

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол от «16» мая 2019 г. № 9/1

Зав. кафедрой  /Е.И. Янгирова

Согласовано:
Председатель УМК института

 /Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Франчайзинг в торговой деятельности

Вариативная часть
(дисциплина по выбору)

программа бакалавриата

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки: «Коммерция»

Квалификация
бакалавр

Разработчик (составитель):
Ст. преподаватель



Сафиуллина Е.А.

Для приема 2019 г
Уфа 2019 г.

Составитель: старший преподаватель кафедры управления проектами и маркетинга Сафиуллина Е.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга протокол от «16»мая 2019 г. № 9/1

Заведующий кафедрой  /Янгирова Е.И.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры управления проектами и маркетинга,

протокол № 10 от «31» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой  _____ / Янгирова Е.И

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,

протокол № _____ от « _____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,

протокол № _____ от « _____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

| | |
|--|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 4 |
| 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы | 4 |
| 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся) | 5 |
| 4. Фонд оценочных средств по дисциплине | 11 |
| 4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания | 11 |
| 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций | 13 |
| 4.3. Рейтинг-план дисциплины | 14 |
| 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 23 |
| 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины | 23 |
| 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины | 24 |
| 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 26 |

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

| Результаты обучения | | Формируемая компетенция (с указанием кода) | Примечание |
|---------------------------------------|--|---|------------|
| Знания | 1. Знать: сущность франчайзинговых отношений, подходы к организации хозяйственных связей с субъектами франчайзинга; требования к выбору франшизы; структуру договора франчайзинга | ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение | |
| | 2. Знать: преимущества и риски реализации проектов по франшизе; стадии жизненного цикла франчайзинговой системы; каналы продаж франшизы | ПК- 8 готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания | |
| Умения | 1. Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков использования франчайзинга как финансового инструмента развития организации при взаимодействии с партнерами; анализировать денежные, материальные, информационные потоки организации работы по франшизе | ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение | |
| | 2. Уметь: разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию механизма сотрудничества по франшизе; оценивать эффективность применения франчайзинга в развитии деятельности организации | ПК- 8 готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания | |
| Владения (навыки / опыт деятельности) | 1. Владеть: навыками оценки финансовых и организационно-технологических условий сотрудничества по договору франчайзинга | ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение | |
| | 2. Владеть: навыками разработки и продвижения франшизы | ПК- 8 готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания | |

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Франчайзинг в торговой деятельности» относится к вариативной части (дисциплине по выбору). Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Целью учебной дисциплины «Франчайзинг в торговой деятельности» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в сфере франчайзинга, особенности применения франчайзинга в торговле; сущность нормативно-правовой базы, регулирующей использование франчайзинга; формировать принципы взаимоотношения между франчазы и франчайзером; анализ факторов, обеспечивающих эффективность франчайзинга; решение технологических вопросов в предприятиях, использующих франчайзинг.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Торговое дело», «Метрология, стандартизация и сертификация», «Управление качеством», «Деловое общение», «Документальное обеспечение коммерческих сделок», «Деловая корреспонденция и деловая документация», «Правовое регулирование в торговой деятельности», «Защита прав потребителей».

Дисциплина «Франчайзинг в торговой деятельности» является необходимой для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Франчайзинг в торговой деятельности
на 7 семестр
очной формы обучения

| Вид работы | Объем дисциплины |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов) | 3/108 |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем: | |
| лекций | 18 |
| практических/ семинарских | 18 |
| лабораторных | |
| других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) | 0,2 |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) | 71,8 |
| Учебных часов на подготовку к зачету (контроль) | |

Форма(ы) контроля:
Зачет 7 семестр

| № п/п | Тема и содержание | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) | | | | Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) | Задания по самостоятельно й работе студентов | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|---|--|---|------------|----|----|---|---|--|
| | | ЛК | ПР/СЕ М | ЛР | СР | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Модуль 1. Теоретические основы франчайзинга | | | | | | | | |
| 1. | Характеристика и история развития франчайзинга. Принципы построения франчайзинговой системы | 2 | 2 | | 9 | 1, 2,3, 5 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |
| 2. | Преимущества и недостатки франчайзинга. Взаимоотношения между франчайзером и франчайзи. Социально-экономическая эффективность франчайзинга | 2 | 2 | | 9 | 1, 2,3, 4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 3. | Виды и формы франчайзинга. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления продажами франшиз | 4 | 4 | | 9 | 3,4, | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| Модуль 2. Использование франчайзинга в торговле | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|---|--|-----|---------|-----------------------------------|---|
| 4. | Концепция создания системы франчайзинга в торговых организациях. Стадии развития франчайзинговых систем | 2 | 2 | | 9 | 1,2,3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 5. | Оценка конкурентоспособности франшизы. Факторы, влияющие на выбор франшизы. Количественные и качественные показатели оценки франшизы. Методы выбора франшизы. Перспективные направления приобретения франшизы в России и за рубежом. | 2 | 2 | | 9 | 3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 6. | Экономические аспекты построения франшизной системы в торговле | 2 | 2 | | 9 | 5 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 7. | Лизинговые операции в системе франчайзинговых отношений | 2 | 2 | | 9 | 1,2,3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 8. | Правовое регулирование взаимоотношения сторон в системе франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинговых отношений. | 2 | 2 | | 8,8 | 1,3 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |

| | | | | | | | | |
|--|--|----|----|--|------|--|--|--|
| | Существенные черты договора коммерческой концессии. Виды и специфика договоров | | | | | | | |
| | Всего часов: | 18 | 18 | | 71,8 | | | |

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Франчайзинг в торговой деятельности»
на 5 курсе
заочной формы обучения

| Вид работы | Объем дисциплины |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов) | 3/108 |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем: | |
| лекций | 6 |
| практических/ семинарских | 6 |
| лабораторных | |
| других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) | 0,2 |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) | 91,8 |
| Учебных часов на подготовку к зачету (контроль) | 4 |

Форма(ы) контроля:
Зачет 5 курс

| № п/п | Тема и содержание | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) | | | | Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) | Задания по самостоятельно й работе студентов | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|---|---|---|------------|----|----|--|---|--|
| | | ЛК | ПР/СЕ М | ЛР | СР | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Модуль 1. Теоретические основы франчайзинга | | | | | | | | |
| 1. | Характеристика и история развития франчайзинга. Принципы построения франчайзинговой системы | 1 | 1 | | 12 | 1, 2,3, 5 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 2. | Преимущества и недостатки франчайзинга. Взаимоотношения между франчайзером и франчайзи. Социально-экономическа я эффективность франчайзинга | 1 | 1 | | 12 | 1, 2,3, 4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 3. | Виды и формы франчайзинга. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления продажами франшиз | 1 | 1 | | 12 | 3,4, | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |
| Модуль 2. Использование франчайзинга в торговле | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|-----|-----|--|-----|---------|-----------------------------------|---|
| 4. | Концепция создания системы франчайзинга в торговых организациях. Стадии развития франчайзинговых систем | 0,5 | 0,5 | | 12 | 1,2,3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 5. | Оценка конкурентоспособности франшизы. Факторы, влияющие на выбор франшизы. Количественные и качественные показатели оценки франшизы. Методы выбора франшизы. Перспективные направления приобретения франшизы в России и за рубежом. | 0,5 | 0,5 | | 12 | 3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 6. | Экономические аспекты построения франшизной системы в торговле | 1 | 1 | | 12 | 5 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 7. | Лизинговые операции в системе франчайзинговых отношений | 0,5 | 0,5 | | 12 | 1,2,3,4 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |
| 8. | Правовое регулирование взаимоотношения сторон в системе франчайзинга. Правовое регулирование франчайзинговых отношений. Существенные черты | 0,5 | 0,5 | | 7,8 | 1,3 | Вопросы для самоконтроля к модулю | Вопросы для текущего контроля, тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|---|--|------|--|--|--|
| | договора коммерческой концессии. Виды и специфика договоров | | | | | | | |
| | Всего часов: | 6 | 6 | | 91,8 | | | |

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения | |
|-------------------------------------|---|--|--|
| | | Не зачтено | Зачтено |
| Первый этап (уровень) | Знать: сущность франчайзинговых отношений, подходы к организации хозяйственных связей с субъектами франчайзинга; требования к выбору франшизы; структуру договора франчайзинга | Отсутствие или фрагментарные представления о сущности франчайзинговых отношений, подходов к организации хозяйственных связей с субъектами франчайзинга; требования к выбору франшизы; структуре договора франчайзинга | Сформированные представления о сущности франчайзинговых отношений, подходов к организации хозяйственных связей с субъектами франчайзинга; требования к выбору франшизы; структуре договора франчайзинга |
| Второй этап (уровень) | Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков использования франчайзинга как финансового инструмента развития организации при взаимодействии с партнерами; анализировать денежные, материальные, информационные потоки организации работы по франшизе | Отсутствие или фрагментарные умения проводить анализ рыночных и специфических рисков использования франчайзинга как финансового инструмента развития организации при взаимодействии с партнерами; анализировать денежные, материальные, информационные потоки организации работы по франшизе | В целом успешное использование умения проводить анализ рыночных и специфических рисков использования франчайзинга как финансового инструмента развития организации при взаимодействии с партнерами; анализировать денежные, материальные, информационные потоки организации работы по франшизе |
| Третий этап (уровень) | Владеть: навыками оценки финансовых и организационно-технологических условий | Отсутствие или фрагментарные владение навыками оценки финансовых и | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | сотрудничества по договору франчайзинга | организационно-технологических условий сотрудничества по договору франчайзинга | оценки финансовых и организационно-технологических условий сотрудничества по договору франчайзинга |
|--|---|--|--|

ПК- 8 готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения | |
|-------------------------------------|--|---|---|
| | | Не зачтено | Зачтено |
| Первый этап (уровень) | Знать: преимущества и риски реализации проектов по франшизе; стадии жизненного цикла франчайзинговой системы; каналы продаж франшизы | Отсутствие или фрагментарные представления о преимуществах и рисках реализации проектов по франшизе; стадиях жизненного цикла франчайзинговой системы; каналах продаж франшизы | Сформированные представления о преимуществах и рисках реализации проектов по франшизе; стадиях жизненного цикла франчайзинговой системы; каналах продаж франшизы |
| Второй этап (уровень) | Уметь: разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию механизма сотрудничества по франшизе; оценивать эффективность применения франчайзинга в развитии деятельности организации | Отсутствие или фрагментарные умения разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию механизма сотрудничества по франшизе; оценивать эффективность применения франчайзинга в развитии деятельности организации | В целом успешное использование умения разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию механизма сотрудничества по франшизе; оценивать эффективность применения франчайзинга в развитии деятельности организации |
| Третий этап (уровень) | Владеть: навыками разработки и продвижения франшизы | Отсутствие или фрагментарные владение навыками разработки и продвижения франшизы | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков разработки и продвижения франшизы |

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «не зачтено»;

от 60 до 110 баллов – «зачтено» (включая 10 поощрительных баллов)

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

| Этапы освоения | Результаты обучения | Компетенция | Оценочное средство |
|--|--|-------------|---|
| 1-й этап Знания | 1. Знать: сущность франчайзинговых отношений, подходы к организации хозяйственных связей с субъектами франчайзинга; требования к выбору франшизы; структуру договора франчайзинга | ПК-6 | Вопросы для текущего контроля, вопросы к зачету |
| | 2. Знать: преимущества и риски реализации проектов по франшизе; стадии жизненного цикла франчайзинговой системы; каналы продаж франшизы | ПК-8 | Вопросы для текущего контроля, вопросы к зачету |
| 2-й этап Умения | 1. Уметь: проводить анализ рыночных и специфических рисков использования франчайзинга как финансового инструмента развития организации при взаимодействии с партнерами; анализировать денежные, материальные, информационные потоки организации работы по франшизе | ПК-6 | Вопросы для текущего контроля; тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |
| | 2. Уметь: разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию механизма сотрудничества по франшизе; оценивать эффективность применения франчайзинга в развитии деятельности организации | ПК-8 | Вопросы для текущего контроля; тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |
| 3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности) | 2. Владеть: навыками оценки финансовых и организационно-технологических условий сотрудничества по договору франчайзинга | ПК-6 | Вопросы для текущего контроля; тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |
| | 2. Владеть: навыками разработки и продвижения франшизы | ПК-8 | Вопросы для текущего контроля; тест, вопросы для самостоятельной работы; кейс-задания |

Рейтинг-план дисциплины

Б1.В.ДВ.05.02 Франчайзинг в торговой деятельности
 Направление подготовки «Торговое дело», профиль «Коммерция»
 курс 4, семестр 7

| Виды учебной деятельности студентов | Балл за конкретное задание | Число заданий за семестр | Баллы | |
|--|----------------------------|--------------------------|-------------|--------------|
| | | | Минимальный | Максимальный |
| Модуль 1 | | | | |
| Текущий контроль | | | | 35 |
| 1. Вопросы для текущего контроля, устный опрос | 5 | 3 | 0 | 15 |
| 2. Обсуждение ситуационных задач | 5 | 4 | 0 | 20 |
| Рубежный контроль | | | | 15 |
| 1. Тестирование | 15 | 1 | 0 | 15 |
| Модуль 2 | | | | |
| Текущий контроль | | | | 35 |
| 1. Вопросы для текущего контроля, устный опрос | 5 | 3 | 0 | 15 |
| 2. Обсуждение ситуационных задач | 5 | 4 | 0 | 20 |
| Рубежный контроль | | | | 15 |
| 1. Тестирование | 15 | 1 | 0 | 15 |
| Итоговый контроль (зачет) | | | | |
| Поощрительные баллы | | | | |
| 1. Публикация статей | 10 | 1 | 0 | 10 |
| Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов) | | | | |
| 1. Посещение лекционных занятий | | | 0 | -6 |
| 2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий) | | | 0 | -10 |
| Итоговый контроль: Зачет | | | | |
| ИТОГО | | | | 110 |

Перечень вопросов для зачета (для заочной формы обучения)

1. Франчайзинговая система: понятие и характерные черты.
2. История развития франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
3. Основные субъекты франчайзинговой системы: франчайзер и франчайзи, их права и обязанности.
4. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для франчайзера и франчайзи.
5. Характеристика элементов инфраструктуры франчайзинговой системы.
6. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от профиля экономической деятельности.
7. Франчайзинг «бизнес — формата»: понятие и основные черты.
8. Виды франчайзинговых систем, в зависимости от типа и степени участия партнеров в системе.
9. Франчайзинговые платежи: понятие и основные виды.
10. Принципы построения франчайзинговой системы.
11. Основные этапы построения франчайзинговой системы.
12. Этапы разработки франшизы на предприятии, основные требования к ее содержанию.
13. Методы продвижения франшизы.
14. Требования к потенциальному франчайзи: финансовые и психологические.
15. Методика подготовки к первым переговорам с франчайзером.
16. Анализ типичных вопросов франчайзера к потенциальным франчайзи.
17. Порядок регулирования франчайзинговых отношений в России и за рубежом.
18. Понятие договора коммерческой концессии, его основные элементы.
19. Основные отличия франчайзингового и лицензионного договоров.
20. Права и обязанности сторон по договору франчайзинга.
21. Контроль деятельности франчайзи.
22. Виды аудита деятельности франчайзи.
23. Мотивация деятельности франчайзи.
24. Факторы, препятствующие становлению франчайзинга на российском рынке.
25. Стадии развития франчайзинговых отношений и их отражение в договоре.
26. Направления развития франчайзинга в сфере услуг.
27. Особенности развития франчайзинга в регионах России.
28. Характеристика малобюджетных франшиз в России и за рубежом.
29. Стадии развития франчайзинговых систем. Управление продажами франшиз на стадии внедрения, роста и зрелости франчайзинговой системы.
30. Характеристика комплекса маркетинга франшиз. Сотрудничество правообладателя и пользователя в маркетинговой деятельности. Основные каналы продвижения франшизы на рынок.
31. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления
32. Критерии оценки сотрудничества между субъектами франчайзинговой системы: компетентность, мощьность, финансовая устойчивость, коммуникационная политика, система контроля.
33. Методы контроля деятельности пользователей франшизы. Проведение мероприятий «таинственный покупатель».

Критерии оценки для заочной формы обучения:

- **«зачтено»** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.

- **«незачтено»** выставляется студенту, если ответ на теоретический вопрос свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Задания для самостоятельной работы (устный опрос)

1. Содержание терминов «франчайзинг», «франшиза» и «франчайзинговая система».
2. Подходы к определению франчайзинга в России и зарубежных странах, общие и отличительные черты.
3. Основные субъекты франчайзинговых отношений: правообладатель и пользователь.
4. Объекты франчайзинга, их признаки.
5. Сферы применения франчайзинга.
5. Инфраструктура франчайзинговых отношений.
6. Преимущества применения франчайзинга как финансового инструмента для разработчика франшизы. Характерные черты франшизы как товара.
7. Инвестиционная привлекательность бизнеса при эффективности франчайзинга
8. Риски при региональном развитии франчайзинговых систем.
9. Мотивы предпринимателей при приобретении франшизы. Преимущества франчайзинга для покупателя франшизы.
10. Правовое регулирование франчайзинговых отношений в России и мире.
11. Существенные черты договора коммерческой концессии.
12. Порядок обязательной раскрытия информации о франшизе в США и Западной Европе.
13. Правила построения франчайзинговой системы, разработанные международной ассоциацией франчайзинга.
14. Основные принципы построения франчайзинговой системы. Этапы построения франчайзинговой системы.
15. Условия устойчивого взаимодействия субъектов франчайзинга.
16. Виды договоров, используемые при передаче франшизы.
17. Требования к договору франчайзинга за рубежом. Специфика заключения договора коммерческой концессии в России и странах постсоветского пространства.
18. Финансовые условия работы по франшизе.
19. Подходы к классификации франшиз. Типология товара как предмета договора франчайзинга. Содержание основных типов франшиз. Множественные, территориальные и конвертируемые франшизы. Черты малобюджетных франшиз.
20. Факторы, влияющие на выбор франшизы. Количественные и качественные показатели оценки франшизы.
21. Роль рейтингов франшиз при осуществлении выбора франчайзера. Перспективные направления приобретения франшизы в России и за рубежом.
22. Этапы и задачи разработки франшизы и методических пособий на предприятии. Основные требования к содержанию франшизы.
23. Оценка конкурентных преимуществ франшизы как условие ее успеха. Основные этапы работы франчайзера с франчайзи по открытию магазина.
24. Понятие «пилотный проект», его основные задачи.

25. Модели построения франчайзинговых систем. Создание стратегии по позиционированию, продвижению и продаже франшизы. Разработка анкеты для потенциального франчайзи. Критерии отбора франчайзи: экономический и психологический аспекты.
26. Стадии развития франчайзинговых систем. Управление продажами франшиз на стадии внедрения, роста и зрелости франчайзинговой системы.
27. Характеристика комплекса маркетинга франшиз. Сотрудничество правообладателя и пользователя в маркетинговой деятельности. Основные каналы продвижения франшизы на рынок.
28. Жизненный цикл франчайзинговой системы, особенности управления
29. Критерии оценки сотрудничества между субъектами франчайзинговой системы: компетентность, мощьность, финансовая устойчивость, коммуникационная политика, система контроля.
30. Методы контроля деятельности пользователей франшизы. Проведение мероприятий «таинственный покупатель».
31. Перспективы развития франчайзинговых отношений в России.
32. Контроль и мотивация субъектов франчайзинговых отношений

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения

| Критерии оценивания | Количество баллов |
|--|-------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины | 5 |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; | 4 |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | 3 |
| Неполно, но последовательно раскрыто содержание материала, показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины. | 2 |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины. | 1 |
| Вопрос не раскрыт | 0 |

Критерии оценивания для заочной формы обучения

| Критерии оценивания | Оценка |
|---------------------|--------|
| | |

| | |
|---|------------|
| Задание выполнено: цель выполнения задания успешно достигнута; основные понятия определены; работа выполнена в полном объеме. | зачтено |
| Задание не выполнено, цель выполнения задания не достигнута. | не зачтено |

Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала:

1. Франчайзерами могут выступать:

- а) организации имеющие необходимый опыт, знания, обладающие технологическими секретами, определенным имиджем в мире бизнеса и у потребителей;
- б) приобретающие посредством первоначальных капиталовложений и последующих платежей право использовать «деловой комплекс» и выступающие как самостоятельный хозяйствующий субъект;
- в) являющиеся продавцом «делового комплекса» и стороной договора франшизы.

2. Торговый франчайзинг предполагает взаимоотношения сторон в сфере торговли, при которых:

- а) франчайзер передает, а франчайзи получает исключительное право, ограниченное определенной территорией, на реализацию под торговым знаком франчайзера выпускаемой им продукции;
- б) франчайзер передает франчайзи разработанную систему оказания услуг;
- в) франчайзер предполагает полное обеспечение своей головной компанией деятельности дилера-франчайзи.

3. Для франчайзера выгоды состоят в следующем:

- а) франчайзер имеет возможность гарантированного получения товаров и других необходимых элементов для работы без сбоев;
- б) увеличение рынка сбыта при минимальных вложениях - франчайзи вкладывает свою долю в бизнес и несет риск наравне с франчайзером;
- в) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации.

4. Для франчайзи выгоды состоят в следующем:

- а) франчайзи является самостоятельным юридическим лицом и не теряет свою независимость при принятии решений;
- б) получение дополнительного дохода от уступки прав на использование товарного знака, фирменного стиля, объектов интеллектуальной собственности, коммерческой информации;
- в) регулирование и контроль за качеством ведения бизнеса.

5. В обязанности франчайзи обычно входит:

- а) использовать, при осуществлении предусмотренной договором деятельности, фирменное наименование;
- б) приобретать товары (сырье, материалы) только у одобренных или названных франчайзером поставщиков;
- в) поставлять необходимые для эксплуатации «делового комплекса» сырье и материалы.

6. В обязанности франчайзера обычно входит:

- а) выдать франчайзи лицензии на право ведения деятельности, обеспечив их оформление в установленном порядке;
- б) не предоставлять другим лицам комплекс аналогичных исключительных прав для их использования на закрепленной.

7. Преимуществами для франчайзинга являются:

- а) установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы;

- б) определение финансовой мощи франчайзера;
- в) франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса.

8. Франчайзи платит франчайзеру первоначальный взнос и сервисную плату за права на бизнес:

- а) да;
- б) нет.

9. Франчайзер может предоставить фирме (своему франчайзи) право быть франчайзером в своем регионе. Это называется:

- а) субфранчайзинг;
- б) аренда;
- в) мастер франшиза.

10. Выберите правильный ответ:

- а) после подписания договора, франчайзи получает право собственности на товарный знак;
- б) право собственности на товарный знак остается у франчайзи после окончания выплат всех платежей;
- в) право собственности на товарный знак регулируется франчайзинговым договором;
- г) франчайзи вообще не получает прав собственности на товарный знак.

11. В предмет договора франчайзинга не входит право на:

- а) фирменное наименование;
- б) коммерческое обозначение;
- в) товарный знак;
- г) знак обслуживания;
- д) использование изобретений, промышленных образцов, программ для ЭВМ;
- е) использование ноу-хау;
- ж) использование произведения литературы.

12. Подлежит ли государственной регистрации концессионный договор:

- а) подлежит;
- б) не подлежит?

13. Договор франчайзинга отличается от лицензионного договора тем, что:

- а) дает возможность использовать один определенный объект интеллектуальной собственности;
- б) дает возможность использовать комплекс объектов исключительных, а также иных имущественных прав;
- в) фактический изготовитель (услугодатель) обязан информировать о себе клиентов-потребителей.

14. Какое из условий франчайзинга не является существенным:

- а) обеспечить оформление необходимых лицензий и передачу их пользователю;
- б) передать пользователю документацию и иную информацию, необходимую для осуществления предоставленных ему прав;
- в) проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением предоставленных прав;
- г) контролировать качество товаров и услуг, производимых или оказываемых пользователем на основании договора?

15. Вправе ли пользователь по концессионному договору передавать полученный от правообладателя комплекс прав в субконцессию:

- а) вправе;
- б) вправе, если это предусмотрено договором;
- в) не вправе?

16. Вправе ли правообладатель по договору франчайзинга определять цену реализуемых пользователем товаров или услуг:

- а) вправе;
- б) не вправе?

17. Вправе ли пользователь по договору франчайзинга ограничивать круг своих потребителей-заказчиков лицами, имеющими место нахождения или жительства на конкретной территории:

- а) вправе;
- б) не вправе?

18. Какую ответственность несет правообладатель по договору франчайзинга по требованиям, предъявляемым заказчиком к пользователю в связи с ненадлежащим качеством реализуемых им товаров (торговый франчайзинг):

- а) несет солидарную ответственность;
- б) несет ответственность в размере реального ущерба;
- в) несет ответственность в размере реального ущерба и упущенной выгоды;
- г) несет субсидиарную ответственность;
- д) не несет ответственности?

19. Какую ответственность несет правообладатель по договору франчайзинга по требованиям, предъявляемым заказчиком к пользователю в связи с ненадлежащим качеством производимых им товаров (производственный франчайзинг):

- а) несет субсидиарную ответственность;
- б) несет ответственность в размере реального ущерба;
- в) несет солидарную ответственность;
- г) несет ответственность в размере полного ущерба;
- д) не несет ответственности?

20. Если правообладатель по договору франчайзинга изменил свое фирменное наименование, которое применяет пользователь, то пользоваться новым наименованием правообладателя последний:

- а) вправе;
- б) не вправе.

21. Если правообладатель по договору франчайзинга отказал добросовестному пользователю в заключении договора на новый срок на тех же условиях, то он не вправе заключать новый договор с другим лицом в течение:

- а) 1 года;
- б) 2 лет;
- в) 3 лет.

22. Правообладатель отвечает по требованиям, предъявляемым к пользователю в связи с несоответствием качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору коммерческой концессии:

- а) солидарно с пользователем;
- б) в субсидиарном порядке;
- в) правообладатель и пользователь несут долевую ответственность

23. Правообладатель по договору коммерческой концессии отвечает по требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю товаров правообладателя:

- а) солидарно с пользователем;
- б) в субсидиарном порядке;
- в) правообладатель и пользователь несут долевую ответственность.

24. Сторонами в договоре франчайзинга могут быть:

- а) физические лица, юридические лица;

- б) любые субъекты права;
- в) только юридические лица;
- г) коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

25. В случае смерти правообладателя - физического лица и неполучения его наследником регистрации в качестве предпринимателя в течение срока для принятия наследства договор франчайзинга:

- а) прекращается;
- б) продлевается на 6 месяцев;
- в) действует весь срок, на который он заключен.

Критерии оценивания для очной формы обучения

| Процент правильных ответов | Количество баллов |
|----------------------------|-------------------|
| 91-100 % | 12-15 |
| 81-90% | 9-11 |
| 71-80% | 8 |
| 61-70% | 7 |
| 51-60% | 6 |
| 41- 50% | 5 |
| 31-40% | 4 |
| 21-30% | 3 |
| 11-20% | 2 |
| 0-10% | 1 |

Критерии оценивания для заочной формы обучения

| Процент правильных ответов | Количество баллов |
|----------------------------|---------------------|
| 80-100 % | отлично |
| 60-79% | хорошо |
| 50-59% | удовлетворительно |
| 0-50% | неудовлетворительно |

Примерные ситуационные задачи (кейсы)

Проблемой гостиницы «Отелика», как неоднократно замечалось консультантами, является невысокая загрузка. Не до конца используется как номерной фонд, так и ресторан и дополнительные сервисы отеля. Одним из направлений повышения эффективности в индустрии гостеприимства является вхождение в гостиничные сети на условиях франшизы.

В настоящее время, гостиничный франчайзинг становится все более востребованным на территории России и стран СНГ. Франчайзинг предполагает, что одна фирма (франчайзер) продает за определенную плату другой компании (франчайзи) права на использование своего товарного знака и своего доброго имени, отработанных технологий и стандартов обслуживания. Кроме того, франчайзи будет иметь право использовать объединенную систему бронирования номеров и систему маркетинга, организованных франчайзером. Обычно, чтобы воспользоваться франшизой, гостиницы платят вступительный взнос и каждый месяц отчисляют франчайзеру процент, установленный в договоре, от своего оборота. Система франчайзинга широко распространена в мире, так во Франции это "Аркад", "Ибис" (двухзвездные гостиничные сети) и "Балладан", "Формула 1" (одnozвездные цепи). В США же такой системой воспользовались именитые гостиничные цепи "Холидей Инн Уордвайд" и "Редиссон Отеле".

Предприниматель рассматривает франшизу как средство повышения узнаваемости на рынке и, как следствие, увеличения загрузки номерного фонда гостиницы. Отдел маркетинга провел мониторинг рынка и на рассмотрение предложил три варианта:

ПАО «Мастер Отель Инвест» – это группа компаний, представляющих сеть гостиниц России, которая успешно действует и динамично развивается. В связи с выходом на всероссийский и зарубежный рынки «Мастер Отель» предлагает инвестировать в уже готовые отели, либо находящиеся в высокой стадии готовности и в ресторанный бизнес. Доходность проекта составляет от 60% до 120% годовых.

Вступительный взнос - 1'000'000 руб.

Франчайзер осуществляет поиск, подбор помещения и ввод гостиницы в эксплуатацию, подбор и обучение персонала, эффективное управление гостиничным предприятием, консультации и помощь на всем цикле организации и в течение всего периода пользования франшизой. Осуществляется общая реклама бренда, но каждый франчайзи при консультационной поддержке проводит собственную рекламную кампанию с учетом территориальных особенностей.

Необходимая площадь – 300-3000 кв.м (площадь нашего отеля соответствует требованиям).

Инвестиции – 9'000'000 руб. (ремонт и приобретение оборудования в соответствии с фирменным стилем).

Срок окупаемости: 2 года.

Роялти – 17.500 руб. ежемесячно, не включая рекламные отчисления

Рекламные отчисления – нет.

Прирост загрузки отеля – на 8%

BearHostels — крупнейшая сеть экономичных гостиниц и хостелов. BearHostels — одна из наиболее динамично развивающихся компаний в сфере гостиничного бизнеса, нацеленная на создание крупнейшей в России сети бюджетных отелей. Bearhostels основан в 2008 году в Москве известным предпринимателем Даниилом Мишиным. Основным преимуществом является использование автоматизированной системы администрирования отеля, причем администраторы не принимают деньги от гостей, что снижает риск воровства. Кроме того, предоставляется система обучения для франчайзи и сотрудников франчайзингового отеля.

Вступительный взнос 350'000 руб, который гарантирует получение успешной бизнес-модели, бренд-бука, первоначального маркетинга, автоматизированной системы управления отелем, контракты с всероссийскими туристическими операторами, список проверенных поставщиков, работа со специалистами в формате «вопрос-ответ», продвижение сайта (SEO), продвижение в социальных сетях (SMM), презентация на российских и международных выставках, Event-центр, доступ к общесетевой аналитике, ежегодный съезд франчайзи, юридическая поддержка.

Инвестиции 1'300'000 руб.

Окупаемость 24 месяца.

Роялти: 1000 рублей с койко-места в регионах РФ, 1300 рублей — в Москве и Санкт-Петербурге.

Прирост загрузки отеля – на 17%.

Франшиза «ЮТЕЛЬ» – рассчитана на управление курортными и загородными отелями и внедрения отечественных гостиничных стандартов обслуживания с использованием мирового опыта.

Франшиза бренда «ЮТЕЛЬ», это: высокодоходная и эффективная бизнес-модель гостиницы уровня 3-4*; поддержка собственников гостиниц в вопросах операционного управления, маркетинга и продвижения бизнеса; техническое сопровождение; разработанные и адаптированные стандарты обслуживания с учетом особенностей местных условий, а

также тенденций и последних событий на рынке курортных и загородных отелей; подключение к работающим и налаженным каналам продаж (это существенно повышает загрузку гостиницы и приводит к росту прибыли).

Концепция франшизы бренда ЮТЕЛЬ – высокодоходная и эффективная бизнес-модель гостиницы уровня 3-4*.

Первоначальный / паушальный взнос: 3500 рублей за номер.

Необходимый начальный капитал: 200000 руб.

В сумму инвестиций входит: вступительный взнос.

Рекламный пай: 1,5 % от оборота в месяц.

Роялти: 4% от оборота в месяц.

Срок окупаемости: 2 года.

Целевые регионы: Россия, СНГ.

Требования к оператору/франчайзи:

Наличие объекта или помещения под франчайзинговую гостиницу с определенным номерным фондом. Объект должен размещаться в курортной или туристической зоне. Номерной фонд - от 50 номеров.

Прирост загрузки отеля – на 14%.

Выберите наилучший вариант франшизы для гостиницы.

Критерии оценивания кейса

| Критерии | Количество баллов |
|--|-------------------|
| Полнота ответа с использованием всей информации из описания ситуации | 1 |
| Обоснованность | 1 |
| Умение оперировать терминами и понятиями | 1 |
| Использование теоретических моделей и концепций | 1 |
| Представленность нескольких точек зрения на проблему | 1 |
| Итого | 5 |

Критерии оценивания для заочной формы обучения

| Критерии оценивания | Оценка |
|---|------------|
| Задание выполнено: цель выполнения задания успешно достигнута; основные понятия определены; работа выполнена в полном объеме. | зачтено |
| Задание не выполнено, цель выполнения задания не достигнута. | не зачтено |

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Земляков, Д.Н. Франчайзинг: интегрированные формы организации бизнеса: учебное пособие / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 142 с. - Библиогр: с.

- 127-128. - ISBN 5-238-00523-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114532>
2. Медведев, М.А. Организация франчайзинга в системе сбыта и продвижения товаров / М.А. Медведев. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 136 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87570>

Дополнительная литература:

3. Грошев И. В., Краснослободцев А. А. Системный бренд-менеджмент: учебник - Москва: Юнити-Дана, 2015
- Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - Библиогр.: с. 614-626. - ISBN 978-5-238-02203-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>
5. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с.: табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

| № | Наименование Интернет-ресурса | Ссылка (URL) на Интернет ресурс |
|-----|--|--|
| 1. | Федеральная служба государственной статистики | www.gks.ru |
| 2. | Министерство промышленности и торговли РФ | www.minpromtorg.gov.ru |
| 3. | Международный валютный фонд | www.imf.org |
| 4. | Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования | www.forecast.ru |
| 5. | Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ | www.bashstat.ru |
| 6. | Информационно-издательский центр «Статистика России» | www.infostat.ru |
| 7. | Библиотека Г. Верникова – все о менеджменте и ИТ - подборка аналитических материалов по вопросам экономики, менеджмента и информационных технологий. | www.vernikov.ru |
| 8. | Официальный портал ИТ-директоров (Реестр ИТ-поставщиков) | www.globalcio.ru |
| 9. | Журнал СIO – руководитель информационной службы | www.cio-world.ru |
| 10. | Электронно-библиотечная система | WWW.ZNANIUM.COM |
| 11. | Единый архив экономических и социологических данных ВШЭ | http://sophist.hse.ru/ |
| 12. | Торгово-промышленная палата РФ | https://tpprf.ru/ru/ |
| 13. | Библиотека Башкирского государственного университета | https://lib.bashedu.ru/ |

1. База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
3. Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
6. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
7. Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
8. Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>.
9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы |
|---|---|
| <p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных</p> | <p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория №118:</p> |

технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),

учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге

аудитория № 122:

учебная мебель, доска.

аудитория № 204:

учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.

аудитория № 207:

учебная мебель, доска, телевизор led tcl.

аудитория № 208:

учебная мебель, доска, телевизор led tcl.

аудитория № 209:

учебная мебель, доска.

аудитория № 210:

учебная мебель, доска.

аудитория № 212:

учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория № 213:

учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.

аудитория № 218:

учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.

аудитория № 220:

учебная мебель, доска.

аудитория № 221

учебная мебель, доска.

аудитория № 222

учебная мебель, доска.

аудитория № 301

учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.

аудитория № 302

учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок igu.

аудитория № 305

учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория № 307

учебная мебель, доска.

аудитория № 308

учебная мебель, доска.

аудитория № 309

учебная мебель, доска.

лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а

учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213
 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218
 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла
 Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус),
 аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),
 аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305
 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус),
 аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309
 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в
 экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус),
 лаборатория информационных технологий в экономике и управлении
 № 311в (гуманитарный корпус).
5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302
 читальный зал (гуманитарный корпус).
**6. помещения для хранения и профилактического обслуживания
 учебного оборудования:** аудитория № 115 (помещение, ул. Карла
 Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)

**лаборатория информационных
 технологий в экономике и
 управлении № 311в**
 учебная мебель, доска, персональный
 компьютер в комплекте № 1 i ru corp
 510 – 14 шт.
аудитория № 312
 учебная мебель, доска.

*Специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.