



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГЕОДЕЗИИ И КАРТОГРАФИИ
(МИИГАиК)

Факультет управления территориями
Кафедра экономики



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 5387FD2AF5B17FED816FDE9A1D4973B1
Владелец: Степанченко Алексей Леонидович
Действителен: с 21.07.2025 по 14.10.2026

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор
А. Л. Степанченко
18 апреля 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ
БИЗНЕС-АНАЛИЗА В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ
«Б1.В.01.07.03 АНАЛИЗ РЫНКА И БИЗНЕСА»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность(профиль) подготовки: Бизнес-аналитика в сфере недвижимости

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 7 з.е.
в академических часах: 252 ак.ч.

Москва, 2025

Разработчики:

Доцент кафедры Экономики, к.э.н., доцент Васютинская С. И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 957

Согласование и утверждение

№	Подразделение	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	факультет Управления территориями	Председатель ученого совета факультета	Воронцова А. А.	Рассмотрено	19.12.2024, № 2-2024

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины и формы текущего контроля
6. Оценочные материалы текущего контроля
7. Оценочные материалы промежуточной аттестации
8. Порядок проведения промежуточной аттестации
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
 - 9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
 - 9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
 - 9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 9.4. Оборудование и технические средства обучения
10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - освоение студентами методологических основ и приобретение практических навыков аналитического исследования рыночных структур и бизнеса, необходимых в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о бизнес-анализе; ;
- освоение студентами теоретических аспектов анализа рынка и бизнеса, его методического инструментария; ;
- подготовка студентов к самостоятельному поиску информационных ресурсов и обработке информации, необходимой для анализа рынка и бизнеса;;
- формирование у студентов практических навыков исследования рынка и анализа бизнеса..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен формировать решения с учетом знаний предметной области и отраслевой специфики бизнес-анализа

ПК-1.1 Анализирует экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность организаций, использует методы и инструменты сбора исходных данных при бизнес-анализе

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Основные экономические и социально-экономические показатели: Знать ключевые экономические и социально-экономические показатели, которые характеризуют деятельность организаций в сфере недвижимости, такие как доходность, рентабельность, уровень занятости и другие.

ПК-1.1/Зн2 Методы и инструменты бизнес-анализа: Знать методы и инструменты, используемые для сбора, анализа и интерпретации данных в бизнес-анализе, включая SWOT-анализ, PESTEL-анализ, финансовый анализ и другие.

ПК-1.1/Зн3 Отраслевую специфику недвижимости: Знать особенности и специфику рынка недвижимости, включая его динамику, тренды, законодательные аспекты и факторы, влияющие на спрос и предложение.

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Собирать и анализировать данные: Уметь эффективно собирать и анализировать данные, используя различные методы (опросы, интервью, анализ отчетности) для получения актуальной информации о рынке недвижимости.

ПК-1.1/Ум2 Формулировать выводы на основе анализа: Уметь формулировать обоснованные выводы и рекомендации на основе проведенного анализа, учитывая как количественные, так и качественные данные.

ПК-1.1/Ум3 Применять инструменты визуализации данных: Уметь использовать инструменты визуализации данных (например, диаграммы, графики, инфографику) для представления результатов анализа и облегчения понимания информации.

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Навыками критического мышления: Владеть навыками критического мышления для оценки информации, выявления тенденций и прогнозирования изменений на рынке недвижимости.

ПК-1.1/Нв2 Инструментами экономического моделирования: Владеть инструментами экономического моделирования для разработки сценариев и прогнозов в области бизнес-анализа, учитывающих специфику недвижимости. .

ПК-1.1/Нв3 Коммуникационными навыками для представления результатов: Владеть навыками эффективной коммуникации для представления результатов бизнес-анализа заинтересованным сторонам, включая заказчиков, инвесторов и другие организации

ПК-3 Способен выполнить анализ деятельности экономического субъекта

ПК-3.1 Анализирует информацию в различных сферах экономических, финансовых и управленческих отношений на микро- и макроуровне.

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Экономические теории и модели: Знать основные экономические теории и модели, которые объясняют функционирование экономических субъектов на микро- и макроуровне.

ПК-3.1/Зн2 Финансовая отчетность: Знать принципы составления и анализа финансовой отчетности, включая баланс, отчет о прибылях и убытках, и отчет о движении денежных средств.

ПК-3.1/Зн3 Методы экономического анализа: Знать методы и инструменты, используемые для анализа деятельности экономических субъектов, включая коэффициентный анализ, трендовый анализ и анализ динамики

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Собирать и обрабатывать данные: Уметь собирать и обрабатывать данные из различных источников для анализа деятельности экономического субъекта.

ПК-3.1/Ум2 Проводить сравнительный анализ: Уметь проводить сравнительный анализ деятельности экономического субъекта с аналогичными субъектами в отрасли или на рынке.

ПК-3.1/Ум3 Формулировать выводы: Уметь формулировать обоснованные выводы и рекомендации на основе проведенного анализа, учитывая особенности экономической среды.

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Аналитическими навыками: Владеть аналитическими навыками для интерпретации данных и выявления ключевых факторов, влияющих на деятельность экономического субъекта.

ПК-3.1/Нв2 Навыками работы с программным обеспечением: Владеть навыками работы с программным обеспечением для анализа данных (например, Excel, SPSS, R) и визуализации результатов.

ПК-3.1/Нв3 Умением представлять результаты: Владеть умением представлять результаты анализа в доступной и понятной форме для заинтересованных сторон, включая использование графиков и диаграмм.

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.В.01.07.03 «Анализ рынка и бизнеса» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 6, 7.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
6 семестр	144	4	16	32	96	Зачет с оценкой
7 семестр	108	3	17	34	21	Курсовая работа Экзамен (36)
Всего	252	7	33	66	117	36

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотношенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Сущность и система маркетинга	49	11	14	24	ПК-1.1 ПК-3.1
Тема 1.1. Определение и значение маркетинга	17	3	6	8	
Тема 1.2. Система маркетинга	16	4	4	8	
Тема 1.3. Принципы и инструментарий маркетинга	16	4	4	8	
Раздел 2. Система маркетинговой информации о рынке	57	11	22	24	ПК-1.1 ПК-3.1
Тема 2.1. Структура системы маркетинговой информации	18	4	6	8	
Тема 2.2. Процесс маркетингового исследования	20	4	8	8	
Тема 2.3. Методы сбора и обработки данных	19	3	8	8	
Раздел 3. Анализ бизнес-среды	110	11	30	69	ПК-1.1 ПК-3.1
Тема 3.1. Понятие и элементы бизнес-среды	39	3	10	26	

Тема 3.2. Мезосреда и микросреда	45	4	12	29
Тема 3.3. Методы исследования бизнес-среды	26	4	8	14
Итого	216	33	66	117

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Сущность и система маркетинга

Тема 1.1. Определение и значение маркетинга

Понятие маркетинга и его роль в бизнесе.

Влияние маркетинга на принятие управленческих решений

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 1.2. Система маркетинга

Компоненты маркетинговой системы: исследования, планирование, реализация и контроль.

Взаимосвязь между элементами системы.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование
Практическая работа

Тема 1.3. Принципы и инструментарий маркетинга

Основные принципы: ориентация на потребителя, комплексный подход, интеграция функций.

Инструменты маркетинга: продукт, цена, место, продвижение (4Р).

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Раздел 2. Система маркетинговой информации о рынке

Тема 2.1. Структура системы маркетинговой информации

Основные компоненты: внутренние и внешние источники данных.

Роль системы в принятии решений.

Текущий контроль

Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 2.2. Процесс маркетингового исследования

Этапы: определение проблемы, сбор данных, анализ и интерпретация информации.
Важность планирования исследования

Текущий контроль
Вид (форма) контроля
Тестирование
Практическая работа

Тема 2.3. Методы сбора и обработки данных

Первичные и вторичные данные: источники и методы.
Качественные и количественные методы исследования.

Текущий контроль
Вид (форма) контроля
Тестирование

Раздел 3. Анализ бизнес-среды

Тема 3.1. Понятие и элементы бизнес-среды

Определение бизнес-среды и ее значение для компании.
Основные элементы макросреды: экономические, социальные, политические и технологические факторы.

Текущий контроль
Вид (форма) контроля
Тестирование
Практическая работа

Тема 3.2. Мезосреда и микросреда

Взаимодействие с потребителями, поставщиками и конкурентами.
Влияние мезосреды на бизнес-стратегию.

Текущий контроль
Вид (форма) контроля
Тестирование

Тема 3.3. Методы исследования бизнес-среды

Инструменты и техники для анализа бизнес-среды
Примеры успешного анализа бизнес-среды.

Текущий контроль
Вид (форма) контроля
Тестирование

6. Порядок проведения промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации регламентируется локальными нормативными актами Университета:

- Положением о формах, периодичности, порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.6 «Организация и проведение промежуточной аттестации».

- Положением о порядке осуществления образовательного процесса, проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Московский государственный университет геодезии и картографии», п.8 «Проведение промежуточной аттестации с применением ЭО и ДОТ».

Промежуточная аттестация: Зачет с оценкой, 6 семестр.

Промежуточная аттестация: Курсовая работа, 7 семестр.

Порядок проведения курсовой работы

1. Выбор темы курсовой работы

Определите интересующую вас тему из области маркетинга, экономики или управления.

Убедитесь, что тема актуальна и имеет достаточное количество источников для исследования.

2. Формулировка цели и задач курсовой работы

Определите основную цель исследования (например, анализ маркетинговой стратегии компании, оценка финансовых результатов и т.д.).

Сформулируйте конкретные задачи, которые помогут достичь поставленной цели (например, провести SWOT-анализ, изучить рынок и конкурентов, оценить финансовые показатели).

3. Сбор информации и источников

Изучите литературу по выбранной теме: учебники, статьи, исследования, отчеты компаний.

Соберите первичные данные (если это необходимо) через опросы, интервью или наблюдения.

4. Структура курсовой работы

Курсовая работа должна включать следующие разделы:

Введение

Обоснование выбора темы

Цель и задачи исследования

Актуальность темы

Краткий обзор структуры работы

Теоретическая часть

Обзор литературы по теме

Основные понятия и определения

Методологические подходы

Практическая часть

Анализ собранных данных

Применение теоретических знаний на практике

Результаты исследования

Заключение

Основные выводы

Рекомендации

Список использованных источников

Оформление списка согласно стандартам.

5. Написание курсовой работы

Начните с написания черновика, не беспокоясь о совершенстве.

Переписывайте и редактируйте текст, улучшая его структуру и содержание.

Убедитесь, что все источники корректно оформлены.

6. Оформление работы

Следуйте установленным требованиям по оформлению (шрифт, размер, поля и т.д.).

Проверьте наличие всех необходимых элементов (содержание, список литературы, приложения).

7. Защита курсовой работы

Подготовьте презентацию, которая кратко изложит основные моменты Вашей работы.

Практикуйтесь в выступлении перед аудиторией, чтобы уверенно представить свои результаты.

Промежуточная аттестация: Экзамен, 7 семестр.

7. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Сущность и система маркетинга

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1

Тема 1.1. Определение и значение маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Что такое маркетинг и какова его основная цель?
2. Какие основные принципы маркетинга?
3. Какое из следующих утверждений является основным принципом маркетинга?

- a) Ориентация на продукт
- b) Ориентация на потребителя
- c) Ориентация на конкурентов

Тема 1.2. Система маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Каковы основные компоненты маркетинговой системы?
2. Как осуществляется взаимосвязь между элементами маркетинговой системы?

Форма контроля/оценочное средство: Практическая работа

Вопросы/Задания:

1. Выберите продукт или услугу, которую Вы хорошо знаете (например, смартфон, косметику, ресторан). Проведите анализ маркетинговой системы этого продукта, ответив на следующие вопросы:

Каковы целевые потребители и их потребности?

Какие маркетинговые исследования были проведены для понимания этих потребностей?

Какие компоненты 4P (продукт, цена, место, продвижение) используются для этого продукта?

Как осуществляется контроль за эффективностью маркетинговых мероприятий?

Тема 1.3. Принципы и инструментарий маркетинга

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какой из компонентов маркетинговой системы включает в себя анализ и интерпретацию данных?

- a) Исследования

- b) Реализация
- c) Контроль

2. Какой из инструментов маркетинга не входит в 4P?

- a) Продукт
- b) Процесс
- c) Цена

Раздел 2. Система маркетинговой информации о рынке

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1

Тема 2.1. Структура системы маркетинговой информации

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какова структура системы маркетинговой информации?
2. Какой из следующих источников данных является внутренним?

- a) Отчеты о продажах
- b) Государственные статистические данные
- c) Отчеты конкурентов

Тема 2.2. Процесс маркетингового исследования

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какой этап не входит в процесс маркетингового исследования?

- a) Сбор данных
- b) Анализ данных
- c) Производство товара

2. Какова роль системы маркетинговой информации в принятии решений?

3. Назовите подсистемы системы маркетинговой информации.

4. Представьте этапы проведения маркетингового исследования в логической последовательности:

Обор источников информации.

Сбор информации.

Определение проблемы и целей исследования.

Представление полученных результатов.

Анализ собранной информации.

Форма контроля/оценочное средство: Практическая работа

Вопросы/Задания:

1. Представьте, что Вы работаете в компании, которая планирует запустить новый продукт на рынок. Вам необходимо разработать план сбора маркетинговой информации

Ответьте на следующие вопросы:

Какую проблему Вы хотите решить с помощью исследования?

Какие первичные и вторичные источники данных Вы будете использовать?

Опишите методы, которые Вы будете применять для сбора данных (например, опросы, интервью, анализ отчетов).

Как Вы планируете анализировать и интерпретировать собранные данные?

Тема 2.3. Методы сбора и обработки данных

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Каковы основные этапы процесса маркетингового исследования?
2. Почему важно планировать маркетинговое исследование?
3. Какой из методов исследования данных является количественным?
 - а) Интервью
 - б) Опросы с закрытыми вопросами
 - с) Фокус-группы
4. Какой из методов сбора данных считается первичным?
 - а) Опросы
 - б) Статистические данные
 - с) Отчеты о продажах
5. Опишите (укрупненно, группы) источники маркетинговой информации.
6. Вторичная информация в исследовании рынка представляет собой
 - а) второстепенные данные;
 - б) перепроверенные данные;
 - в) данные из внешних или внутренних источников, первоначально полученные с другими целями;
 - г) данные полученные из посторонних источников.

Раздел 3. Анализ бизнес-среды

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1

Тема 3.1. Понятие и элементы бизнес-среды

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Что такое бизнес-среда и каково ее значение для компании?
2. Какие основные элементы макросреды существуют?
3. Какова роль мезосреды и микросреды в бизнесе?
4. В состав мезосреды организации не включают
 - а) социально-демографические, научно-технические, экономические и другие процессы, опосредованно влияющие на деятельность предприятия;
 - б) ближайшее окружение фирмы;
 - в) факторы, непосредственно влияющие на деятельность предприятия со стороны потребителей, конкурентов, поставщиков и посредников;
 - г) потребителя, как важнейшего элемента данной среды.

Форма контроля/оценочное средство: Практическая работа

Вопросы/Задания:

1. Выберите компанию, работающую в Вашей стране (например, местный ресторан, торговую сеть или производственную компанию). Проведите анализ ее бизнес-среды, ответив на следующие вопросы:

Каковы основные элементы макросреды, влияющие на эту компанию (экономические, социальные, политические и технологические факторы)?

Как компания взаимодействует с мезосредой (потребители, поставщики, конкуренты)?

Какие методы анализа внешней среды Вы бы использовали для оценки текущей ситуации компании?

Как результаты анализа могут повлиять на стратегию компании?

Тема 3.2. Мезосреда и микросреда

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какой из следующих факторов относится к макросреде

- a) Конкуренты
- b) Поставщики
- c) Политические факторы

2. Какой из следующих элементов не относится к мезосреде?

- a) Потребители
- b) Государственные органы
- c) Поставщики

3. Какой из методов анализа внешней среды включает в себя изучение сильных и слабых сторон компании?

- a) PEST-анализ
- b) SWOT-анализ
- c) Фокус-группы

Тема 3.3. Методы исследования бизнес-среды

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какие факторы влияют на поведение покупателя?
2. Изложите классификацию рынков в зависимости от вида потребителей.
3. Охарактеризуйте потребительские рынки
4. Назовите группы признаков сегментации
5. Дайте определение понятию «канал распределения».
6. Объясните, выгодны ли изменения в структуре производства для организации и в каких случаях.
7. Назовите показатели, которые характеризуют движение и состояние основных средств.
8. Какие показатели характеризуют эффективность использования основных средств и как они рассчитываются?
9. 16. Среднегодовая стоимость основных фондов (ОФ) организации составляет 600 тыс. руб., в том числе активная их часть (ОФа) - 400 тыс. руб. Выручка (В) за тот же период - 800 тыс. руб. Используя двухфакторную модель, которая показывает влияние структуры основных фондов на показатель фондоотдачи, рассчитать фондоотдачу.
10. Изложите методику анализа обеспеченности организации трудовыми ресурсами по количественным и качественным параметрам.
11. Себестоимость единицы продукции определяется отношением суммы затрат к количеству произведенной продукции. Какие резервы необходимо найти для снижения ее уровня?

8. Оценочные материалы промежуточной аттестации

6 семестр, Зачет с оценкой

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1

Вопросы/Задания:

1. Каковы основные методы анализа динамики и выполнения плана производства и продаж?
2. Какие факторы могут влиять на изменение объемов выпуска и продаж?
3. Какова сущность и структура основных средств организации?

4. Какие виды оценок основных средств существуют?
5. Каковы основные методы анализа использования фонда заработной платы?
6. Как проводится анализ сметы затрат на производство продукции?
7. Какие факторы влияют на затратоемкость продукции?
8. Какова методика определения резервов снижения себестоимости продукции?
9. Как влияет себестоимость на финансовые результаты бизнеса?
10. Как анализируется состав и динамика прибыли?

7 семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1

Вопросы/Задания:

1. Какова методика определения резервов роста объемов производства и продаж?
2. Как можно оценить эффективность выполнения плана по продажам?
3. Как анализируется износ и амортизация основных средств?
4. Какова экономическая сущность оборотных средств?
5. Как проводится анализ обеспеченности бизнеса трудовыми ресурсами?
6. Какие факторы влияют на оборот рабочей силы?
7. Как осуществляется анализ производительности труда?
8. Как определяется безубыточный объем продаж?
9. Как проводится анализ формирования и использования чистой прибыли?
10. Какое значение имеет анализ мезосреды для формирования бизнес-стратегии?
11. Какие основные элементы макросреды влияют на бизнес, и как они могут быть проанализированы?
12. В чем разница между первичными и вторичными данными в маркетинговом исследовании?
13. Какие этапы включает процесс маркетингового исследования?
14. Какие основные компоненты входят в маркетинговую систему?

Вопросы/Задания:

1. Тема курсовой работы: «Анализ маркетинговой стратегии компании [название компании]»

Суть работы:

Курсовая работа направлена на исследование и анализ маркетинговой стратегии конкретной компании. В ходе работы будет проведен анализ текущего положения компании на рынке, изучены ее конкурентные преимущества, целевая аудитория, а также оценены используемые маркетинговые инструменты и каналы продвижения.

Задание:

Изучить теоретические основы маркетинговых стратегий и их значимость для бизнеса.

Провести SWOT-анализ компании [название компании], выявив ее сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы.

Оценить текущую маркетинговую стратегию компании, включая анализ рынка, клиентов и конкурентов.

Разработать рекомендации по улучшению маркетинговой стратегии на основе проведенного анализа.

9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

9.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Шульгатый О. Л. Оценка стоимости бизнеса: учебная программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 38.03.01 «экономика», профиль подготовки «финансы и кредит» / О. Л. Шульгатый. - Оценка стоимости бизнеса - Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 84 с. - 2227-8397. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/62645.html> - Режим доступа: по подписке

2. Титенок А. В. Планирование на предприятиях малого и среднего бизнеса: учебное пособие для вузов / А. В. Титенок. - Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 168 с. - 978-5-507-46794-5. - Текст: электронный // Издательство Лань: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/352004> - Режим доступа: по подписке

3. Лисовский А. Л. Оценка стоимости фирмы (бизнеса): учебное пособие / А. Л. Лисовский, Т. А. Никерова, Л. А. Шмелева. - Оценка стоимости фирмы (бизнеса) - Москва: Научный консультант, 2024. - 58 с. - 978-5-6040243-3-1. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/140312.html> - Режим доступа: по подписке

4. Щербакова Н. А. Управление стоимостью бизнеса: учебное пособие / Н. А. Щербакова, В. А. Щербаков. - Новосибирск: НГТУ, 2019. - 95 с. - 978-5-7782-4065-0. - Текст: электронный // Издательство Лань: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/152359> - Режим доступа: по подписке

5. Саталкина Н. И. Анализ и прогнозирование банкротств: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Г. И. Терехова, Ю. О. Терехова. - Тамбов: ТГТУ, 2017. - 82 с. - 978-5-8265-1787-1. - Текст: электронный // Издательство Лань: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/book/319754> - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Основы бизнес-анализа деятельности корпорации: учебное пособие / Р. И. Сафиуллаева, И. И. Глотова, Л. В. Агаркова [и др.] - Основы бизнес-анализа деятельности корпорации - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2022. - 80 с. - 2227-8397. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/129593.html> - Режим доступа: по подписке

2. Кнышов А. В. Бизнес-анализ в управлении: учебное пособие / А. В. Кнышов, Е. Р. Орлова. - Бизнес-анализ в управлении - Москва: Российская таможенная академия, 2022. - 132 с. - 978-5-9590-1268-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/146471.html> - Режим доступа: по подписке

3. Глущенко М. Е. Анализ рынка недвижимости: учебное пособие / М. Е. Глущенко, С. В. Тарута. - Анализ рынка недвижимости - Омск: Омский государственный технический университет, 2021. - 153 с. - 978-5-8149-3257-0. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/124813.html> - Режим доступа: по подписке

4. Шохнех А. В. Стратегическое управление и бизнес-анализ: учебное пособие / А. В. Шохнех. - Стратегическое управление и бизнес-анализ - Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2023. - 239 с. - 978-5-9935-0447-6. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/129114.html> - Режим доступа: по подписке

9.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. <http://economics.ru> - сайт Института "Экономическая школа", Экономический портал
2. <https://rosstat.gov.ru/> - Официальная статистическая информация о социальных, экономических, демографических, экологических и других общественных процессах в Российской Федерации
3. <https://sdo.mii.gov.ru> - <https://sdo.mii.gov.ru>
4. <https://a2is.ru/catalog/programmy-dlya-prinyatiya-upravlencheskikh-reshenij> - ТОП-10 Лучшие он-лайн системы принятия решений
5. <https://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

9.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. ArcGIS;
2. Global Mapper;
3. ГИС Панорама;
4. PostGIS;
5. PostgreSQL;
6. QGIS;
7. SAGA GIS;
8. Axioma;
9. MapInfo;
10. EFT;
11. Inkscape;

12. Kompas-3D_LT (FULL);
13. NanoCAD;
14. Anaconda;
15. PascalABC.NET;
16. Lazarus;
17. Node JS;
18. Sublime Text 3;
19. Thonny IDE for Python;
20. 7Zip;
21. Microsoft Office;
22. Notepad++;
23. WinDjView;
24. Niv_Matrix;
25. Microsoft Visual Studio;

*Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)*

Не используется.

9.4. Оборудование и технические средства обучения

Компьютерный класс

Маркерная доска - 1 шт.

Моноблок - 96 шт.

Проектор - 7 шт.

Автоматизированное рабочее место (АРМ) - 15 шт.

Плоттер - 1 шт.

Сканер - 1 шт.

10. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

С целью успешного освоения данного предмета студенту необходимо выполнять домашние работы по указанным преподавателям темам и представленным на занятиях материалам. Для более успешного выполнения работы студенту предлагается использование учебно-методических материалов, соответствующих указанной теме.

Самостоятельная работа студентов описывается и регулируется:

- Методическими рекомендациями по дисциплине;
- Методическими рекомендациями по организации самостоятельной работы студентов МИИГАиК;

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

При необходимости обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья аудиторные занятия могут быть заменены или дополнены изучением полнотекстовых лекций, презентаций, видео- и аудиоматериалов в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета. Индивидуальные задания подбираются в адаптированных к ограничениям здоровья формах (письменно или устно, в форме презентаций). Выбор методов обучения зависит от их доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Рабочая программа дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.