

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

**Ю.Ю. Сулова**

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ИНСТРУМЕНТЫ ПОСТРОЕНИЯ  
ВОРОНКИ ПРОДАЖ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 Инструменты построения воронки продаж

Направление подготовки /  
специальность

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очно-заочная

2021

Красноярск 2021

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

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

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

---

очно-заочная форма обучения

---

2021 год набора

---

Программу  
составили

Ст. преподаватель, Веремеенко Ольга Сергеевна

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Владеть инструментами по повышению эффективности продаж предприятия на основе организации работы по построению воронки продаж.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- освоить особенности построения воронки продаж, ее структуру и принципы действия;
- уметь выстраивать работу компании по этапам процесса построения воронки продаж;
- анализировать воронку продаж и оценивать показатели конверсии;
- освоить работу с воронкой продаж в CRM-системах.

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

<b>ПК-16:Способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет"</b>	
<b>ПК-16.1:способен проводить мониторинг конкурентов в информационно-коммуникационной сети "Интернет"</b>	
Уровень 1	Методы выявления основных конкурентов,подходы к формированию параметров сравнительной характеристики
Уровень 1	Проводить мониторинг конкурентов в информационно-коммуникационной сети "Интернет"
Уровень 1	Инструментами анализа конкурентов в информационно-коммуникационной сети "Интернет"
<b>ПК-16.2:способен проводить исследование и мониторинг пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет"</b>	
Уровень 1	Методы определения целевой аудитории, подходы к формированию параметров оценки по взаимодействию с потребителями
Уровень 1	Проводить исследования и мониторинг пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет"
Уровень 1	Инструментами анализа пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет"
<b>ПК-11:Способен осуществлять консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
<b>ПК-11.1:Способен осуществлять анализ рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
Уровень 1	Структуру рынка государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Уровень 1	Анализировать закупки для рынка государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Методами и подходами к анализу рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
<b>ПК-11.2:Способен проводить консультирование по процедуре закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>	
Уровень 1	Процедуру закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Выстраивать работу по консультированию процедуры закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
Уровень 1	Инструментами консультирования по процедуре закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
<b>ПК-12:Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
<b>ПК-12.1:Способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
Уровень 1	Процесс организации продаж, в том числе с помощью информационных технологий
Уровень 1	Организовывать продажи на основе работы с воронкой продаж
Уровень 1	Современными информационными технологиями для организации продаж
<b>ПК-12.2:Способен осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий</b>	
Уровень 1	Процесс построения воронки продаж
Уровень 1	Применять инструменты для построения и анализа воронки продаж
Уровень 1	Инструментами продаж в CRM-системах
<b>ПК-13:Способен обеспечивать разработку каналов сбыта и управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям</b>	
<b>ПК-13.1:Способен осуществлять разработку каналов сбыта</b>	
Уровень 1	Методы поиска потенциальных клиентов
Уровень 1	Поддерживать контакты с клиентами
Уровень 1	Навыками взаимодействия с потенциальными клиентами
<b>ПК-13.2:Способен управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям</b>	
Уровень 1	Основы формирования уникального коммерческого предложения
Уровень 1	Контролировать поставки товаров по заключенным договорам
Уровень 1	Навыками реализации этапов договорных отношений предприятия
<b>ПК-4:Способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг</b>	
<b>ПК-4.1:Способен проводить сбор и анализ информации для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности</b>	
Уровень 1	Направления повышения эффективности торговой деятельности
Уровень 1	Анализировать информацию для формирования возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности
Уровень 1	Методами сбора и анализа информации для формирования

	возможных решений, направленных на повышение эффективности торговой деятельности
<b>ПК-4.2:Способен обосновывать решения с точки зрения достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг</b>	
Уровень 1	Подходы к обоснованию решений по достижению целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг
Уровень 1	Уметь обосновывать решения по построению воронки продаж по достижению целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг
Уровень 1	Навыками обоснования решений по достижению целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг с помощью построения воронки продаж
<b>ПК-1:Способен осуществлять планирование основных показателей деятельности предприятия сферы торговли и услуг</b>	
<b>ПК-1.1:способен разрабатывать долгосрочные планы развития деятельности предприятия</b>	
Уровень 1	Цикл продаж с использованием воронки продаж
Уровень 1	Проводить консультации по построению воронки продаж
Уровень 1	Инструментами построения воронки продаж для контроля полного цикла продаж
<b>ПК-1.2:способен осуществлять контроль за выполнением планов деятельности предприятия</b>	
Уровень 1	Основы управления комплексными проектами по продажам
Уровень 1	Составлять аналитические по продажам
Уровень 1	Инструментами проектирования при построении воронки продаж

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

«Инструменты построения воронки продаж» (Б1.В.ДВ.03.02) по направлению подготовки 38.03.06.00.30 «Торговое дело» (уровень академический бакалавриат), входит в блок дисциплин по выбору. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов:

Кооперационно–сетевые взаимодействия и бизнес–модели  
Платформы и сервисы взаимодействия с потребителем на рынках B2B, B2C, B2G и B2B2C  
Проектный анализ и управление e-commerce проектами  
Поисковая оптимизация и продвижение  
Цифровые платформы и экосистемы в торговле  
Управление репутацией бизнеса в цифровой среде  
E-commerce

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Инструменты построения воронки продаж» необходимо как предшествующее:

Научно-исследовательская работа

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной  
квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

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, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>4 (144)</b>	<b>4 (144)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,33 (48)</b>	<b>1,33 (48)</b>
занятия лекционного типа	0,56 (20)	0,56 (20)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	0,22 (8)	0,22 (8)
практикумы		
лабораторные работы	0,56 (20)	0,56 (20)
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>1,67 (60)</b>	<b>1,67 (60)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Да
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>1 (36)</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	ВОРОНКА ПРОДАЖ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПОСТРОЕНИЯ	10	4	10	32	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-11.1 ПК-11.2 ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1 ПК-13.2 ПК-16.1 ПК-16.2 ПК-4.1 ПК-4.2
2	СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПО РАБОТЕ С ВОРОНКОЙ ПРОДАЖ	10	4	10	28	ПК-11.1 ПК-11.2 ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1 ПК-13.2 ПК-16.1 ПК-16.2
Всего		20	8	20	60	

#### 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	Воронка продаж и ее назначение в деятельности предприятия	2	0	0
2	1	«Воронка потребления» на основе модели потребительского поведения AIDA	2	0	0



3	1	Процесс построения воронки продаж. Характеристика этапов	4	0	0
4	1	Конверсия в воронке продаж: расчет на всех этапах и инструменты ее повышения	2	0	0
5	2	Инструменты для построения и анализа воронки продаж с применением CRM-систем	6	0	0
6	2	Построения воронки продаж в системе управления Интернет-магазином	2	0	0
7	2	Автоматическая воронка продаж и особенности ее построения	2	0	0
Итого			20	0	0

### 3.3 Занятия семинарского 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	Воронка продаж и ее назначение в деятельности предприятия	2	0	0
2	1	Конверсия в воронке продаж: расчет на всех этапах и инструменты ее повышения	2	0	0
3	2	Инструменты для построения и анализа воронки продаж с применением CRM-систем	2	0	0
4	2	Построения воронки продаж в системе управления Интернет-магазином	2	0	0
Итого			8	0	0

### 3.4 Лабораторные занятия

№	№	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	---	----------------------	---------------------

п/п	раздела дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Воронка продаж и ее назначение в деятельности предприятия	2	0	0
2	1	«Воронка потребления» на основе модели потребительского поведения AIDA	2	0	0
3	1	Процесс построения воронки продаж. Характеристика этапов	4	0	0
4	1	Конверсия в воронке продаж: расчет на всех этапах и инструменты ее повышения	2	0	0
5	2	Инструменты для построения и анализа воронки продаж с применением CRM-систем	2	0	0
6	2	Построения воронки продаж в системе управления Интернет-магазином	2	0	0
7	2	Автоматическая воронка продаж и особенности ее построения	6	0	0
Всего			20	0	0

## **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	Иванова С.	Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг	Москва: ООО "Альпина Паблицер", 2016

Л1.2	Наумов В.Н.	Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019
Л1.3	Семёнов С.	Большие продажи без компромиссов и оправданий: Система эффективных продаж по телефону и на встречах: Научно-популярное	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018
Л1.4	Смит К.	Конверсия. Как превратить лиды в продажи: Справочное пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2017
<b>6.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1		Правила оказания услуг и продажи товаров ; Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей": нормативный документ	Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2010
Л2.2	Гвозденко Е. В.	Инстинкт покупать. Успешные продажи с психологическим подходом: практ. пособие	М.: Дашков и К, 2010
Л2.3	Захарова Ю. А.	Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж: практ. пособие	М.: Дашков и К, 2012
Л2.4	Парабеллум А., Колотилов Е.	Двухшаговые продажи: Практические рекомендации Учебное пособие	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016
Л2.5	Птуха К., Гусарова В.	Эмоциональные продажи: Как увеличить продажи втрое	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016
Л2.6		Правила продажи отдельных видов товаров: с последними изменениями	Ростов-на-Дону: Феникс, 2017
Л2.7	Норка Д.	Экспертные продажи. Новые методы убеждения покупателей: Практическое руководство	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2018

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

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы носят элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине:

1. Лекции.

Главная задача лекционных занятий по дисциплине - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

В процессе изложения учебного материала по дисциплине применяются следующие виды лекций:

1) Вводная лекция - дает первое целостное представление об учебном предмете и ориентирует студента в системе работы по данному курсу. Основная цель - ознакомить студентов с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки бакалавров. Дается краткий обзор курса, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках курса, а также дается анализ учебно-методической литературы, рекомендуемой студентам, уточняются сроки и формы отчетности.

2) Лекция-информация. Данные лекционные занятия ориентированы на изложение и объяснение студентам научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию.

3) Проблемная лекция. На таких лекциях новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

4) Лекция-визуализация. Занятия представляют собой визуальную форму подачи лекционного материала с помощью аудио и видеотехники. Чтение лекций сводится к развернутому или краткому комментированию просматриваемых визуальных материалов (слайдов в виде схем, графиков, моделей).

2. Практические занятия по решению задач.

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины. На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, используемые при решении задач, осознать

связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

### 3. Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия по дисциплине формируют исследовательский подход к изучению учебного материала.

### 4. Контроль качества знаний.

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины.

Итоговый контроль знаний студентов включает экзамен (итоговая аттестация по дисциплине).

### 5. Самостоятельная работа студентов.

СРС по дисциплине включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к лабораторным или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Взаимосвязь аудиторной и самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины заключается в необходимости подготовки студентов к занятиям, включая дополнение текстов лекций по дисциплине, рассмотрение проблемных вопросов.

Минимальный удовлетворительный уровень знаний, приобретенных после изучения курса, предполагает прочное усвоение всех экономических категорий, их состава, назначения методов определения и применения, а также изучения их взаимосвязей в динамике. Высокий уровень усвоения содержания дисциплины требует системы знаний экономического кругозора, умения использования рыночных категорий, в изучении процессов и взаимосвязей в практике.

В качестве промежуточного контроля знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- контрольные работы;
- письменные домашние задания;
- расчетно-аналитические задания;
- подготовка докладов выступлений по проблемным вопросам;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

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

### 9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Перечень программного обеспечения
9.1.2	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP). Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный. Офисный пакет приложений, для операционных систем Microsoft Windows.
9.1.3	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users.. Лицсертификат
9.1.4	EAV-0189835462 от 10.04.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.5	Kaspersky Endpoint Security. Лицсертификат 2462–170522–081649–547–546 от 22.05.2017. Средство антивирусной защиты
9.1.6	
9.1.7	Перечень программного обеспечения находящегося в свободном доступе
9.1.8	Google Chrome, Yandex, Mozilla FireFox, Opera. Архиватор
9.1.9	zip, winrar. Программа для создания презентаций
9.1.1 0	Power Point MS Office
9.1.1 1	ABBYY FineReader. Сетевая программа распознавания текста

### 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Перечень информационных технологий:
9.2.2	Информационная платформа LMS «Moodle»: Образовательный портал СФУ построенный на информационной платформе LMS Moodle и доступный по адресу e.sfu-kras.ru из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет Ссылка на курс: <a href="https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15825">https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=15825</a>
9.2.3	Электронно-библиотечные системы: Обеспечивается доступ к электронно-библиотечным системам издательств, например, ЭБС издательства «Лань», «Инфра-М», издательского дома «Гребенников»
9.2.4	Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:
9.2.5	Российские электронные научные журналы и базы данных
9.2.6	ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
9.2.7	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
9.2.8	Университетская библиотека онлайн: <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>
9.2.9	ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <a href="http://grebennikon.ru">http://grebennikon.ru</a>
9.2.1 0	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)
9.2.1 1	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a>

9.2.1 2	Электронно-библиотечная система «Лань»: <a href="http://e.lanbook.com">http://e.lanbook.com</a>
9.2.1 3	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <a href="http://rucont.ru">http://rucont.ru</a>
9.2.1 4	Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <a href="http://elcat.kgtei.ru:82/">http://elcat.kgtei.ru:82/</a>
9.2.1 5	Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online
9.2.1 6	Cambridge University Press: <a href="http://www.journals.cambridge.org">http://www.journals.cambridge.org</a>
9.2.1 7	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 8	Books24x7: <a href="http://library.books24x7.com/library.asp?">http://library.books24x7.com/library.asp?</a>
9.2.1 9	EBSCO Publishing: <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>
9.2.2 0	Euromonitor International: <a href="http://www.portal.euromonitor.com">http://www.portal.euromonitor.com</a>
9.2.2 1	Journal Citation Reports (JCR): <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.2 2	E Complete: <a href="http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete">http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete</a>
9.2.2 3	Oxford Journals: <a href="http://www.oxfordjournals.org">http://www.oxfordjournals.org</a>
9.2.2 4	Science/AAAS: <a href="http://www.sciencemag.org">http://www.sciencemag.org</a>
9.2.2 5	Scopus: <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>
9.2.2 6	Web of Science: <a href="http://isiknowledge.com">http://isiknowledge.com</a>
9.2.2 7	Elsevier (журналы открытого доступа): <a href="http://sciencedirect.com">http://sciencedirect.com</a>
9.2.2 8	Локальные базы данных
9.2.2 9	Электронный каталог НБ СФУ;
9.2.3 0	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;
9.2.3 1	Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;
9.2.3 2	1. <a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a> – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
9.2.3 3	2. <a href="http://www.budgetrf.ru">www.budgetrf.ru</a> – Бюджетная система РФ

9.2.3 4	3. <a href="http://www.businesspress.ru">www.businesspress.ru</a> - Деловая пресса. Электронные газеты
9.2.3 5	4. <a href="http://www.cfin.ru/">http://www.cfin.ru/</a> - Корпоративный менеджмент
9.2.3 6	5. <a href="http://www.ko.ru/">http://www.ko.ru/</a> - журнал «Компания»
9.2.3 7	6. <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> - «Консультант Плюс»
9.2.3 8	7. <a href="http://www.devbusiness.ru">www.devbusiness.ru</a> – Развитие бизнеса.Ру
9.2.3 9	8. <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> - Система Гарант
9.2.4 0	9. <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> - Федеральная служба государственной статистики
9.2.4 1	10. <a href="http://www.rbc.ru">www.rbc.ru</a> – РосБизнесКонсалтинг
9.2.4 2	11. <a href="http://www.retail.ru/">http://www.retail.ru/</a> - Все о розничной торговле
9.2.4 3	12. <a href="http://www.russianmarket.ru">www.russianmarket.ru</a> – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
9.2.4 4	13. <a href="http://www.sostav.ru">www.sostav.ru</a> – Реклама, маркетинг, PR
9.2.4 5	
9.2.4 6	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 7	

## **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).