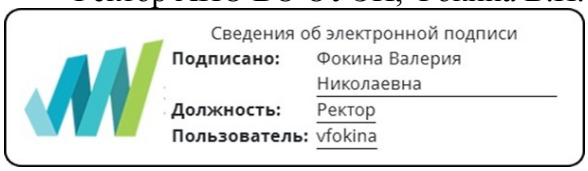
Автономная некоммерческая организация высшего образования
"Открытый университет экономики, управления и права"
(АНО ВО ОУЭП)

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор АНО ВО ОУЭП, Фокина В.Н.



«24» апреля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины Б1.В.05 «Маркетинговые факторы результативности бизнеса»
Образовательная программа направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность (профиль): «Информационный менеджмент»

Квалификация - магистр

Москва 2026

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - дать студентам магистратуры комплексное представление о существующих подходах к оценке результативности бизнеса, вкладе маркетинга в конечные показатели деятельности компании, а также в показатели результативности ее бизнес-процессов.

Задачи дисциплины:

- изучение индикаторов результативности управленческих программ;
- формирование навыков построения баз данных для оценки результативности бизнеса.

2 Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Маркетинговые факторы результативности бизнеса» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить:

профессиональную компетенцию

ПК-2 Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

Результаты освоения дисциплины, установленные индикаторы достижения компетенций

Наименование компетенции	**Индикаторы достижений компетенции**	**Показатели (планируемые) результаты обучения**
ПК-2 Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-2.2. Демонстрирует знание основных концепций маркетинга партнерских отношений и сегментации клиентов по их экономической выгодности для фирмы; умение рассчитывать основные индикаторы результативности и эффективности маркетинговых программ; анализировать чувствительность маркетинговых результатов в зависимости от колебаний значений исходных параметров маркетинговой модели; владеет	**Знать:** - проблемы оценки результативности маркетинга; - основные понятия результативности бизнеса и маркетинга; - эволюцию теоретических подходов к пониманию цели и результата бизнеса; - значение и роль маркетинга в обеспечении результативности бизнеса; - базовые модели результативности маркетинга; - концепцию системы сбалансированных показателей (ССП); - показатели четырех важнейших стратегических областей — «финансы», «клиенты», «бизнес-процессы», «обучение и развитие»; - стратегические и финансовые цели на высшем уровне управления; - этапы разработки системы управления результативностью маркетинговой деятельности на основе BSC; - преимущества и недостатки BSC; - эволюцию подходов к управлению качеством;

Наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения
	навыками прогнозирования вероятности изменений результатов деятельности фирмы при изменении внешних условий. ПК-2.3 Демонстрирует умение составлять аналитические материалы для оценки мероприятий в области прикладных исследований и управления бизнес-процессами.	- сущность концепции всеобщего управления качеством; - взаимосвязь качества и результатов бизнеса; - взаимосвязь TQM и маркетинга; - возможности применения мировых премий в области качества к оценке результативности маркетинга; - маркетинговые процессы в компании; уметь - применять процессный подход в маркетинге; - проводить анализ и аудит системы менеджмента качества в компании; - делать анализ бизнес-процессов маркетинга и процессов, в которых маркетинг принимает участие; - подготавливать предложения по улучшению и совершенствованию процессов; - стадии развития отношений с клиентами: от первой сделки к формированию приверженности; - стадии процесса привлечения клиентов; - основные методы измерения удовлетворенности клиента; - сущность понятия «лояльность» и ее виды; - показатели и методы измерения лояльности; - опережающие и результирующие показатели на стадии привлечения клиентов; - опережающие и результирующие показатели на стадии удержания клиентов; - теорию ценности клиента: ценность от клиента и ценность для клиента; - основные методы анализа клиентской базы: ABC-анализ, XYZ- аналнз, интегрированный ABC-XYZ-анализ, RFM-анализ, многофак-торные модели анализа; - стратегии маркетинга по отношению к различным по привлекательности группам клиентов; - понятие пожизненной ценности клиента; - стратегии повышения ценности клиента; - важность формирования клиентского капитала и методы расчета его величины; - экономические аспекты управления клиентскими активами компании; - модель маркетинга, основанного на клиентских активах;

Наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения
		- сущность маркетинга совместного творчества
		Уметь - обосновать роль маркетинга и отдельных маркетинговых подразделений / специалистов в достижении стратегических целей компании; - дифференцировать основные теоретические подходы к управлению результативностью бизнеса и определять маркетинговые показатели, направленные на ее достижение; - преобразовывать стратегические цели компании в показатели; - каскадировать показатели стратегических целей в показатели маркетинга; - устанавливать причинно-следственные связи между показателями различных стратегических областей; - применять различные методики оценки удовлетворенности клиентов; - выделять стадии процесса продаж и рассчитывать коэффициенты конверсии на различных стадиях воронки продаж; - определять основные индикаторы эффективности привлечения и удержания клиентов; - рассчитывать финансовые результаты от повышения уровня удержания; - определять основные параметры, характеризующие ценность для клиента и ценность от клиента; - применять основные методики анализа клиентской базы; владеть - навыками ABC, XYZ и RFAf-анализа клиентской базы; - разработки дифференцированных маркетинговых стратегий для групп клиентов с различным покупательским поведением и ценностью для компании; - анализировать стратегии компании, направленные на увеличение пожизненной ценности клиента; - идентифицировать современные направления развития маркетинга совместного творчества и его влияние на пожизненную ценность клиента
		Владеть: - методами диагностики систем управления результативностью маркетинга;

Наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Показатели (планируемые) результаты обучения
		- навыками построения цепочек маркетинговой продуктивности для конкретной компании; - навыками перевода стратегии организации в показатели операционной деятельности, в том числе для каждого сотрудника организации; - навыками описания бизнес-процессов, в том числе маркетинговых процессов в соответствии с требованиями стандарта ИСО 9000; - навыками предложения и разработки программы, направленной на интеграцию подразделений компании, с учетом основных принципов системы менеджмента качества; - понятийным аппаратом в области маркетинга работы с клиентами; - навыками разработки маркетинговых программ, направленных на повышение результативности процессов привлечения и удержания клиентов; - навыками расчета пожизненной ценности клиента

Знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной «Маркетинговые факторы результативности бизнеса», являются необходимыми для последующего поэтапного формирования компетенций и изучения дисциплин.

Междисциплинарные связи с дисциплинами

Компетенция	Этапы формирования компетенций, определяемые дисциплинами направления подготовки «Менеджмент»		
	начальный	последующий	итоговый
ПК-2 Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Экономический анализ и аудит	Информационное обеспечение управления организацией	Эконометрика (продвинутый уровень)
	Маркетинговые факторы результативности бизнеса	Управление человеческим капиталом	Социально-экономическая статистика
		Методы и технологии преподавания экономико-управленческих дисциплин в высшей школе	Производственная практика: научно-исследовательская работа
		Психология и педагогика в высшей школе	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной

Компетенция	Этапы формирования компетенций, определяемые дисциплинами направления подготовки «Менеджмент»		
	начальный	последующий	итоговый
		Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности	квалификационной работы
		Производственная практика: научно-исследовательская работа	

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды работы по дисциплине:

№ п/п	Виды учебных занятий	Всего часов по формам обучения, ак. ч			
		Очная		Заочная	
		всего	в том числе	всего	в том числе
1	**Контактная работа (объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем) (всего)**			**8,2**	
	В том числе в форме практической подготовки				*2*
1.1	занятия лекционного типа (лекции)			2	
1.2	занятия семинарского типа (практические)*, в том числе:			4	
1.2.1	семинар-дискуссия, практические занятия				0 4
	в форме практической подготовки				*2*
1.2.2	занятия семинарского типа: лабораторные работы (лабораторные практикумы)				
1.2.3	курсовое проектирование (выполнение курсовой работы)				
1.3	контроль промежуточной аттестации и оценивание ее результатов, в том числе:			2,2	
1.3.1	консультация групповая по подготовке к промежуточной аттестации				2
1.3.2	прохождение промежуточной аттестации				0,2
2	**Самостоятельная работа (всего)**			62	
2.1	работа в электронной информационно-образовательной среде с образовательными ресурсами учебной библиотеки, компьютерными средствами обучения для подготовки к текущей и промежуточной аттестации, к курсовому проектированию (выполнению курсовых работ)			**62**	
2.2	самостоятельная работа при подготовке к промежуточной аттестации			**1,8**	
3	**Общая трудоемкость**			**72**	
	часы			2	
	дисциплины зачетные единицы	зачет			
	форма промежуточной аттестации				

5. Содержание дисциплины
5.1. Содержание разделов и тем

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Маркетинг в системе управления результативностью бизнеса компании	Результативность бизнеса компании. Роль маркетинга в обеспечении бизнеса компании. Проблемы оценки результативности маркетинга. Понятия результативности бизнеса и маркетинга. Эволюция теоретических подходов к управлению результативностью бизнеса. Модели продуктивности бизнеса. Маркетинг, ориентированный на стоимость. Нормативная и контекстуальная модели оценки маркетинговой результативности. Принципы построения системы показателей результативности бизнеса. Функции и виды показателей. Ключевые показатели маркетинговой деятельности. Границы применения показателей. Понятие «система показателей». Требования к системе показателей. Система измерений результативности бизнеса: проблема целостности. Система сбалансированных показателей в маркетинге и сбыте. Концепция системы сбалансированных показателей. Перспектива «финансы» и лючевые финансовые показатели. Перспектива «клиенты» и ключевые показатели клиентской группы. Перспектива «внутренние бизнес-процессы». Перспектива «обучение и развитие» и ее ключевые показатели. Этапы разработки управления результативностью маркетинговой деятельностью на основе BSC. Маркетинг и всеобщее управление качеством. Применение процессного подхода в маркетинге. Концепция всеобщего управления качеством. Взаимосвязь качества и результатов бизнеса. Принципы менеджмента качества. Национальные премии в области менеджмента качества. Модели и критерии совершенства. Методы оценки и шкалы измерений в моделях мировых премий. TQM и маркетинг: взаимное обогащение подходов. Возможности применения моделей мировых премий в области качества к оценке результативности маркетинга. Управление компанией на основе процессного подхода. Применение процессного подхода в маркетинге.
2	Работа компании с клиентами: показатели и процессы	Клиенты компании: привлечение и удержание. Клиенты компании: от первой сделки к формированию клиентских активов. Привлечение клиентов. Удержание клиентов. Процессы формирования и анализа клиентской базы. Теория ценности клиента: ценность для клиента и ценность от клиента. Формирование клиентской базы. Методы анализа клиентской базы. Развитие отношений с клиентом и формирование клиентского капитала. Концепция пожизненной ценности клиента. Маркетинговые стратегии, направленные на увеличение пожизненной ценностиклиента: примеры компаний. Формирование клиентского капитала. Экономические аспекты управления клиентскими активами компании. Взаимодействие с потребителем: от партнёрства, к совместному созданию ценности. Маркетинг совместного творчества.

6. Методические указания по освоению дисциплины

6.1 Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия и переработки учебного материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производится с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателям. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений студентов с ограниченными возможностями здоровья с преподавателями и другими студентами, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Разработка учебных материалов и организация учебного процесса проводится с учетом нормативных документов и локальных актов образовательной организации.

В соответствии с нормативными документами инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь; инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей(занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися с использованием клавиатуры с азбукой Брайля, либо надиктовываются ассистенту;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом и\или использованием специализированным программным обеспечением Jaws;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство,допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- имеется в наличии информационная система "Исток" для слабослышащих коллективного пользования;

- по их желанию испытания проводятся в электронной или письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- тестовые и тренинговые задания по текущей и промежуточной аттестации выполняются обучающимися на компьютере через сайт «Личная студия" с использованием электронного обучения, дистанционных технологий;

- для обучения лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата используется электронный образовательный ресурс, электронная информационно-образовательная среда;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

6.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- качественное освоение теоретического материала по изучаемой дисциплине, углубление
и расширение теоретических знаний с целью их применения на уровне межпредметных связей;

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических навыков;

- формирование умений по поиску и использованию нормативной, правовой, справочной
и специальной литературы, а также других источников информации;

- развитие познавательных способностей и активности, творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самообразованию, самосовершенствованию и самореализации;

- развитие научно-исследовательских навыков;

- формирование умения решать практические задачи (в профессиональной деятельности), используя приобретенные знания, способности и навыки.

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса.

Самостоятельная работа предполагает инициативу самого обучающегося в процессе сбора и усвоения информации, приобретения новых знаний, умений и навыков и

ответственность его за планирование, реализацию и оценку результатов учебной деятельности. Процесс освоения знаний при самостоятельной работе не обособлен от других форм обучения.

Самостоятельная работа должна:

- быть выполнена индивидуально (или являться частью коллективной работы). В случае,

когда СР подготовлена в порядке выполнения группового задания, в работе делается соответствующая оговорка;

- представлять собой законченную разработку (этап разработки), в которой анализируются актуальные проблемы по определенной теме и ее отдельных аспектов;
- отражать необходимую и достаточную компетентность автора;
- иметь учебную, научную и/или практическую направленность;
- быть оформлена структурно и в логической последовательности: титульный лист, оглавление, основная часть, заключение, выводы, список литературы, приложения,
- содержать краткие и четкие формулировки, убедительную аргументацию, доказательность и обоснованность выводов;
- соответствовать этическим нормам (правила цитирования и парафраз; ссылки на использованные библиографические источники; исключение плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ).

7. Система оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а также критерии выставления оценок, описание шкал оценивания

№ п/п	Наименование формы проведения текущей и промежуточной аттестации	Описание показателей оценочного материала	Представление оценочного материала в фонде	Критерии и описание шкал оценивания *(шкалы: 0-100%, четырехбалльная, тахометрическая)*
1	*Тест-тренинг*	Вид тренингового учебного занятия, задачей которого является закрепление учебного материала, а также проверка знаний обучающегося как по дисциплине в целом, так и по отдельным темам (разделам) дисциплины .	Система стандартизированных заданий	- от 0 до 69,9 % выполненных заданий – не зачтено; - 70 до 100 % выполненных заданий – зачтено.
2	*Зачет*	1-я часть зачета: выполнение практико-ориентированных заданий (аттестационное испытание промежуточной аттестации, проводимое устно с использованием телекоммуникационны	Практико-ориентированные задания	*Критерии оценивания преподавателем практико-ориентированной части зачета:* - соответствие содержания ответа заданию, полнота раскрытия темы/задания (оценка соответствия содержания ответа

№ п/п	Наименование формы проведения текущей и промежуточной аттестации	Описание показателей оценочного материала	Представление оценочного материала в фонде	Критерии и описание шкал оценивания *(шкалы: 0-100%, четырехбалльная, тахометрическая)*
		х технологий)		теме/заданию); - умение проводить аналитический анализ прочитанной учебной и научной литературы, сопоставлять теорию и практику; - логичность, последовательность изложения ответа; - наличие собственного отношения обучающегося к теме/заданию; - аргументированность, доказательность излагаемого материала. *Описание шкалы оценивания практико-ориентированной части зачета* Оценка «*зачтено*» выставляется при соответствии содержания ответа поставленному заданию, при подробном, аргументированном раскрытии сущности вопроса; если обучающийся анализирует, умело систематизирует и структурирует излагаемый материал, высказывая свою точку зрения, обоснованно и правомерно использует методы классификации, сравнения и др.; демонстрирует умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Оценка «*не зачтено*»:

№ п/п	Наименование формы проведения текущей и промежуточной аттестации	Описание показателей оценочного материала	Представление оценочного материала в фонде	Критерии и описание шкал оценивания *(шкалы: 0-100%, четырехбалльная, тахометрическая)*
				- если содержание ответа не соответствует поставленному заданию; обучающийся не обладает знаниями по значительной части программного материала, испытывает трудности с обобщением, систематизацией изученного материала по дисциплине и не может грамотно изложить ответ на поставленное задание. Итоговая оценка за зачет выставляется преподавателем на основе оценивания результатов электронного тестирования обучающихся и выполнения ими практико-ориентированной части зачета
		2-я часть зачета: выполнение электронного тестирования (аттестационное испытание промежуточной аттестации с использованием информационных тестовых систем)	Система стандартизированных заданий (тестов)	*Описание шкалы электронного тестирования:* - от 0 до 65,9% выполненного задания - не зачтено; - 66 до 100% выполненного задания - зачтено.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Представлены в приложении к рабочей программе по дисциплине, расположены на сайте в разделе «прочие документы»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Рекомендуемая литература

1. Шамис, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 174 с. — ISBN 978-5-4497-1826-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/124747.html
2. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно-маркетинговых технологий : коллективная монография / М. А. Маньшикова, М. Я. Веселовский, И. В. Христофорова [и др.] ; под редакцией М. А. Меньшиковой, Г. П. Бутко, П. А. Поротникова. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024. — 230 с. — ISBN 978-5-9908220-2-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/140438.html
3. Бурков, В. Ю. Инструменты рекламы и маркетинга для малого и среднего бизнеса : учебник / В. Ю. Бурков. — Москва : Прометей, 2024. — 212 с. — ISBN 978-5-00172-704-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/153494/details
4. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. — 146 с. — ISBN 978-5-9275-4644-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/149683/details

8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. https://ro-edu.ru/ - Медиапортал «Российское образование»
2. http://www.iprbookshop.ru - Электронно-библиотечная система IPRSmart (ЭБС IPRSmart) –электронная библиотека по всем отраслям знаний
3. https://www.elibrary.ru/ - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
4. https://cyberleninka.ru/ - научная электронная библиотека КиберЛенинка
5. https://gufo.me/ - справочная база энциклопедий и словарей
6. https://universarium.org/ - российская межвузовская платформа от ведущих университетов и компаний
7. https://www.lektorium.tv/ - российская образовательная платформа, которая предлагает массовые открытые онлайн-курсы (МООК) и лекции от ведущих вузов, научных институтов и компаний
8. https://rusneb.ru/ - федеральная государственная информационная система и единое электронное пространство знаний, объединяющее оцифрованные фонды российских библиотек, музеев и архивов
9. http://www.consultant.ru/ - справочная правовая система КонсультантПлюс
10. https://www.garant.ru/ - справочная правовая система Гарант

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине представлено в приложении 7 «Сведения о материально-техническом обеспечении программы высшего образования – программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

9.1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Программное обеспечение Университета, являющееся частью электронной

информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

Программное обеспечение, необходимое для реализации дисциплины:

Лицензионное программное обеспечение (в том числе, отечественного производства)

Операционная система Windows Professional 10

ПО браузер – приложение операционной системы, предназначенное для просмотра Web-страниц

Платформа проведения аттестационных процедур с использованием каналов связи (отечественное ПО)

Платформа проведения вебинаров (отечественное ПО)

Информационная технология. Онлайн тестирование цифровой платформы Ровеб (отечественное ПО)

Электронный информационный ресурс. Экспертный интеллектуальный информационный робот Аттестация асессоров (отечественное ПО)

Информационная технология. Аттестационный интеллектуальный информационный робот контроля оригинальности и профессионализма «ИИР КОП» (отечественное ПО)

Электронный информационный ресурс «Личная студия обучающегося» (отечественное ПО)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Мой Офис Веб-редакторы https://edit.myoffice.ru (отечественное ПО);

ПО OpenOffice.Org Calc - http://qsp.su/tools/onlinehelp/about_license_gpl_russian.html;

ПО OpenOffice.Org.Base - http://qsp.su/tools/onlinehelp/about_license_gpl_russian.html;

ПО OpenOffice.org.Impress -http://qsp.su/tools/onlinehelp/about_license_gpl_russian.html

ПО OpenOffice.Org Writer - http://qsp.su/tools/onlinehelp/about_license_gpl_russian.html

ПО Open Office.org Draw - http://qsp.su/tools/onlinehelp/about_license_gpl_russian.html

ПО «Блокнот» - стандартное приложение операционной системы (MS Windows, Android и т.д.), предназначенное для работы с текстами