

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.



30.06.2022г.

**Рабочая программа дисциплины**  
Б1.О.6. Исследование рынков

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Стратегическое управление организацией

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Курс	1
Семестр	11
Лекции (час)	14
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	152
Курсовая работа (час)	
Всего часов	180
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	11

Иркутск 2022

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02  
Менеджмент.

Авторы Н.В. Рубцова, Полякова Н.В.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

### 1. Цели изучения дисциплины

Целью освоения дисциплины Исследование рынков является приобретение знаний, умений и навыков проектирования и проведения маркетинговых исследований рынка, для выполнения научно-исследовательских проектов

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты

#### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	З. Знать современные техники, методики и методы сбора, обработки и анализа данных, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем У. Уметь собирать и обрабатывать данные, используя адекватные методы, техники и методики, в том числе используя интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих задач Н. Владеть навыками анализа данных для решения управленческих задач
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	З. Знать подходы к организации и проведению исследований в менеджменте и смежных областях У. Уметь обобщать результаты исследований в менеджменте и смежных областях Н. Владеть навыками критической оценки исследований в менеджменте и смежных областях

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Бренд-менеджмент"

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

**преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зач. ед., 180 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	14
Практические (сем, лаб.) занятия	14
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	152
Всего часов	180

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Процесс и проблемы обоснования, планирования и организации исследования (лекция 1-2)	11	4	4	52		Проект 1. Проект 2. Доклад
2	Источники и методы сбора информации, проблемы их использования (лекция 3-4)	11	6	6	54		Тест. Проект 3. Проект 4
3	Проблемы выборочных исследований, анализ полученных данных и отчет об исследовании (лекция 5-6)	11	4	4	46		Творческое задание. Проект 5. Проект 6
	ИТОГО		14	14	152		

**5.2. Лекционные занятия, их содержание**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Исследование для целей менеджмента и маркетинга: актуальность, особенности и проблемы.	Исследование для целей менеджмента и маркетинга: актуальность, назначение, алгоритм и проблемы планирования и проведения, особенности исследования на заказ и своими силами
2	Типы исследования. Разработка программы	Типы исследования: поисковый, описательный, каузальный. Этапы разработки программы исследования и проблемы их выполнения.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	исследования.	
3	Количественные методы получения информации	Количественные методы: сущность, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов.
4	Качественные методы получения информации	Качественные методы: сущность, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов.
5	Исследования в сети Интернет	Методы исследования в сети Интернет: особенности, назначение, преимущества и ограничения использования. Разработка инструментов. Форма: р
6	Проблемы формирования выборки. Анализ полученных данных. Подготовка отчета об исследовании	Сплошные и выборочные исследования. Формирование выборочной совокупности. Проблемы анализа и представления данных. Работа с данными исследования. Подготовка отчета об исследовании

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Исследование для целей менеджмента и маркетинга: актуальность, особенности и проблемы.. Маркетинговое исследование как функция менеджмента в организации: содержание, значение, организация.
1	Типы исследования. Разработка программы исследования.. Типология маркетинговых исследований. Содержание программы маркетингового исследования
2	Количественные методы получения информации. Опрос, контент-анализ
2	Качественные методы получения информации. Эксперимент, фокус-группа, работа с документами, наблюдение
2	Исследования в сети Интернет. Создание Интернет-опроса и его организация
3	Проблемы формирования выборки. Анализ полученных данных. Подготовка отчета об исследовании. Генеральная совокупность, типы выборок и методы их формирования. Структура отчета о маркетинговом исследовании и презентация результатов маркетингового исследования

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

### 6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Процесс и проблемы обоснования, планирования и организации исследования (лекция 1-2)	ОПК-5	З.Знать подходы к организации и проведению исследований в менеджменте и смежных областях	Доклад	уложиться в отведенное время для выступления – 0,5 балла; привести пример из практики – 1,5 балла; использовать свежую актуальную информацию – 2 балла; четко структурировать выступление – 1 балла; ссылаться на авторитетные источники – 1 балла; максимальное количество баллов: 6 (6)
2		ОПК-5	У.Уметь обобщать результаты исследований в менеджменте и смежных областях	Проект 1	полнота разработки проекта – до 2 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 1 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 10 баллов. (10)
3		ОПК-5	Н.Владеть навыками критической оценки исследований в менеджменте и смежных областях	Проект 2	полнота разработки проекта – до 2 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов;

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 1 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 10 баллов. (10)
4	2. Источники и методы сбора информации, проблемы их использования (лекция 3-4)	ОПК-2	У. Уметь собирать и обрабатывать данные, используя адекватные методы, техники и методики, в том числе используя интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих задач	Проект 3	полнота разработки проекта – до 3 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 12 баллов. (12)
5		ОПК-2	Н. Владеть навыками анализа данных для решения управленческих задач	Проект 4	полнота разработки проекта – до 3 баллов; корректность разработки показателей – до 3 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					презентации – 2 балл; качество ответов на вопросы – до 2 баллов; максимальное количество баллов: 12 баллов. (12)
6		ОПК-2	З.Знать современные техники, методики и методы сбора, обработки и анализа данных, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем	Тест	каждый правильный ответ 2 балла (10)
7	3. Проблемы выборочных исследований, анализ полученных данных и отчет об исследовании (лекция 5-6)	ОПК-2	У.Уметь собирать и обрабатывать данные, используя адекватные методы, техники и методики, в том числе используя интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих задач	Проект 5	полнота разработки проекта – до 4 баллов; корректность разработки показателей – до 4 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл; своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балла; качество ответов на вопросы – до 3 баллов; максимальное количество баллов: 15 баллов. (15)
8		ОПК-2	Н.Владеть навыками анализа данных для решения управленческих задач	Проект 6	полнота разработки проекта – до 4 баллов; корректность разработки показателей – до 4 баллов; наличие в проекте гипотез – 1 балл;



№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
					своевременность выполнения – 1 балл; качество презентации – 2 балла; качество ответов на вопросы – до 3 баллов; максимальное количество баллов: 15 баллов. (15)
9		ОПК-2	Н. Владеть навыками анализа данных для решения управленческих задач	Творческое задание	уложиться в отведенное время для выступления – 0,5 балла; полнота представления результатов – до 1,5 баллов; логичность, адекватная последовательность изложения материала – до 2; наглядность, выразительность оформления материалов – до 5; своевременность выполнения – 1 балл; всего за творческое задание – до 10 баллов. (10)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>

## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 11.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается в 2 балла.

**Компетенция: ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать**

## **интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач**

**Знание:** Знать современные техники, методики и методы сбора, обработки и анализа данных, в том числе с использованием интеллектуальных информационно-аналитических систем

1. Вероятностные и невероятностные способы построения выборки
2. Интеллектуальные информационно-аналитические системы и их использование для обработки данных
3. Источники и методы сбора маркетинговой информации, проблемы их использования
4. Методы анализа данных
5. Назначение, преимущества и ограничения использования качественных методов исследования
6. Назначение, преимущества и ограничения использования количественных разновидностей метода опроса
7. Определение объема выборки
8. Основные положения разработки инструментов маркетингового исследования
9. Особенности, преимущества и ограничения использования личных разновидностей метода наблюдения
10. Особенности, преимущества и ограничения использования метода наблюдения при помощи технических средств
11. Преимущества и ограничения использования вторичных данных
12. Преимущества и ограничения использования эксперимента
13. Преимущества и Проблемы использования выборочных исследований
14. Принципиальная последовательность формирования выборки
15. Продвинутое методы обработки данных и их анализа
16. Традиционный метод анализа вторичной информации и метод контент-анализа

**Компетенция: ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты**

**Знание:** Знать подходы к организации и проведению исследований в менеджменте и смежных областях

17. Алгоритм (этапы) процесса исследования рынка
18. Интернет как источник вторичной информации
19. Определение потребности организации (фирмы) в маркетинговых исследованиях
20. Основные принципы и способы подготовки отчета об исследовании и презентации результатов
21. Поиск, описательные и каузальные исследования: различия и особенности планирования, выполнения и интерпретации результатов
22. Рыночная информация и ее роль в подготовке бизнес-решений
23. Цели и задачи исследований в структуре современного менеджмента и маркетинга

### **ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:**

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Полнота выполнения - 20 баллов; правильное использование терминов - 6 баллов; количество приведенных примеров (гипотез) - 4 балла; корректность примеров - 5 баллов.

**Компетенция: ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутое методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач**

Умение: Уметь собирать и обрабатывать данные, используя адекватные методы, техники и методики, в том числе используя интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих задач

Задача № 1. Разработка инструментов маркетингового исследования

**Компетенция: ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты**

Умение: Уметь обобщать результаты исследований в менеджменте и смежных областях

Задача № 2. Разработка проекта описательного исследования рынка

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Корректность (правильность) выполнения задания - 15 баллов; полнота выполнения задания - 10 баллов; корректное использование терминов - 7 баллов; уточнение условий задания у преподавателя, выполняющего роль заказчика - 3 балла.

**Компетенция: ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач**

Навык: Владеть навыками анализа данных для решения управленческих задач

Задание № 1. Выбор методов маркетингового исследования для анализа управленческой проблемы

**Компетенция: ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты**

Навык: Владеть навыками критической оценки исследований в менеджменте и смежных областях

Задание № 2. Разработка плана разведочного (поискового) исследования рынка

#### ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования <b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)</b>	Направление - 38.04.02 Менеджмент Профиль - Стратегическое управление организацией Кафедра журналистики и маркетинговых технологий Дисциплина - Исследование рынков
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Разработка инструментов маркетингового исследования (35 баллов).
3. Разработка плана разведочного (поискового) исследования рынка (35 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ Н.В. Рубцова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.Н. Демина

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### а) основная литература:

1. Цахаев Р. К., Муртузалиева Т. В. Маркетинг. 3-е изд./ Р.К. Цахаев.- Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.-550 с.
2. Галицкий Е. Б. Ефим Борисович, Галицкая Е. Г. Елена Геннадьевна Маркетинговые исследования. допущено М-вом образования и науки РФ. учебник для магистров/ Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая.- М.: Юрайт, 2012.-540 с.
3. Сафронова Н. Б., Корнеева И. Е. Маркетинговые исследования/ Н.Б. Сафронова.- Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.-294 с.
4. Коротков А.В. Маркетинговые исследования. учебное пособие. Электронный ресурс/ А.В. Коротков.- Москва: Юнити-Дана, 2017.-303 с.
5. Березин И. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп./ Игорь Березин.- М.: Юрайт, 2012.-381 с.
6. Рубцова Н.В. Анализ рыночных возможностей.- 175 с.
7. [Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71588.html](http://www.iprbookshop.ru/71588.html)
8. [Маркетинг \[Электронный ресурс\] : основной курс, практикум и наглядные пособия / . — Электрон. текстовые данные. — СПб. : Проспект Науки, 2016. — 216 с. — 978-5-903090-24-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35845.html](http://www.iprbookshop.ru/35845.html)
9. [Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция \(торговое дело\)», «Маркетинг» / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html](http://www.iprbookshop.ru/71036.html)
10. [Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 294 с. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85277.html](https://www.iprbookshop.ru/85277.html)

### б) дополнительная литература:

1. Поляков В. В., Сараева О. Н. Маркетинг на рынке капиталов. учеб. пособие. Электронный ресурс/ В. В. Поляков, О. Н. Сараева.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2018.-101 с.
2. Полякова Н. В., Залешин В. Е. Маркетинг территорий. учеб. пособие. Электронный ресурс/ Н. В. Полякова, В. Е. Залешин.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.-105 с.
3. Архипкин О. В. Маркетинговые исследования в раскрытии возможностей рынка/ О. В. Архипкин// Монография (однотомник), Формирование и развитие региональных рынков, С. 76-89, сб. науч. тр., Иркутск, ИГЭА, 1997
4. Губанова О.В. "Анализ маркетинговой информации" УМК по дисциплине для студентов направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" профиля "Маркетинг и рекламный бизнес".- Изд-во БГУ, 2017.- 129 с.// URL: 42207.doc
5. Полякова Н.В. Маркетинг территорий.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.- 106 с.
6. Рыженков А.Г. Ценообразование.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2018.- 141 с.
7. Татаринцов К.А. Интернет-маркетинг в Instagram.- Иркутск: Изд-во БГУ, 2019.- 193 с.
8. [Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 256 с. — 978-5-394-01865-7. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57161.html](http://www.iprbookshop.ru/57161.html)
9. [Соколова Н.Г. Основы маркетинговых исследований. Практикум \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Н.Г. Соколова, О.В. Титова, Т.В. Груздева. — Электрон. текстовые](#)

[данные. — Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, 2017. — 404 с. — 978-5-7526-0764-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/73869.html](http://www.iprbookshop.ru/73869.html)

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- ЕМИСС Государственная статистика, адрес доступа: <https://fedstat.ru/>. доступ неограниченный
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», адрес доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/>. доступ неограниченный
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU, адрес доступа: <http://elibrary.ru/>. доступ к российским журналам, находящимся полностью или частично в открытом доступе при условии регистрации
- Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании", адрес доступа: <http://www.ict.edu.ru/lib/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Издательского дома "Гребенников", адрес доступа: <http://www.grebennikov.ru/>. доступ с компьютеров сети БГУ (по IP-адресам)
- Электронная библиотечная система «Юрайт» [biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru), адрес доступа: <http://www.biblio-online.ru/>. У тех изданий, на которые подписано учебное заведение, доступен полный текст с возможностью цитирования и создания закладок.
- Электронно-библиотечная система IPRbooks, адрес доступа: <https://www.iprbookshop.ru>. доступ неограниченный

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам.

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения,
- Научно-исследовательская студенческая лаборатория исследования рынков и проблем управления,
- Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий