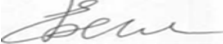



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Актуализировано:  
на заседании кафедры  
протокол от «16» июня 2017 г. №11  
Зав.кафедрой  /Е.И.Беглова

Согласовано:  
Председатель УМК института  
 /Н.Г.Вишневская

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг инвестиций

Вариативная часть

**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)  
38.03.01 Экономика

Профиль: «Инвестирование»

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель):  
Доцент, к.э.н.



Кандаурова И.Р.

Для приема: 2016 г.

Уфа 2017 г.

Составитель / составители: И.Р. Кандаурова, к.э.н., доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга, протокол от «16» июня 2017 г. № 11

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины: обновлены программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные системы, утверждены на заседании кафедры управления проектами и маркетинга, протокол № 10 от «6» июня 2018 г.

Заведующий кафедрой  /Беглова Е.И.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры управления проектами и маркетинга: обновлены программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные системы, протокол № 5 от «14» января 2019 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/

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 .....	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине .....	144
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.....	144
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.....	2021
4.3. Рейтинг-план дисциплины.....	2121
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	35
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	35
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины .....	355
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	367

## 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	<b>1.Знать:</b> методы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	<b>ПК-1</b> - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
	<b>2.Знать:</b> порядок выполнения расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	<b>ПК-3</b> - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
Умения	<b>1.Уметь:</b> собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	<b>ПК-1</b> - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
	<b>2.Уметь:</b> выполнять расчеты, необходимые для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации подходами	<b>ПК-3</b> - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
Владения (навыки / опыт)	<b>1.Владеть:</b> методиками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных	<b>ПК-1</b> - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для

деятельно сти)	параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
	<b>2. Владеть:</b> навыками составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	<b>ПК-3</b> - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг инвестиций» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре при очной форме обучения.

Целью учебной дисциплины «Маркетинг инвестиций» является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области разработки и реализации комплекса мероприятий аналитического и коммуникационного характера по продвижению объекта инвестиций.

Для успешного освоения курса «Маркетинг инвестиций» необходимы компетенции, сформированные в результате освоения таких дисциплин учебного плана, как Введение в профессию, Целевые инвестиционные программы в социально-экономических системах, Национальная и региональная инвестиционная политика.

Дисциплина «Маркетинг инвестиций» 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 Маркетинг инвестиций  
на 6 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	49,2
лекций	16
практических/ семинарских	32
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	58,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	36

Форма(ы) контроля:  
Экзамен 6 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 самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Всего	ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	<b>Модуль 1. Современные аспекты маркетинга инвестиций</b>								
	Раздел 1. Понятие маркетинга инвестиций								
1.	Маркетинг в 21 веке 1.Основные этапы становления и развития маркетинга. Эволюция маркетинга в России. 2.Определение маркетинга, различные состояния спроса и маркетинговые задачи. 3.Функции маркетинга. 4.Целевой рынок, нужды, потребности, запросы, товары и услуги, обмен, транзакция, рынок, маркетинг - микс. 5.Концепции управления маркетингом.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 1, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
2.	Маркетинг в области привлечения инвестиций: понятие и определения 1.Определение понятия «маркетинг инвестиций». 2.Особенности различных определений понятия	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 2, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.

	«маркетинг инвестиций». 3. Основные элементы и составляющие маркетинга инвестиций.								
3.	Цели и задачи маркетинга инвестиций 1. Цели маркетинга инвестиций. 2. Задачи маркетинга инвестиций. 3. Модификация задач маркетинга инвестиций в зависимости от особенностей инвестиционного проекта. 4. Модификация задач маркетинга инвестиций в зависимости от стадий реализации инвестиционного проекта.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 3, подготовка доклада	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
4.	Маркетинг инвестиций как составляющая инвестиционного маркетинга 1. Понятие «инвестиционный маркетинг»: сущность и содержание. 2. Составляющие инвестиционного маркетинга. 3. Функции маркетинга инвестиций в рамках реализации инвестиционного маркетинга.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 4, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу
	Раздел 2. Подходы маркетинга инвестиций								



5.	<p>Сбор информации и оценка рыночного спроса.</p> <p>1.Выявление перспективных возможностей и насущных проблем компании.</p> <p>2.Способы получения маркетинговых разведывательных данных.</p> <p>3.Организация маркетингового исследования.</p> <p>4.Процесс маркетингового исследования.</p> <p>5.Виды источников данных. Наблюдение, эксперимент, опрос. Типы выборок. Требования, предъявляемые к анкетам, типы вопросов. Панель. Фокус-группа.</p> <p>6.Статистические методы, модели и теории, используемые в современных системах обеспечения маркетинговых решений.</p> <p>7.Анализ рынка. Измерение текущего рыночного спроса. Прогнозирование спроса.</p>	7	1	2		4	<p>Основ. литер. 1, 2, 3</p> <p>Доп. литер. 1, 2, 3</p> <p>Интернет-ресурс</p>	<p>Вопросы для самоконтроля к теме 5, подготовка доклада.</p>	<p>Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.</p>
6.	<p>Изучение маркетинговой среды инвестиционного проекта.</p> <p>1.Понятие «инвестиционный проект».</p> <p>2.Маркетинговая среда инвестиционного проекта.</p> <p>3.Фирма, поставщики, конкуренты,</p>	7	1	2		4	<p>Основ. литер. 1, 2, 3</p> <p>Доп. литер. 1, 2, 3</p> <p>Интернет-ресурс</p>	<p>Вопросы для самоконтроля к теме 6, подготовка доклада</p>	<p>Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.</p>

	маркетинговые посредники, клиенты, контактные аудитории. 4. Демографическая, экономическая, природная, технологическая, политико-законодательная, социокультурная среда.								
7	Анализ потребительских рынков и поведения покупателей. 1. Модель маркетинговых стимулов и ответной реакции покупателей. 2. Культурные, социальные, личностные, психологические факторы. 3. Стадии процесса принятия решения о покупке.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 7, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
8	Роль затрат на маркетинг инвестиций 1. Затраты на маркетинг и маркетинговые исследования. 2. Обоснование необходимости затрат на маркетинг инвестиций. 3. Подходы к обоснованию затрат на осуществление маркетинговых функций при реализации инвестиционного проекта.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 8, подготовка доклада	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
9	Оценка эффективности маркетинга инвестиций 1. Характеристика этапов маркетинга инвестиций. 2. Планирование затрат на реализацию этапов	10	2	4		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 9, подготовка доклада	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу; обобщение теоретических знаний

	маркетинга инвестиций. 3.Эффективность маркетинга инвестиций. 4.Особенности подходов и методов оценки эффективности маркетинга инвестиций.								по темам 1 модуля (контрольная работа).
	<b>Модуль 2. Принятие инвестиционных маркетинговых решений</b>								
	Раздел 3 Разработка маркетинговых стратегий								
10	Стратегии маркетинга инвестиций 1.Виды маркетинговых стратегий. 2.Особенности стратегий при реализации инвестиционных проектов. 3.Характеристика существующих стратегий маркетинга инвестиций.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 10, подготовка доклада	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
11	Способы выбора инвестиционных приоритетов 1.Ключевые характеристики инвестиционного проекта. 2.Порядок выбора приоритетного инвестиционного проекта. 3.Инвестиционное решение. 4.Порядок принятия инвестиционного решения.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 11, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.

12	Этапы процесса позиционирования инвестиционно-привлекательного объекта 1.Характеристики привлекательности инвестиционного объекта. 2.Порядок процесса позиционирования инвестиционно-привлекательного объекта.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 12, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу
13	Разработка инвестиционного предложения 1.Понятие «инвестиционное предложение». 2.Характеристика условий разработки инвестиционного предложения. 3.Факторы, влияющие на порядок разработки и оставляющие инвестиционного предложения.	7	1	2		4	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 13, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу.
	Раздел 4. Маркетинг инвестиций в отраслях и сферах деятельности								
14	Сущность и специфика маркетинга инвестиций в сфере услуг 1.Маркетинг услуг. 2.Особенности инвестиционных проектов в сфере услуг. 3.Порядок реализации инвестиционных проектов в сфере услуг.	6	1	2		3	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 14, подготовка доклада	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу

15	Маркетинговая функция в инвестиционной деятельности (лизинг, франчайзинг, факторинг, краудсорсинг, краудфандинг) 1. Сущность понятия «краудсорсинг». 2. Сущность понятия «краудфандинг». 3. Особенности функций маркетинга в инвестиционной деятельности.	6,8	1	2		3,8	Основ. литер. 1, 2, 3 Доп. литер. 1, 2, 3 Интернет-ресурс	Вопросы для самоконтроля к теме 15, подготовка доклада.	Проверка ответов на вопросы самоконтроля, дискуссия и ответы на вопросы по докладу; обобщение теоретических знаний по темам 2 модуля (тест).
	Экзамен	36				36			
	ФКР	1,2				1,2			
	<b>Всего часов:</b>	144	16	32		96			

#### 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 1** - способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: методы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Фрагментарные знания о методах сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Неполные представления о методах сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о методах сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга	Сформированные систематические представления о методах сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций

				инвестиций	
Второй этап (уровень)	Уметь: собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Фрагментарные умения в сборе и анализе исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	В целом успешное, но не систематическое использование умений в сборе и анализе исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование умений в сборе и анализе исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Сформированное умение в сборе и анализе исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций
Третий этап (уровень)	Владеть: методиками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	Фрагментарное владение навыками применения методик сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных	В целом успешное, но не систематическое использование навыков применения методик сбора и анализа исходных данных,	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование навыков применения методик сбора и	Успешное и систематическое использование навыков применения методик сбора и анализа исходных данных, необходимых для

		параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций
--	--	--	---	--	---

**ПК 3** - способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: порядок выполнения расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	Фрагментарные представления о порядке выполнения расчетов, необходимых для выбора альтернативных	Неполные представления о порядке выполнения расчетов, необходимых для выбора альтернативных	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о порядке выполнения расчетов,	Сформированные систематические представления о порядке выполнения расчетов, необходимых для выбора



		вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов
Второй этап (уровень)	Уметь: выполнять расчеты, необходимые для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации подходами	Фрагментарные умения в выполнении расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновании их и представлении результатов работы в	В целом успешные, но не систематические умения в выполнении расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновании их и представлении	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы в выполнении расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновании их и	Сформированное умение выполнять расчеты, необходимые для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в

		соответствии с принятыми в организации подходами	результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	представлении результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	организации подходами
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	Фрагментарное владение навыками составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и представления результатов	В целом успешное, но не систематическое использование навыков составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование навыков составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных	Успешное и систематическое использование навыков составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и представления

		работы в соответствии с принятыми в организации подходами	представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	активов, обоснования их и представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами
--	--	---	---	---	---

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 – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

**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: методы сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	ПК-1 - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	устный опрос по вопросам самоконтроля, тест, экзаменационные вопросы
	2. Знать: порядок выполнения расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов	ПК-3 - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	устный опрос по вопросам самоконтроля, тест, экзаменационные вопросы
2-й этап Умения	1. Уметь: собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	ПК-1 - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей,	контрольная работа, доклад

		характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	
	2. Уметь: выполнять расчеты, необходимые для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации подходами	ПК-3 - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	контрольная работа, доклад
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: методиками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета основных параметров инвестиционного проекта, продвижения инвестиционных активов, являющихся объектами маркетинга инвестиций	ПК-1 - способность собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	практическое задание
	2. Владеть: навыками составления маркетингового плана организации, а также выполнения соответствующих расчетов, необходимых для выбора альтернативных вариантов инвестирования и отбора оптимальных инвестиционных проектов, продвижения инвестиционных активов, обоснования их и представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации подходами	ПК-3 - способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами	практическое задание

#### 4.3. Рейтинг-план дисциплины «Маркетинг инвестиций»

Направление: «Экономика», профиль «Инвестирование»

Курс \_\_\_3\_\_\_, семестр \_\_\_6\_\_\_.

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1 Современные аспекты маркетинга инвестиций</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>20</b>
1. Аудиторная работа (ответы по	2	4	0	8

теории)				
2.Обсуждение и ответы на вопросы по докладам	2	3	0	6
3.Практические задания	3	2	0	6
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>15</b>
Письменная контрольная работа			0	15
<b>Модуль 2 Принятие инвестиционных маркетинговых решений</b>				
<b>Текущий контроль</b>			<b>0</b>	<b>20</b>
1.Аудиторная работа (ответы по теории)	2	4	0	8
2.Обсуждение и ответы на вопросы по докладам	2	3	0	6
3.Практические задания	3	2	0	6
<b>Рубежный контроль</b>			<b>0</b>	<b>15</b>
Письменное тестирование			0	15
<b>Итоговый контроль</b>				<b>30</b>
Экзамен				30
<b>ИТОГО</b>				<b>100</b>
<b>Поощрительные баллы</b>			<b>0</b>	<b>10</b>
Публикация статей	10	1	0	10
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				<b>-16</b>
1.Посещение лекционных занятий			<b>0</b>	-6
2.Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	-10

### Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

Экзаменационный билет содержит 2 вопроса и практическое задание.

Вопросы для экзамена:

1. Определения понятия маркетинга. Его цели, задачи и функции. Ситуации спроса на рынке и соответствующие им типы маркетинга.
2. Шесть подходов к управлению маркетингом.
3. Процесс управления маркетингом.
4. Подходы к организации отдела маркетинга. Плюсы и минусы каждого из принципов организации службы маркетинга на предприятии.
5. Определение понятия маркетинговой информации. Основные составляющие системы маркетинговой информации.
6. Определение понятия и этапы проведения маркетингового исследования.
7. Методы сбора первичных данных, их преимущества и недостатки.
8. Роль и значение маркетинга инвестиций.
9. Организация процесса маркетинга на инвестиционном рынке.
10. Рынок стратегических партнеров, заинтересованных в участии и конкуренции за инвестиционный проект.
11. Экономическая сущность инвестирования.
12. Взаимосвязь инвестиций и маркетинга.
13. Функции инвестиций.
14. Виды инвестиций.
15. Классификационные признаки инвестирования.

16. Функции маркетинга инвестиций.
17. Принципы маркетинга инвестиций.
18. Виды стратегий маркетинга инвестиций.
19. Стратегия планирования маркетинга инвестиций.
20. Тактика маркетинга инвестиций.
21. Понятие и сущность инвестиционного проекта.
22. Виды инвестиционных проектов.
23. Жизненный цикл инвестиционного проекта.
24. Организация предоставления проекта заинтересованным участникам.
25. Построение презентации инвестиционного проекта.
26. Понятие «нетворкинг».
27. Источники финансирования инвестиционных проектов.
28. Достоинства и недостатки использования внешних источников финансирования.
29. Дисконтированные методы оценки инвестиционных проектов.
30. Простые методы оценки инвестиционных проектов.
31. Срок окупаемости инвестиционного проекта.
32. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта.
33. Чистый дисконтированный доход.
34. Внутренняя норма прибыли.
35. Проектные риски. Виды.
36. Маркетинговый риск.
37. Риск не соблюдения графика проекта.
38. Риск превышения бюджета проекта.
39. Механизм продвижения инвестиционных проектов.
40. Общие экономические риски.
41. Основы выбора инвестиционных решений.
42. Классификации инвестиционных решений.
43. Инвестиционные решения в условиях неопределенности.
44. Система распределения и продвижения инвестиционных проектов на рынок.
45. Повышение инвестиционного имиджа.
46. Повышение инвестиционного рейтинга.
47. Построение отношений с инвестором (PR, публичное размещение акций, спонсорство).
48. Маркетинг инвестиций в сфере услуг.
49. Маркетинговая функция в различных видах инвестиционной деятельности (лизинг, франчайзинг, факторинг).
50. Маркетинговая функция в различных видах инвестиционной деятельности (краудсорсинг, краудфандинг).

Образец экзаменационного билета:

Башкирский государственный университет

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Институт экономики, финансов и бизнеса

Профиль «Инвестирование»

Кафедра управления проектами и маркетинга

Дисциплина «Маркетинг инвестиций»

Экзаменационный билет № 1

1. Виды стратегий маркетинга инвестиций.
2. Источники финансирования инвестиционных проектов.

### 3. Практическое задание:

АО «Маяк» использовало свои инвестиционные ресурсы в прошлом году следующим образом (млн. руб.):

- приобретение нового оборудования 1,25
- повышение квалификации персонала 1,30
- приобретение конкурирующей фирмы 1,30
- простое воспроизводство основных фондов 1,6
- организация выпуска товаров, пользующихся спросом 0,23.

Проведите оценку инвестиционной политики предприятия на основе анализа использования инвестиционных ресурсов.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.И. Беглова

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- **25-30** баллов выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические 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; практическое задание выполнено полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24** баллов выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий; при ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности; при выполнении практического задания допущены несущественные ошибки;

- **10-16** баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий; логика и полнота ответа страдают заметными изъянами; заметны пробелы в знании основных методов; теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала; имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос; при выполнении практического задания допущены грубые ошибки;

- **1-10** баллов выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов; студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос; практическое задание не выполнено.

#### **Задания для контрольной работы**

Пример задания для письменной работы:

1. Охарактеризовать подходы к управлению маркетингом.
2. Изложить экономическую сущность инвестирования.
3. Рассмотреть виды инвестиционных проектов.



### Критерии оценивания:

Критерии оценивания	Количество баллов
Ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности.	15
Ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены несущественные ошибки.	10
Ответ полный, но при этом допущена существенная ошибка или ответ неполный.	5
При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания учебного материала или допущены существенные ошибки.	менее 5

### Тестовые задания

Задания для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

1. Комплекс маркетинга не включает в себя:

(варианты ответа)

- 1) товар;
- 2) мероприятия по продвижению товара;
- 3) технологические разработки;
- 4) цену.

2. Вид спроса, которому в большей мере соответствует задача маркетинга – отыскать способы увязки присущих товару выгод с естественными потребностями человека, называют:

(варианты ответа)

- 1) скрытым;
- 2) отсутствующим;
- 3) отрицательным;
- 4) падающим.

3. Согласно теории маркетинга, понятие макросреды соответствует следующим утверждениям:

(не менее двух вариантов ответа)

- 1) представлена потребителями, конкурентами, поставщиками;
- 2) представляет собой совокупность экономических, культурных, демографических и др. внешних факторов;
- 3) поддается прямому управлению со стороны руководства организации;
- 4) воздействует на субъекты микросреды.

4. Определите для каждого вида товара (группы товаров) соответствующую классификационную группу товаров в зависимости от характера поведения потребителя при покупке:

(укажите соответствие для каждого нумерованного элемента задания)

- 1) средства гигиены;
- 2) бытовые приборы;
- 3) энциклопедии;

основные товары повседневного спроса -

товары особого спроса –

товары предварительного выбора –

товары пассивного спроса –

5. Маркетинг неприбыльных образований и организаций называют:  
(варианты ответа)
- 1) коммерческим;
  - 2) некоммерческим;
  - 3) потребительским;
  - 4) маркетингом услуг.
6. В соответствии с теорией маркетинговых исследований первичные данные представляют:  
(варианты ответа)
- 1) первые сигналы о росте продаж товара;
  - 2) появление данных о товаре-новинке;
  - 3) начальные данные о товарах и услугах;
  - 4) информацию, полученную непосредственно в рамках опросов клиентов.
7. Отличие панельного исследования от простого заключается в том, что оно проводится:  
(варианты ответа)
- 1) по одной и той же теме на разных выборках;
  - 2) на одной и той же выборке по разным темам;
  - 3) на одной и той же выборке по разным темам с учётом периодов времени;
  - 4) по одной и той же теме, на одной и той же выборке, через чётко определённые периоды времени.
8. Ситуация, при которой спрос превышает предложение, называется:  
(варианты ответа)
- 1) рынок покупателя;
  - 2) рынок продавца;
  - 3) концентрированный спрос;
  - 4) равновесный спрос.
9. Под конкурентоспособностью товара в маркетинге понимают:  
(варианты ответа)
- 1) способность товара продаваться на рынке в присутствии на нём товаров-конкурентов;
  - 2) способность товара оставаться на рынке долгое время;
  - 3) качество товара;
  - 4) превосходство данного товара над товаром-аналогом по одному признаку.
10. Производитель применяет маркетинговую концепцию, если:  
(варианты ответа)
- 1) ставит цель – удовлетворить потребности покупателей;
  - 2) стремится учитывать потребности общества;
  - 3) планирует объём продаж товара на уровне оптимальной мощности;
  - 4) продаёт то, что производит.
11. Основное назначение маркетинга инвестиций – это:  
(варианты ответа)
- 1) исследование рынка;
  - 2) повышение удовлетворенности потребителей;
  - 3) обоснование инвестиционных решений;
  - 4) грамотное финансирование инвестиций в экономику.
12. Маркетинг инвестиций направлен на решение следующих основных проблем:  
(варианты ответа)
- 1) постоянное повышение расходов компании на маркетинг;
  - 2) отсутствие контроля результатов инвестиционного процесса;
  - 3) сложность интеграции между различными предприятиями на фоне усложнения маркетинговой деятельности;
  - 4) низкое качество товаров и услуг.
13. Целями привлечения инвесторов являются:  
(варианты ответа)

- 1) улучшение имиджа предприятия;
  - 2) прямое генерирование инвестиций;
  - 3) предоставление услуг потенциальным и существующим инвесторам;
  - 4) покупка основных фондов.
14. Инвестиционная деятельность в России регулируется:  
(варианты ответа)
- 1) Конституцией РФ;
  - 2) Гражданским кодексом РФ;
  - 3) Законами РФ об инвестициях и инвестиционной деятельности.
15. Как классифицируются инвестиции по их источнику:  
(варианты ответа)
- 1) собственные, заемные, привлеченные;
  - 2) рисковые и безрисковые;
  - 3) прямые и портфельные;
  - 4) финансовые, интеллектуальные;
  - 5) кредитные и частные.
16. Повышение технического уровня отдельных участков производства и агрегатов путем внедрения новой техники и технологий, механизации и автоматизации, модернизации изношенного оборудования называется:  
(варианты ответа)
- 1) техническое перевооружение действующего предприятия;
  - 2) новое строительство;
  - 3) расширение действующих предприятий;
  - 4) реконструкция.
17. Если ставка дисконтирования ниже внутренней нормы доходности, то инвестирование будет:  
(варианты ответа)
- 1) прибыльным;
  - 2) нейтральным;
  - 3) убыточным.
18. Показатель, определяемый как отношение текущих дисконтированных доходов от реализации проекта к инвестиционным затратам называется:  
(варианты ответа)
- 1) индекс рентабельность проекта;
  - 2) срок окупаемости проекта;
  - 3) чистый дисконтированный доход;
  - 4) дисконтированный доход;
  - 5) внутренняя норма доходности.
19. Расходование имеющихся в настоящее время ресурсов в ожидании получения их большего объема в будущем, то есть получение будущих выгод – это:  
(варианты ответа)
- 1) заем;
  - 2) кредит;
  - 3) капитализация;
  - 4) ссуда;
  - 5) инвестиции.
20. Выбор объекта лизинга и его продавца при финансовом лизинге осуществляет по общему правилу:  
(варианты ответа)
- 1) лизингодатель;
  - 2) банк-кредитор;
  - 3) страховая компания;

4) лизингополучатель.

21. Неверно, что при лизинге недвижимости в РФ выделяют лизинг:

(варианты ответа)

- 1) производственных зданий и сооружений;
- 2) промышленных предприятий;
- 3) земельных участков;
- 4) торговых, складских и офисных помещений.

22. Задачами инвестиционного проекта могут быть:

(варианты ответа)

- 1) повышение эффективности производства;
- 2) увеличение объемов производства;
- 3) обеспечение выполнения государственного или другого крупного заказа;
- 4) все ответы верны.

23. Какая стадия инвестиционного проекта не верна:

(варианты ответа)

- 1) эксплуатационная;
- 2) прединвестиционная;
- 3) инвестиционная;
- 4) кредитная.

24. Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта проводится на ... стадии:

(варианты ответа)

- 1) ликвидационной;
- 2) операционной;
- 3) инвестиционной;
- 4) прединвестиционной.

25. Катастрофическим условием прекращения проекта может быть:

(варианты ответа)

- 1) моральное устаревание продукции;
- 2) исчерпание сырьевых запасов в добывающих отраслях;
- 3) резкое снижение цен на продукцию, связанное с появлением более эффективных способов ее производства;
- 4) продажа жилого дома после завершения его строительства.

### Критерии оценивания:

Процент правильных ответов	Количество баллов
90-100 %	15
80-89%	13
70-79%	11
60-69%	9
50-59%	7
45-49%	5
менее 45%	0

### Примеры практических работ

#### Практическое задание 1

АО «Маяк» использовало свои инвестиционные ресурсы в прошлом году следующим образом (млн. руб.):

- приобретение нового оборудования 1,25
- повышение квалификации персонала 1,30
- приобретение конкурирующей фирмы 1,30
- простое воспроизводство основных фондов 1,6
- организация выпуска товаров, пользующихся спросом 0,23.

Проведите оценку инвестиционной политики предприятия на основе анализа использования инвестиционных ресурсов.

### Практическое задание 2

Руководство предприятия собирается внедрить новую машину, которая выполняет операции, производимые в настоящее время вручную. Машина вместе с установкой стоит 5 тыс. долл. со сроком эксплуатации 5 лет и нулевой ликвидационной стоимостью. По оценкам финансового отдела предприятия, внедрение машины позволит обеспечить дополнительный входной поток денег 1800 долл. На четвертом году эксплуатации машине потребуется ремонт стоимостью 300 долл. Определить стоимость капитала предприятия.

### Практическое задание 3

Предложите фирме EverQuestDesign исходный продукт, из которого можно создавать не менее уникальные товары в соответствии с указанной миссией? Представители компании EverQuestDesign решили создать продукт, который был бы уникален сам по себе. В борьбе с единообразием EverQuest выпустила сумки, сделанные из использованных парашютов посадочных модулей российских космических кораблей серии «Союз». Из пресс-релиза EverQuest: «Наша миссия - поиск прославившихся материалов и реликвий и передача части всемирной истории нашим потребителям в виде продукта ежедневного пользования». Богатая фауна Сибири, где имел неосторожность приземлиться не один модуль «Союз», рада приветствовать вкусных американских искателей приключений!

### Примеры индивидуальных заданий

№1. Вашему предприятию необходимо провести маркетинговое исследование при выходе с новой продукцией на рынок. Представьте план проведения маркетингового исследования и дайте его характеристику.

№2. Разработайте ценовую стратегию при выходе на рынок с новым товаром класса «премиум». Прокомментируйте свой выбор.

№3. Ваше предприятие выпускает продукцию под известной торговой маркой (брендом) и необходимы усилия по продвижению её на внешний рынок. Проанализируйте международную маркетинговую среду при выходе данной торговой марки (бренда) на рынок конкретной страны. Разработайте систему управления брендом на внешнем рынке для конкретной страны.

### Критерии оценивания:

Критерии оценивания	Количество баллов
Обучаемый знает цель практической работы; задания решены без ошибок с первого раза, правильно выбраны решения заданий; правильно выполнены расчёты, обучающийся понимает, что они значат; полно даны ответы на контрольные вопросы; сделаны выводы.	3

Обучаемый знает цель практической работы; задания решены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, правильно выбраны методики решения заданий; расчёты выполнены с консультацией преподавателя; полно даны ответы на контрольные вопросы; сделаны выводы.	2
Обучаемый знает цель практической работы; задания выполнены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, правильно выбраны методики решения заданий; с ошибками выполнены расчёты, даже с консультацией преподавателя или обучающийся не может объяснить, как выполнялись расчеты; даны ответы на контрольные вопросы; сделаны некорректные выводы.	1
Обучаемый не знает цель практической работы; задачи решены с ошибками, потребовалась дополнительная помощь преподавателя, неверно выбраны методы решения задач; не выполнены расчёты; не даны ответы на устные контрольные вопросы; выводы не сделаны	0

#### Темы докладов

1. Роль и значение маркетинга инвестиций в современной рыночной экономике.
2. Значение инвестирования на микроуровне. Инвестиция как продукт.
3. Цель маркетинга инвестиций. Основные принципы и функции маркетинга инвестиций.
4. Ключевые инвестиционные факторы.
5. Классификация инвестиций.
6. Типы инвестиционных проектов по различным признакам.
7. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM – система).
8. Позиционирование на инвестиционном рынке.
9. Этапы планирования маркетинга инвестиций.
10. Виды стратегий инвестиций. Продвижение инвестиций.
11. Определение инвестиционного проекта. Приоритетный проект. Критерии принятия инвестиционного решения.
12. Повышение (поддержание) имиджа инвестиционного продукта.
13. Принятие инвестиционного решения в условиях неопределенности.
14. Маркетинг инвестиций в различных непроеизводственных сферах.
15. Краудсорсинг: виды и примеры успешных проектов. Краудфандинг – российские площадки.

#### Критерии оценивания:

Критерии оценивания	Количество баллов
Выполнены все требования, предъявляемые к написанию и защите доклада: соответствие содержания доклада заявленной тематике; соответствие общим требованиям написания доклада; отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических и иных ошибок; чёткая композиция и структура, наличие содержания; логичность и последовательность в изложении материала; представленный в полном объёме корректно оформленный список использованной литературы; наличие ссылок на использованную литературу в тексте доклада; способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса; обоснованность выводов; самостоятельность изучения материала и анализа; отсутствие фактов плагиата и др.	2
Основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом имеются отдельные замечания по таким пунктам, как: соответствие содержания доклада заявленной тематике; соответствие общим требованиям написания доклада; отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических и иных ошибок;	1

чѣткая композиция и структура, наличие содержания; логичность и последовательность в изложении материала; представленный в полном объеме корректно оформленный список использованной литературы; наличие ссылок на использованную литературу в тексте доклада; способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса; обоснованность выводов; самостоятельность изучения материала и анализа; отсутствие фактов плагиата и др.	
Тема не раскрыта, обнаруживается непонимание проблемы, присутствуют существенные отступления от требований, предъявляемых к написанию и защите доклада, в том числе: соответствие содержания доклада заявленной тематике; соответствие общим требованиям написания доклада; отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических и иных ошибок; чѣткая композиция и структура, наличие содержания; логичность и последовательность в изложении материала; представленный в полном объеме корректно оформленный список использованной литературы; наличие ссылок на использованную литературу в тексте доклада; способность к анализу и обобщению информационного материала, степень полноты обзора состояния вопроса; обоснованность выводов; самостоятельность изучения материала и анализа; отсутствие фактов плагиата и др.	0

### **Вопросы для семинаров (задания для самоконтроля)**

#### Модуль 1. Современные аспекты маркетинга инвестиций

##### Раздел 1. Понятие маркетинга инвестиций

##### Тема 1. Маркетинг в 21 веке.

##### *Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Основные этапы становления и развития маркетинга. Эволюция маркетинга в России.
2. Определение маркетинга, различные состояния спроса и маркетинговые задачи.
3. Функции маркетинга.
4. Целевой рынок, нужды, потребности, запросы, товары и услуги, обмен, транзакция, рынок, маркетинг - микс.
5. Концепции управления маркетингом.
6. Доклад на тему: «Роль и значение маркетинга инвестиций в современной рыночной экономике».

##### Тема 2. Маркетинг в области привлечения инвестиций: понятие и определения

##### *Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Определение понятия «маркетинг инвестиций».
2. Особенности различных определений понятия «маркетинг инвестиций».
3. Основные элементы и составляющие маркетинга инвестиций.
4. Доклад на тему: «Значение инвестирования на микроуровне. Инвестиция как продукт».

##### Тема 3. Цели и задачи маркетинга инвестиций.

##### *Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Цели маркетинга инвестиций.
2. Задачи маркетинга инвестиций.
3. Модификация задач маркетинга инвестиций в зависимости от особенностей инвестиционного проекта.
4. Модификация задач маркетинга инвестиций в зависимости от стадий реализации инвестиционного проекта.

5. Доклад на тему: «Цель маркетинга инвестиций. Основные принципы и функции маркетинга инвестиций».

Тема 4. Маркетинг инвестиций как составляющая инвестиционного маркетинга.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Понятие «инвестиционный маркетинг»: сущность и содержание.
2. Составляющие инвестиционного маркетинга.
3. Функции маркетинга инвестиций в рамках реализации инвестиционного маркетинга.
4. Доклад на тему: «Ключевые инвестиционные факторы».

Раздел 2. Подходы маркетинга инвестиций.

Тема 5. Сбор информации и оценка рыночного спроса.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Выявление перспективных возможностей и насущных проблем компании.
2. Способы получения маркетинговых разведывательных данных.
3. Организация маркетингового исследования.
4. Процесс маркетингового исследования.
5. Виды источников данных. Наблюдение, эксперимент, опрос. Типы выборок. Требования, предъявляемые к анкетам, типы вопросов. Панель. Фокус-группа.
6. Статистические методы, модели и теории, используемые в современных системах обеспечения маркетинговых решений.
7. Анализ рынка. Измерение текущего рыночного спроса. Прогнозирование спроса.
8. Доклад на тему: «Классификация инвестиций».

Тема 6. Изучение маркетинговой среды инвестиционного проекта.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Понятие «инвестиционный проект».
2. Маркетинговая среда инвестиционного проекта.
3. Фирма, поставщики, конкуренты, маркетинговые посредники, клиенты, контактные аудитории.
4. Демографическая, экономическая, природная, технологическая, политико-законодательная, социокультурная среда.
5. Доклад на тему: «Типы инвестиционных проектов по различным признакам».

Тема 7. Анализ потребительских рынков и поведения покупателей.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Модель маркетинговых стимулов и ответной реакции покупателей.
2. Культурные, социальные, личностные, психологические факторы.
3. Стадии процесса принятия решения о покупке.
4. Доклад на тему: «Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM-система)».

Тема 8. Роль затрат на маркетинг инвестиций

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Затраты на маркетинг и маркетинговые исследования.
2. Обоснование необходимости затрат на маркетинг инвестиций.
3. Подходы к обоснованию затрат на осуществление маркетинговых функций при реализации инвестиционного проекта.
4. Доклад на тему: «Позиционирование на инвестиционном рынке».

Тема 9. Оценка эффективности маркетинга инвестиций.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*



1. Характеристика этапов маркетинга инвестиций.
2. Планирование затрат на реализацию этапов маркетинга инвестиций.
3. Эффективность маркетинга инвестиций.
4. Особенности подходов и методов оценки эффективности маркетинга инвестиций.
5. Доклад на тему: «Этапы планирования маркетинга инвестиций».

## Модуль 2. Принятие инвестиционных маркетинговых решений

### Раздел 3. Разработка маркетинговых стратегий

#### Тема 10. Стратегии маркетинга инвестиций.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Виды маркетинговых стратегий.
2. Особенности стратегий при реализации инвестиционных проектов.
3. Характеристика существующих стратегий маркетинга инвестиций.
4. Доклад на тему: «Виды стратегии инвестиций. Продвижение инвестиций».

#### Тема 11. Способы выбора инвестиционных приоритетов.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Ключевые характеристики инвестиционного проекта.
2. Порядок выбора приоритетного инвестиционного проекта.
3. Инвестиционное решение.
4. Порядок принятия инвестиционного решения.
5. Доклад на тему: «Определение инвестиционного проекта. Приоритетный проект. Критерии принятия инвестиционного решения».

#### Тема 12. Этапы процесса позиционирования инвестиционно-привлекательного объекта.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Характеристики привлекательности инвестиционного объекта.
2. Порядок процесса позиционирования инвестиционно-привлекательного объекта.
3. Доклад на тему: «Повышение (поддержание) имиджа инвестиционного продукта».

#### Тема 13. Разработка инвестиционного предложения.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Понятие «инвестиционное предложение».
2. Характеристика условий разработки инвестиционного предложения.
3. Факторы, влияющие на порядок разработки и оставляющие инвестиционного предложения.
4. Доклад на тему: «Принятие инвестиционного решения в условиях неопределенности».

### Раздел 4. Маркетинг инвестиций в отраслях и сферах деятельности

#### Тема 14. Сущность и специфика маркетинга инвестиций в сфере услуг.

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Маркетинг услуг.
2. Особенности инвестиционных проектов в сфере услуг.
3. Порядок реализации инвестиционных проектов в сфере услуг.
4. Доклад на тему: «Маркетинг инвестиций в различных непроеизводственных сферах».

#### Тема 15. Маркетинговая функция в инвестиционной деятельности (лизинг, франчайзинг, факторинг, краудсорсинг, краудфандинг).

*Вопросы (задания) для подготовки и обсуждения*

1. Сущность понятия «краудсорсинг».
2. Сущность понятия «краудфандинг».
3. Особенности функций маркетинга в инвестиционной деятельности.
4. Доклад на тему: «Краудсорсинг: виды и примеры успешных проектов. Краудфандинг – российские площадки».

**Критерии оценивания:**

Критерии оценивания ответа на контрольный вопрос	Количество баллов
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» - «аргумент» - «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование, или апелляцию к теоретической модели, пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	2
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия или отсутствует «поддержка» - пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	1
Дан в целом неверный ответ, или два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, неверны или противоречат верному ответу («тезису»)	0

**Подготовка статьи**

Статья может быть подготовлена на любую конференцию.

**Описание статьи:**

Структура статьи: аннотация, актуальность вопроса, формулировка проблемы, опыт по решению проблемы и проработанность вопроса (авторы, публикации), предложенный вариант решения проблемы, заключение, список использованных источников.

По содержанию статья написана грамотно, отражает владение автором терминологией по исследуемой теме, умение работать с источниками информации и самостоятельно делать выводы. Автор демонстрирует критическое мышление и предлагает конкретное управленческое решение, мероприятие для решения проанализированного вопроса.

Презентация по структуре аналогична статье, сделана в формате PowerPoint и отражает личный вклад автора в решение вопроса.

**Описание методики оценивания:**

Выдержана рекомендуемая структура статьи, презентация подготовлена и представлена в группе студентов (на конференции), в статье замечен личный вклад автора, мысли сформулированы четко и логично.

**Критерии оценивания:**

Критерии оценивания	Количество баллов
Статья написана с учетом всех критериев (использовано более 5 источников, логично изложена, автор уверенно владеет материалом) и опубликована или принята к публикации на конференцию, конкурс и пр.	10

Статья написана на основе проработки не менее 5 источников, логично изложена и представлена ясно и четко, есть однозначно хорошее владение материалом (даны ответы на вопросы группы)	8-9
Статья написана на основе проработки не менее 3 источников, представлена ясно и четко, есть однозначно хорошее владение материалом (даны ответы на вопросы группы)	5-7
Статья написана на основе проработки не менее 3 источников, нет однозначно хорошего владения материалом (нет ответов на вопросы группы)	2-4
Статья не подготовлена	0

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература

1. Годин А.М. Маркетинг: учебник для бакалавров [Электронный ресурс] / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>

2. Минько Э.В. Маркетинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 351 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

3. Романов А.А. Маркетинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва: Дашков и Ко, 2016. - 440 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>

#### Дополнительная литература

1. Каширин А.И. Инновационный бизнес: венчурное и бизнес-ангельское инвестирование : учебное пособие / А.И. Каширин, А.С. Семенов ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2014. - 259 с. : ил. - (Образовательные инновации). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0943-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443296>

2. Моргунов В.И. Международный маркетинг : учебник / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 182 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02720-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495796>

3. Стерхова С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга : учебное пособие для профессионалов / С.А. Стерхова ; Академия народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2010. - 295 с. : ил. - (Образовательные инновации). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-0532-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443189>

### 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	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
2.	Административно-управленческий портал	<a href="http://www.aup.ru/books/i002.h">www.aup.ru/books/i002.h</a>

		<a href="#">tm.</a>
3.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	<a href="http://www.ecsocman.edu.ru">www.ecsocman.edu.ru</a>
4.	Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации	<a href="http://www.economy.gov.ru">www.economy.gov.ru</a>
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	<a href="http://www.bashstat.ru">www.bashstat.ru</a>
6.	Министерство регионального развития Российской Федерации	<a href="http://www.minregion.ru">www.minregion.ru</a>
7.	Исследовательская компания GFK-Русь	<a href="http://www.gfk.ru">http://www.gfk.ru</a>
8.	Информационный портал «Инвестиционные проекты»	<a href="https://investprojects.info/">https://investprojects.info/</a>
9.	Портал «Найти инвестора.РФ»	<a href="https://как.найти-инвестора.рф/">https://как.найти-инвестора.рф/</a>
10.	Гильдия маркетологов	<a href="http://www.marketologi.ru">www.marketologi.ru</a>
11.	Web-сайт Российской Ассоциации Маркетинга	<a href="http://www.ram.ru">http://www.ram.ru</a>
12.	Web-ресурсы Американской Маркетинговой Ассоциации	<a href="http://www.marketingpower.com">http://www.marketingpower.com</a>
13.	Исследовательская компания ACNielsen	<a href="http://www.nielsen.com">http://www.nielsen.com</a>
14.	Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»	<a href="http://www.marketingandresearch.ru">www.marketingandresearch.ru</a>
15.	Журнал «Инновации и инвестиции»	<a href="http://www.innovazia.ru/">http://www.innovazia.ru/</a>
16.	Информационно-издательский центр «Статистика России»	<a href="http://www.infostat.ru">www.infostat.ru</a>
17.	Российский федеральный образовательный портал	<a href="http://www.edu.ru">www.edu.ru</a>

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**

№ п\п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Маркетинг инвестиций	<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> 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).</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий</b></p>	<p><b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b> учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.) (помещение, ул. карла маркса, д.3, корп.4)</p> <p><b>аудитортия №118:</b> учебная мебель, проектор benq,</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>

		<p><b>семинарского типа:</b> 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).</p> <p><b>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> 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</p>	<p>колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 204:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 207:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 208:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 209:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 210:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 212:</b> учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 213:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 218:</b> учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 220:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 221</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 222</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 301</b></p>	
--	--	--	--	--

		<p>(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).</p> <p><b>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> 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,</p>	<p>учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p><b>аудитория № 302</b> учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.</p> <p><b>аудитория № 305</b> учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 307</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 308</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 309</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p><b>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игu corp 510 – 14 шт.</p> <p><b>аудитория № 312</b> учебная мебель, доска.</p>	
--	--	--	---	--

		<p>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).</p> <p><b>5. помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p><b>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
--	--	---	--	--