

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

**Заведующий кафедрой**

**Кафедра торгового дела и  
маркетинга**

наименование кафедры

**Суслова Ю.Ю.**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
МЕРЧАНДАЙЗИНГ В ТОРГОВЛЕ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 Мерчандайзинг в торговле

Направление подготовки /  
специальность 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки  
38.03.06.02 "Маркетинг в торговой  
деятельности"

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2018

Красноярск 2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

Направление 38.03.06 Торговое дело профиль подготовки 38.03.06.02

---

"Маркетинг в торговой деятельности"

---

очная форма обучения

---

2018 год набора

---

Программу  
составили

Старший преподаватель, Смоленцева Любовь  
Тимофеевна

---

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины**

### **1.1 Цель преподавания дисциплины**

Современная торговля является многоуровневым, динамично развивающимся бизнесом. Специалистам в области коммерции для успешной организации торговли необходимо искать покупателей, выявлять их нужды и потребности, прежде чем закупать товары. Комплекс мер направленный на продвижение и сбыт товаров в магазине, называется мерчандайзингом, роль которого постоянно возрастает в связи с усилением активности розничных торговцев, трансформацией в мотивации и поведении покупателей и других факторов.

Целями изучения дисциплины «Мерчандайзинг в торговле» является изучение основных принципов и законов мерчандайзинга в системе управления продажами, формирование теоретических и прикладных знаний в области мерчандайзинга, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров направления подготовки 38.03.06. Торговое дело

### **1.2 Задачи изучения дисциплины**

Для достижения цели поставлено решение следующих задач:

- Проанализировать подходы к внедрению мерчандайзинга;
- Рассмотреть правила и технологии в области мерчандайзинга продовольственных и непродовольственных товаров, современные методы продажи товаров, традиционные и новые принципы планировочных решений торговых залов и выкладки товаров;
- Изучить основные инструменты оптимизации работы по продвижению продукции в современных условиях;
- Сформировать у будущих специалистов знания эффективного применения мерчандайзинга, а также умение прогнозировать и разрабатывать и управлять мерчандайзинговыми мероприятиями.

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

|                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ДПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать</b> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                          |                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</b>                             |                                                                                                                                                |
| Уровень 1                                                                                | факторы, определяющие потребительское поведение;                                                                                               |
| Уровень 2                                                                                | влияние мерчандайзинга на формирование потребностей покупателей                                                                                |
| Уровень 1                                                                                | собирать и анализировать информацию, необходимую для формирования потребностей покупателей                                                     |
| Уровень 1                                                                                | навыками проведения исследований поведения потребителей, навыками формирования потребностей покупателей при помощи инструментов мерчандайзинга |
| <b>ПК-8:готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</b> |                                                                                                                                                |
| Уровень 1                                                                                | методы мерчандайзинга в организации торгового обслуживания                                                                                     |
| Уровень 2                                                                                | особенности мерчандайзинга, влияющие на уровень качества торгового обслуживания                                                                |
| Уровень 1                                                                                | анализировать и оценивать показатели качества торгового обслуживания                                                                           |
| Уровень 2                                                                                | обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания                                                                               |
| Уровень 1                                                                                | методами комплексной оценки уровня качества торгового обслуживания                                                                             |
| Уровень 2                                                                                | навыками обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания                                                                       |

#### 1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Изучению данной дисциплины предшествуют такие дисциплины

Основы товароведения

Коммерческая деятельность

Маркетинг

Организация, технология и проектирование предприятий

Содержание дисциплины «Мерчандайзинг в торговле» является логическим продолжением содержания дисциплины

Торговый маркетинг

Маркетинговое проектирование

Планирование на предприятии торговли

#### 1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы                         | Всего,<br>зачетных<br>единиц<br>(акад.час) | Семестр          |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------|
|                                            |                                            | 7                |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>       | <b>3 (108)</b>                             | <b>3 (108)</b>   |
| <b>Контактная работа с преподавателем:</b> | <b>0,94 (34)</b>                           | <b>0,94 (34)</b> |
| занятия лекционного типа                   | 0,5 (18)                                   | 0,5 (18)         |
| занятия семинарского типа                  |                                            |                  |
| в том числе: семинары                      |                                            |                  |
| практические занятия                       | 0,44 (16)                                  | 0,44 (16)        |
| практикумы                                 |                                            |                  |
| лабораторные работы                        |                                            |                  |
| другие виды контактной работы              |                                            |                  |
| в том числе: групповые консультации        |                                            |                  |
| индивидуальные консультации                |                                            |                  |
| иная внеаудиторная контактная работа:      |                                            |                  |
| групповые занятия                          |                                            |                  |
| индивидуальные занятия                     |                                            |                  |
| <b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> | <b>2,06 (74)</b>                           | <b>2,06 (74)</b> |
| изучение теоретического курса (ТО)         |                                            |                  |
| расчетно-графические задания, задачи (РГЗ) |                                            |                  |
| реферат, эссе (Р)                          |                                            |                  |
| курсовое проектирование (КП)               | Нет                                        | Нет              |
| курсовая работа (КР)                       | Нет                                        | Нет              |
| <b>Промежуточная аттестация (Зачёт)</b>    |                                            |                  |

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

| № п/п | Модули, темы (разделы) дисциплины | Занятия лекционного типа (акад. час) | Занятия семинарского типа                       |                                                  | Самостоятельная работа, (акад. час) | Формируемые компетенции |
|-------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
|       |                                   |                                      | Семинары и/или Практические занятия (акад. час) | Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час) |                                     |                         |
| 1     | 2                                 | 3                                    | 4                                               | 5                                                | 6                                   | 7                       |
| 1     |                                   | 18                                   | 16                                              | 0                                                | 74                                  | ДПК-3 ПК-8              |
| Всего |                                   | 18                                   | 16                                              | 0                                                | 74                                  |                         |

#### 3.2 Занятия лекционного типа

| № п/п | № раздела дисциплины | Наименование занятий                                          | Объем в акад. часах |                                    |                                  |
|-------|----------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------|----------------------------------|
|       |                      |                                                               | Всего               | в том числе, в инновационной форме | в том числе, в электронной форме |
| 1     | 1                    | Тема 1 Понятие мерчандайзинга и роль в современной экономике. | 2                   | 1                                  | 0                                |
| 2     | 1                    | Тема 2 Содержание мерчандайзинга, его составляющие элементы.  | 2                   | 1                                  | 0                                |
| 3     | 1                    | Тема 3 Правила мерчандайзинга.                                | 4                   | 2                                  | 0                                |
| 4     | 1                    | Тема 4 Мерчандайзинг производителя /поставщика.               | 2                   | 1                                  | 0                                |
| 5     | 1                    | Тема 5 Мерчандайзинг в розничной торговле.                    | 4                   | 3                                  | 0                                |
| 6     | 1                    | Тема 6 Оценка эффективности системы мерчандайзинга.           | 2                   | 1                                  | 0                                |

|       |   |                                                                                       |    |    |   |
|-------|---|---------------------------------------------------------------------------------------|----|----|---|
| 7     | 1 | Тема 7<br>Функциональные<br>обязанности<br>специалистов<br>мерчандайзеров и<br>оценка | 2  | 1  | 0 |
| Всего |   |                                                                                       | 18 | 10 | 0 |

### 3.3 Занятия семинарского типа

| №<br>п/п | №<br>раздела<br>дисципли<br>ны | Наименование занятий                                                         | Объем в акад. часах |                                          |                                           |
|----------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|
|          |                                |                                                                              | Всего               | в том числе, в<br>инновационной<br>форме | в том числе,<br>в<br>электронной<br>форме |
| 1        | 1                              | Тема 1 Понятие<br>мерчандайзинга и роль в<br>современной экономике.          | 2                   | 2                                        | 0                                         |
| 2        | 1                              | Тема 2 Содержание<br>мерчандайзинга, его<br>составляющие элементы.           | 2                   | 2                                        | 0                                         |
| 3        | 1                              | Тема 3 Правила<br>мерчандайзинга.                                            | 4                   | 4                                        | 0                                         |
| 4        | 1                              | Тема 4 Мерчандайзинг<br>производителя /поставщик<br>а.                       | 2                   | 1                                        | 0                                         |
| 5        | 1                              | Тема 5 Мерчандайзинг в<br>розничной торговле.                                | 2                   | 2                                        | 0                                         |
| 6        | 1                              | Тема 6 Оценка<br>эффективности системы<br>мерчандайзинга.                    | 2                   | 2                                        | 0                                         |
| 7        | 1                              | Тема 7 Функциональные<br>обязанности специалистов<br>мерчандайзеров и оценка | 2                   | 1                                        | 0                                         |
| Всего    |                                |                                                                              | 16                  | 14                                       | 0                                         |

### 3.4 Лабораторные занятия

| №<br>п/п | №<br>раздела<br>дисципли<br>ны | Наименование занятий | Объем в акад. часах |                                          |                                           |
|----------|--------------------------------|----------------------|---------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|
|          |                                |                      | Всего               | в том числе, в<br>инновационной<br>форме | в том числе,<br>в<br>электронной<br>форме |
| Всего    |                                |                      |                     |                                          |                                           |

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

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

| 6.1. Основная литература       |                                |                                                                                                                                                                                                           |                                                            |
|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
|                                | Авторы, составители            | Заглавие                                                                                                                                                                                                  | Издательство, год                                          |
| Л1.1                           | Смоленцева Л. Т.               | Технологические планировки торговых залов: учеб. справ. по дисциплине "Организация, технология и проектирование предприятий" для студентов направления подготовки 080300.62, 100700.62 всех форм обучения | Красноярск: СФУ, 2012                                      |
| Л1.2                           | Голова А. Н.                   | Управление продажами: учебник для студ. экон. вузов по напр. "Экономика" и спец. "Маркетинг", "Реклама"                                                                                                   | Москва: "Дашков и К", 2013                                 |
| Л1.3                           | Смоленцева Л. Т., Куимов В. В. | Мерчандайзинг в торговле: учеб.-метод. комплекс [для студентов напр. подг. 100700.62 «Торговое дело»]                                                                                                     | Красноярск: СФУ, 2014                                      |
| Л1.4                           | Парамонова Т. Н.               | Маркетинг торгового предприятия                                                                                                                                                                           | Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013 |
| Л1.5                           | Алексина С. Б., Иванов Г. Г.   | Мерчандайзинг: Учебное пособие                                                                                                                                                                            | Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2014                     |
| 6.2. Дополнительная литература |                                |                                                                                                                                                                                                           |                                                            |
|                                | Авторы, составители            | Заглавие                                                                                                                                                                                                  | Издательство, год                                          |
| Л2.1                           | Авдеева В. Н.                  | Что и как продать самым маленьким покупателям: практ. пособие                                                                                                                                             | М.: Дашков и К, 2012                                       |
| Л2.2                           | Панкрухин А. П.                | Маркетинг: учебник для вузов                                                                                                                                                                              | М.: Омега-Л, 2009                                          |
| Л2.3                           | Смоленцева Л. Т.               | Мерчандайзинг в розничной торговле. Ч. 1: учеб. пособие для студентов специальности 080301.65 "Коммерция (торговое дело)" всех форм обучения                                                              | Красноярск: КИТЭИ, 2009                                    |



|      |                                                              |                                                                       |                                                       |
|------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Л2.4 | Парамонова Т. Н., Рамазанов И. А.                            | Мерчандайзинг: учебное пособие для вузов по специальности "Маркетинг" | Москва: КноРус, 2010                                  |
| Л2.5 | Алексина С. Б., Иванов Г. Г., Панкина Т. В., Крышталеv В. К. | Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник                      | Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2013                |
| Л2.6 | Басовский Л. Е., Басовская Е. Н.                             | Маркетинг: Учебное пособие                                            | Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 |

### **7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

|    |                                                                        |                                                                 |
|----|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Э1 | Консультант плюс                                                       | <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>        |
| Э2 | Научная библиотека СФУ                                                 | <a href="http://www.bik.sfu-kras.ru">www.bik.sfu-kras.ru</a>    |
| Э3 | Интернет-библиотека образовательных изданий                            | <a href="http://www.iglib.ru">http://www.iglib.ru</a>           |
| Э4 | Электронная библиотечная система «Университетская библиотека - online» | <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> |

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

Методика изучения дисциплины в общем виде исходит из следующих задач:

- Определение категории «мерчандайзинг» и его роль в современной экономике.
- Изучение содержания мерчандайзинга, его составляющие элементы.
- Изучение правил мерчандайзинга.
- Изучение мерчандайзинга производителя/поставщика.
- Изучение мерчандайзинга в розничной торговле.
- Изучение подходов к оценке эффективности системы мерчандайзинга.
- Изучение функциональных обязанностей специалистов мерчандайзеров и оценка эффективности их деятельности.

Методика изучения предмета строится на основе сочетания теоретического обучения с проведением практических занятий. Поэтому в содержательной части рабочей программы представлены теоретические вопросы, а также дан перечень практических заданий, позволяющих студентам приобрести умения и навыки.

Аудиторная работа предусматривает лекции по ключевым и проблемным вопросам дисциплины и проведение семинарских занятий с целью закрепления теоретических знаний. Семинарские занятия

предусматривают обсуждение докладов студентов. Подготовка к докладу на актуальные темы требует консультации у преподавателя по содержанию и списку литературы. Содержание доклада должно быть не более 5 - 7 страниц машинописного текста, так как для выступления с докладом отводится не более 5-10 минут. При чтении доклада следует применять технические средства, наглядные пособия, приводить примеры. Доклад можно представить в виде презентации PowerPoint.

На практических занятиях студенты решают ситуационные задачи, работают с раздаточным материалом и др.

Практические занятия имеют своей целью: закрепить знания полученные во время лекций и самостоятельной работы с учебной литературой; расширить и углубить представления студентов по наиболее актуальным проблемам в оптовой и розничной торговле, торгово-посреднических структурах и субъектах инфраструктуры товарных рынков; сформировать и развить практические навыки и умения, необходимые для будущей профессиональной деятельности; осуществить контроль за качеством усвоения студентами учебной программы.

При подготовке к практическому занятию следует изучить содержание вопросов, список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. Затем в библиотеке необходимо подобрать рекомендованные учебные пособия и ознакомиться с решением задания практического занятия. Для решения некоторых ситуационных задач следует подобрать дополнительные литературные источники. Их поиск осуществляется в соответствующих библиографических справочниках, систематическом каталоге, периодической печати и Интернет ресурсах. В соответствии с учебным планом планируется проведение тестового контроля по темам.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на формирование навыков работы с различными источниками, систематизации полученной информации, составления аналитических материалов, решения задач и прогнозирования реальных процессов. Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях.

Результаты самостоятельной работы при подготовке к практическим занятиям и докладу учитываются преподавателем при аттестации студента (зачете и экзамене). Самостоятельная работа осуществляется в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время включает: конспектирование (составление тезисов) лекций; решение

практических ситуаций; работу со справочной и методической литературой; работу с нормативными правовыми актами; участие в опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины; участие в тестировании и др. Самостоятельная работа во внеаудиторное время предусматривает: повторение лекционного материала; подготовки к семинарам и практическим занятиям); подготовки к тестированию; выполнение контрольной работы, подготовка к зачету. Формой контроля самостоятельной работы является: проверка домашних заданий; устные и письменные опросы на практических занятиях; тестирование, выступление с докладами.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушением зрения:

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушением слуха:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;

- в форме электронного документа.

Формы контроля:

1. Текущий контроль (осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия):

- опрос;

- проверка домашних заданий

2. Промежуточный и итоговый контроль знаний по дисциплине:

- промежуточное тестирование;

- зачет.

Данный набор средств достаточно хорошо позволяет обеспечить наглядность преподавания материала и позволяет логически правильно выстраивать основные положения рассматриваемой темы. Наиболее сложные схемы, которые не удастся студентам занести в конспекты, преподаватель может им предложить в виде раздаточного материала для отработки в часы самостоятельных занятий.

В целях более углубленного усвоения материала предусматривается проведение семинарских занятий с предоставлением демонстрационного материала также на электронных носителях.

## 9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

### 9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

|       |                                                                                                                                                      |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9.1.1 | Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный; |
| 9.1.2 |                                                                                                                                                      |
| 9.1.3 | Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;                            |
| 9.1.4 |                                                                                                                                                      |
| 9.1.5 | Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021                                 |
| 9.1.6 |                                                                                                                                                      |
| 9.1.7 |                                                                                                                                                      |

### 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

|            |                                                                                                                                                                                                    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9.2.1      |                                                                                                                                                                                                    |
| 9.2.2      | Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:                                                                  |
| 9.2.3      | Российские электронные научные журналы и базы данных                                                                                                                                               |
| 9.2.4      | ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>                                                                                          |
| 9.2.5      | Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>                                                                                                  |
| 9.2.6      | Университетская библиотека онлайн: <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>                                                                                                        |
| 9.2.7      | ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>                                                                                                     |
| 9.2.8      | Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <a href="http://dvs.rsl.ru">http://dvs.rsl.ru</a> (доступ к полному тексту), <a href="http://diss.rsl.ru">http://diss.rsl.ru</a> (доступ к каталогу) |
| 9.2.9      | Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <a href="http://www.znaniium.com">http://www.znaniium.com</a>                                                                                           |
| 9.2.1<br>0 | Электронно-библиотечная система «Лань»: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>                                                                                                    |
| 9.2.1<br>1 | Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»»: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>                                                                           |
| 9.2.1<br>2 | Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <a href="http://elcat.kgtei.ru:82/">http://elcat.kgtei.ru:82/</a>                                                                                          |
| 9.2.1<br>3 | Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online                                                                                                                                        |
| 9.2.1<br>4 | Cambridge University Press: <a href="http://www.journals.cambridge.org">http://www.journals.cambridge.org</a>                                                                                      |
| 9.2.1<br>5 | Biological & Agricultural Index Plus: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus">http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus</a>      |
| 9.2.1<br>6 | Books24x7: <a href="http://library.books24x7.com/library.asp?">http://library.books24x7.com/library.asp?</a>                                                                                       |

|            |                                                                                                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9.2.1<br>7 | EBSCO Publishing: <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>                                         |
| 9.2.1<br>8 | Euromonitor International: <a href="http://www.portal.euromonitor.com">http://www.portal.euromonitor.com</a>                    |
| 9.2.1<br>9 | Journal Citation Reports (JCR): <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>                                   |
| 9.2.2<br>0 | E Complete: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete">http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete</a> |
| 9.2.2<br>1 | Oxford Journals: <a href="http://www.oxfordjournals.org">http://www.oxfordjournals.org</a>                                      |
| 9.2.2<br>2 | Science/AAAS: <a href="http://www.sciencemag.org">http://www.sciencemag.org</a>                                                 |
| 9.2.2<br>3 | Scopus: <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>                                                               |
| 9.2.2<br>4 | Web of Science: <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>                                                   |
| 9.2.2<br>5 | Elsevier (журналы открытого доступа): <a href="http://sciencedirect.com">http://sciencedirect.com</a>                           |
| 9.2.2<br>6 | Локальные базы данных                                                                                                           |
| 9.2.2<br>7 | Электронный каталог НБ СФУ;                                                                                                     |
| 9.2.2<br>8 | Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;                                        |
| 9.2.2<br>9 | Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;                                                                  |
| 9.2.3<br>0 | 1. <a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a> – Менеджмент и маркетинг в бизнесе                                                |
| 9.2.3<br>1 | 2. <a href="http://www.budgetrf.ru">www.budgetrf.ru</a> – Бюджетная система РФ                                                  |
| 9.2.3<br>2 | 3. <a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты                          |
| 9.2.3<br>3 | 4. <a href="http://www.cfin.ru/">http://www.cfin.ru/</a> - Корпоративный менеджмент                                             |
| 9.2.3<br>4 | 5. <a href="http://www.ko.ru/">http://www.ko.ru/</a> - журнал «Компания»                                                        |
| 9.2.3<br>5 | 6. <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> - «Консультант Плюс»                                                |
| 9.2.3<br>6 | 7. <a href="http://www.devbusiness.ru">www.devbusiness.ru</a> – Развитие бизнеса.Ру                                             |
| 9.2.3<br>7 | 8. <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> - Система Гарант                                                            |
| 9.2.3<br>8 | 9. <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> - Федеральная служба государственной статистики                                   |

|            |                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9.2.3<br>9 | 10. <a href="http://www.rbc.ru">www.rbc.ru</a> – РосБизнесКонсалтинг                                                                                                                                                                                  |
| 9.2.4<br>0 | 11. <a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле                                                                                                                                                              |
| 9.2.4<br>1 | 12. <a href="http://www.russianmarket.ru">www.russianmarket.ru</a> – Маркетинговые исследования и аналитические материалы                                                                                                                             |
| 9.2.4<br>2 | 13. <a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> – Реклама, маркетинг, PR                                                                                                                                                                         |
| 9.2.4<br>3 | Для обучающихся обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями средствами Интернет.                                                                                      |
| 9.2.4<br>4 | На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности. |
| 9.2.4<br>5 |                                                                                                                                                                                                                                                       |

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).