	Описание
ОКВЭД 17.12.1	Производство бумаги
ОКПД 17.12.14.121	Бумага писчая и тетрадная
ТН ВЭД 4802100000	Бумага, картон немелованные ручного отлива, используемые для письма, печати и других графических целей

#### Задание 6.2.

Собрать первичные данные для анализа компаний по аренде судов внутреннего водного транспорта для перевозки грузов с экипажем в России (код ОКВЭД 50.40.3), используя алгоритм:

1) Зайти на сайт <https://www.rusprofile.ru/codes/>

2) Выбрать требуемый код.

3) Зайти по очереди во все действующие компании (не брать ликвидированные и находящиеся в процессе ликвидации) и заполнить в электронной таблице столбцы:

- Наименование
- Юридический адрес
- Руководитель, должность
- ИНН
- ОГРН
- Год регистрации компании
- Основной вид деятельности

4) Скопировать ИНН организации и пройти по ссылке: <https://bo.nalog.ru>.

Найти организацию по ИНН. Зайти в нее. Спуститься к разделу «Отчет о финансовых результатах». Добавить выручку в таблицу.

#### Рекомендации к выполнению задания

Используя указанный алгоритм, заполните таблицу.

Формат заполнения таблиц: машинописный текст, формата А4, шрифт Times New Roman, 1 интервал, кегль 12.

## Бланк выполнения задания

### Задание 6.1.

Таблица 1

Наименование товара 1	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 2	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 3	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 4	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 5	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 6	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 7	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 8	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	
Наименование товара 9	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	

Наименование товара 10	
Код	Описание
ОКВЭД	
ОКПД	
ТН ВЭД	

### Задание 6.2.

Наименование	Юридический адрес	Руководитель, должность	ИНН	ОГРН	Год регистрации компании	Основной вид деятельности	Выручка за 2020 год

#### Процедура оценивания:

1. Проверить соответствие работы выданному заданию.
2. Оценить правильность выполнения задания и выводы по работе.
3. Проверить правильность оформления работы.
4. Выставить результаты оценки

#### Критерии оценки:

- 55 баллов – расчеты проведены в полном объеме и без ошибок и сделаны соответствующие выводы по результатам;
- 50 баллов – расчеты проведены в полном объеме и без ошибок, но не сделаны соответствующие выводы по результатам;
- 45 баллов – расчеты проведены в полном объеме, но при расчетах были допущены незначительные ошибки, которые не повлияли на конечный результат;
- 40 баллов – работа выполнена на 70%;
- 35 баллов – работа выполнена на 60%;
- 30 баллов – работа выполнена на 50%;
- 25 балла – работа выполнена на 40%;
- 20 балла – работа выполнена на 30%;
- 10 балла – работа выполнена на 20%;
- 5 балл – работа выполнена на 10%;
- 0 баллов – задание не выполнено.

### 7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 1

№ п/п	Вопросы
1	Этапы отбора претендентов на вакантную должность
2	Технология подбора персонала
3	Порядок проведения собеседования при отборе
4	Сущность и виды адаптации персонала.
5	Оценочное интервью

6	Понятие и сущность принципов управления персоналом
7	Факторы среды управления персоналом.
8	Актуальность проблемы управления персоналом предприятия.
9	Задачи и виды профориентации персонала
10	Требования к переподготовке сотрудников
11	Повышение квалификации и его отличие от других видов обучения
12	Способы выявления потребностей в обучении
13	Понятие и сущность кадрового резерва
14	Кадровый учет: понятие, порядок ведения
15	Технологии управления карьерой
16	Понятие и сущность коммерческого отдела
17	Технологии продаж
18	Категорийный менеджмент: понятие, сущность
19	Психология клиентов. Схемы общения с заказчиком
20	Техника работы с теплыми лидами
21	Особенности создание контента в сфере продаж
22	Особенности создания коммерческого предложения
23	Сегментация рынка
24	Определение целевой аудитории
25	Применение СПИН
26	Правила управление продажами
27	Структура скрипта и порядок его составления
28	План продвижения продукта
29	Поиск каналов сбыта
30	Деятельность менеджера в сфере продаж
31	Нормативное регулирование бухгалтерской отчетности в России
32	Виды отчетности хозяйствующих субъектов
33	Пользователи отчетности хозяйствующих субъектов и их информационные потребности
34	Основополагающие принципы и допущения в учете и отчетности
35	Состав, порядок представления бухгалтерской отчетности и ее публикации
36	Качественные характеристики бухгалтерской отчетности
37	Нормативное регулирование бухгалтерской отчетности в России
38	Виды отчетности хозяйствующих субъектов
39	Особенности формирования финансовой отчетности субъектов малого предпринимательства
40	Особенности формирования налоговой отчетности субъектов малого предпринимательства
41	Доходы и расходы домашних хозяйств
42	Страхование: экономическая сущность, классификация
43	Кредит: сущность, функции, формы, виды
44	Кредитная система России
45	Значение предпринимательства в социально-экономическом развитии страны
46	Особенности исследования для целей развития бизнеса.
47	Возможные цели и задачи маркетинговых исследований для предприятия
48	Первичные источники информации, необходимой для развития бизнеса; их преимущества и недостатки.
49	Вторичные источники информации, необходимой для развития бизнеса; их преимущества и недостатки.
50	Качественные и количественные исследования. Их преимущества и

	недостатки.
51	Методы работы с документами: формализованные и неформализованные.
52	Методы сбора данных, их краткая характеристика.
53	Сущность гипотезы исследования
54	Этические нормы при проведении исследований для целей развития бизнеса.
55	Принципы взаимодействия со специализированными организациями в области маркетинговых исследований.
56	Классификация источников информации для целей развития бизнеса.
57	Опрос как основная техническая процедура сбора информации. Классификация опросов.
58	Метод наблюдения и его возможности при сборе информации. Процедура наблюдения.
59	Классификация наблюдений. Достоинства и недостатки наблюдения.
60	Эксперимент как метод сбора данных. Основные этапы проведения эксперимента.
61	Виды экспериментов и экспериментальных планов. Сильные и слабые стороны каждого плана.
62	Этапы разработки анкеты, их характеристика.
63	Принципы построения анкеты.
64	Использование интервью при сборе информации. Преимущества и недостатки метода.
65	Использование информационно-аналитических систем для целей развития бизнеса.
66	Метод фокус-групп для сбора информации.
67	Телефонный опрос как метод сбора информации. Преимущества и недостатки метода.
68	Почтовый опрос как метод сбора информации. Преимущества и недостатки метода.
69	Онлайн-опрос как современная технология сбора информации. Преимущества и недостатки метода.
70	Отчёт об исследовании, его формы. Критерии правильно составленного отчета об исследовании.

### 7.3.2. Критерии и нормы оценки

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Критерии и нормы оценки	
		«отлично»	Студент набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу
		«хорошо»	Студент набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		«удовлетворительно»	Студент набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		«неудовлетворительно»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному

			рейтингу
--	--	--	----------

В случае если студент не согласен с результатами накопительного рейтинга он имеет право сдать экзамен устно по вопросам к промежуточной аттестации и сформированным на их основе билетам

### **Критерии оценки за устный экзамен**

1. Оценка «отлично» выставляется в случае если студент отвечая на вопрос свободно оперирует терминологией, грамотно строит свою речь, ответ основан на изучении не только учебной, но и научной литературы и носит осмысленный характер, а не характер «зазубривания», при этом студент должен высказывать собственную позицию по наиболее спорным вопросам. Студент полностью раскрывает поставленный вопрос и отвечает на дополнительный вопросы.

2. Оценка в «хорошо» выставляется в случае, если студент, отвечая на вопрос свободно оперирует терминологией, но «допускает» незначительные погрешности, ответ основан на изучении не только учебной, но и научной литературы, однако студент затрудняется высказать собственную позицию по наиболее проблемным вопросам и допускает незначительные стилистические погрешности при построении ответа на вопрос. Студент практически полностью раскрывает поставленный вопрос.

3. Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если ответ носит реферативный характер и основан на изучении только учебной литературы.

4. Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если студент не отвечает на вопрос, либо ответ носит характер «обрывочных» знаний. Студент фактически не ориентируется в вопросе.

### **Процедура оценивания**

Перед началом экзамена преподаватель предлагает взять один из билетов. На подготовку дается 30 минут. Билет содержит два вопроса. После чего студент излагает ответы на вопросы. Преподаватель может задавать наводящие и дополнительные вопросы. После ответов преподаватель объявляет оценку студентов с указанием допущенных ошибок (если таковые имелись)



## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Попов А. Д.	Графический дизайн : учеб. пособие / А. Д. Попов ; Белгород. гос. технол. ун-т им. В. Г. Шухова. - 3-е изд., испр. - Белгород : БГТУ им. В. Г. Шухова, 2020. - 157 с. - URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/110204.html">https://www.iprbookshop.ru/110204.html</a> (дата обращения: 21.12.2021). - Режим доступа: Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. - Текст : электронный.	Учебное пособие	2020	<a href="https://www.iprbookshop.ru/86681">https://www.iprbookshop.ru/86681</a> (дата обращения: 06.09.2021).
2	Беляевский И. К.	Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : Инфра-М, 2020. - 392 с. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный.	Учебное пособие	2020	ЭБС Znaniun <a href="https://znaniun.com/catalog/product/1054208">https://znaniun.com/catalog/product/1054208</a>

### 8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС

### 8.3. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Springer Link[Электронный ресурс] : [база данных]. – Switzerland: Springer Nature, 1842– . – Режим доступа : link.springer.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- Science Direct [Электронный ресурс] : коллекция электронных книг издательства Elsevier. – Netherlands: Elsevier, 2018– . – Режим доступа : sciencedirect.com. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

### 8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно; контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно

### 8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-807)	Экран телевизионный, ширмы, проектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские. Транспарант-перетяжка, системный блок .
2.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-	Экран телевизионный, ширмы, проектор на штативе. стол преподавательский, стулья преподавательские. Транспарант-перетяжка, системный блок .

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	810)	
3.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (УЛК-411)	Столы ученические двухместные, стулья, стол преподавательский, доска аудиторная (меловая).
4.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-105)	Столы, стулья, стеллажи (в т.ч. выставочные) с книгами, компьютеры, мобильные рабочие места
5.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (УЛК-406)	Столы компьютерные, стулья, микрокомпьютеры raspberry pi 32 bit.