

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Сервис, туризм и торговое дело"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.6.2 Организация и планирование бизнес-процессов

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль/направленность/специализация: Логистика в торговой деятельности

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Авторы программы:

Кандидат экономических наук, Плужников Игорь Александрович

Доктор экономических наук, профессор Кузнецов Игорь Анатольевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «12» ноября 2015 г. № 1334).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Сервис, туризм и торговое дело" «12» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-7 Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

ПК-9 Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:

- организационно-управленческая

1.3 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Знания и умения, необходимые для формирования трудового действия / компетенции
	ПК-7 Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает и понимает: знать методы и принципы организации закупочных процессов
		Умеет (способен продемонстрировать): уметь организовывать процесс материально-технического обеспечения исходя из существующей потребности в нем и принципа оптимизации затрат
		Владеет: владеть навыками организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров
	ПК-9 Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знает и понимает: знать принципы и методы анализа эффективности стратегического планирования и систему инструментов;
		Умеет (способен продемонстрировать): уметь анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
		Владеет: владеть навыками оценки результативности стратегий организации

1.4 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-7 Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Заочная (семестр)				
		4	5	6	7	8

1	Адаптационная дисциплина для инвалидов и лиц с ОВЗ "Формирование ассортимента и управление товарными запасами"		+			
2	Ассортиментная политика организации		+			
3	Бизнес-планирование предприятий торговли			+		
4	Технологическая практика			+	+	
5	Управление и моделирование логистических процессов	+				
6	Управление цепями поставок					+
7	Формирование ассортимента и управление товарными запасами		+			

ПК-9 Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Заочная (семестр)			
		4	5	6	9
1	Бизнес-планирование предприятий торговли			+	
2	Преддипломная практика				+
3	Стратегическое управление торговой организацией	+	+		

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Организация и планирование бизнес-процессов» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело.

Дисциплина «Организация и планирование бизнес-процессов» изучается в 6 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 6 з.е.

Заочная: 6 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	216

Контактная работа	20
Лекции (Лекции)	10
Практические (Практ. раб.)	10
Самостоятельная работа (СР)	187
Экзамен	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		3	3	3	
6 семестр					
1	Сущность и содержание бизнес-процессов в организации.	2	2	38	Опрос
2	Организация и планирование производства и объема продаж.	2	2	37	Тестирование
3	Управление конкурентоспособ ностью предприятия.	2	2	37	Тестирование
4	Управление результативностью бизнес- процессов.	2	2	38	Опрос; Тестирование
5	Формирование цены на товары. Организация сбытовой деятельности.	2	2	37	Собеседование

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-процессов в организации. (ПК-7)

Лекция.

Бизнес- процесс как объект управления. Основные принципы, функции, цели и задачи процесса организации и планирования бизнес- процессов. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам. Подготовка к планированию и организации бизнес- процессов. Структура бизнес-процесса. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея. Г. проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).

Практическое занятие.

Предмет и содержание бизнес- процессов. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес- процессов. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам. Подготовка к организации и управлению бизнес- процессами.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Структура бизнес- процессов предприятия.
2. Определение структуры управления бизнес- процессами.

3. Порядок проведения предпроектных исследований.
4. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
5. Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).
6. Оспекты планирования в управлении бизнес- процессами.

Тема 2. Организация и планирование производства и объема продаж. (ПК-9)

Лекция.

Принципы планирования производственного процесса. Принципы планирования системы сбыта. Формирование потребности. Виды рыночного спроса и его оценка. Подходы к изучению рынка. Прогнозирование и планирование сбыта.

Практическое занятие.

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс принятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.
2. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический.
3. Выбор методов рыночной сегментации рынка.
4. Целевой сегмент рынка и позиционирование товаров и услуг.

Тема 3. Управление конкурентоспособностью предприятия. (ПК-9)

Лекция.

Конкурентоспособность как результат эффективности бизнес- процессов. Конкурентные преимущества. Классификация затрат предприятия. Конкурентоспособность товара как

Практическое занятие.

Понятие конкурентной среды предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов. Виды предпринимательского поведения. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Проверка достоверности информации, характеризующей деловую ситуацию.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Анализ факторов конкурентной среды предприятия.
2. Определение доли рынка предприятия.
3. Характеристика основных конкурентов.
4. Анализ продукции и услуг конкурентов.
5. Анализ ценовой политики, программ продвижения.
6. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

Тема 4. Управление результативностью бизнес- процессов. (ПК-9)

Лекция.

План прибылей и убытков. Выручка от реализации. Производственные затраты. Валовая Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План де денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффект инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования.

Практическое занятие.

Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д. Методы установления цен на товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы с использованием справочных материалов, сети Интернет, научной, учебной, учебно- методической литературы.

Тема 5. Формирование цены на товары. Организация сбытовой деятельности. (ПК-7)

Лекция.

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен

Практическое занятие.

Сущность сбытовой деятельности торговых предприятий. Каналы распространения товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации товаров. Способы и методы реализации (сбыта): директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Формирование программы сбыта.

Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы:

1. Виды продвижения: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта.
2. Особенности разработки плана продвижения товаров, услуг.
3. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-процессов в организации.

Вопросы для опроса

1. Бизнес- процесс как объект управления.
2. Основные принципы, функции, цели и задачи процесса организации и планирования бизнес-процессов.
3. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам.
4. Подготовка к планированию и организации бизнес- процессов.
5. Структура бизнес- процесса. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
6. Бизнес-идея.
7. Порядок проведения предпроектных исследований.
8. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
9. Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).

10. Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта.
11. Предмет и содержание бизнес- процессов.
12. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес- процессов.
13. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам.
14. Подготовка к организации и управлению бизнес- процессами.

Тема 4. Управление результативностью бизнес- процессов.

Вопросы для опроса

1. План прибылей и убытков.
2. Выручка от реализации.
3. Производственные затраты.
4. Валовая маржа.
5. Коммерческие издержки и постоянные затраты.
6. Валовая прибыль.
7. Налоговое окружение.
8. План движения денежных средств.
9. Критерии оценки инвестиционного проекта.
10. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования.
11. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).
12. Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

Собеседование

Тема 5. Формирование цены на товары. Организация сбытовой деятельности.

Вопросы для собеседования

1. Этапы формирования ценовой политики.
2. Определение цели ценообразования.
3. Выбор ценовой политики.
4. Разработка стратегии ценообразования.
5. Методы установления цен на товары и услуги.
6. Затратные методы.
7. Метод потребительской оценки.
8. Метод анализа цен конкурентов.
9. Метод директ-костинг.
10. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен

Тестирование

Тема 2. Организация и планирование производства и объема продаж.

Тест

Вопрос 1. К задачам планирования производства и реализации продукции НЕ относятся:

- а) выбор варианта технологического процесса и процесса производства, которые могли бы обеспечить должный уровень издержек производства и качества продукции и гарантировать ее реализацию, получение прибыли;
- б) планирование объема выпуска продукции, принятие решений о формировании портфеля заказов в целом по всем номенклатурным позициям;

в) планирование финансовых ресурсов, принятие решений о сохранении уровня или увеличении финансовых ресурсов за счет «расшивки узких мест» или путем привлечения средств потенциальных инвесторов;

г) планирование материальных ресурсов, принятие решений о выборе поставщиков, количестве и качестве и т. д.

Вопрос 2. В исходный этап системы планирования производства и реализации продукции (выберите правильные ответы)

- а) планирование ресурсов;
- б) план производства продукции;
- в) план материально-технического снабжения;
- г) анализ профиля загрузки мощностей;
- д) планирование производства.

Вопрос 3. Результирующим документом разработки плана реализации является:

- а) план сбыта продукции;
- б) план сбыта продукции, утвержденный руководителем коммерческой службы;
- в) план сбыта продукции, утвержденный руководителем предприятия;**
- г) план сбыта продукции, утвержденный заместителем руководителя предприятия по производству;
- д) план сбыта продукции, утвержденный главным бухгалтером предприятия;
- е) план сбыта продукции, утвержденный начальником финансовой службы (финансового отдела) предприятия.

Вопрос 4. Оценка объема отгруженной продукции производится:

- а) в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость;
- б) в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;
- в) в фактических ценах реализованной продукции без налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;
- г) в фактических ценах реализованной продукции с учётом налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;**
- д) в фактических ценах реализованной продукции с учётом налога на добавленную стоимость, без учёта акцизного сбора и других налогов из выручки.

Вопрос 5. Под реализованной продукцией предприятий понимается:

- а) отгруженная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате;
- б) проданная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате;
- в) проданная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления расчетных документов об оплате;
- г) реализованная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления расчетных документов об оплате;
- д) отгруженная продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления покупателем или заказчиком расчетных документов об оплате.**

Вопрос 6. Производственная мощность предприятия определяется по мощности ведущих:

- а) производств;
- б) корпусов;
- в) цехов;
- г) участков;
- д) смен;
- е) бригад;
- ж) рабочих мест.

Вопрос 7. В главный этап системы планирования производства и реализации продукции входит: (выберите правильные ответы)

- а) объединённые планы поставок и загрузки мощностей;
- б) анализ профиля загрузки мощностей;
- в) детальное планирование потребностей в материалах;
- г) детальное планирование поступления финансовых ресурсов;
- д) детальное планирование загрузки мощностей.

Вопрос 8. На практике НЕ используются в качестве измерителей продукции:

- а) качество продукции;
- б) натуральные измерители, выражающие физический объем конкретных видов продукции;
- в) натуральные измерители, выражающие химический состав конкретных видов продукции;
- г) условно-натуральные измерители, которые применяются для измерения натуральной продукции разных номенклатур единым агрегированным показателем;
- д) агрегированные измерители, которые применяются для измерения натуральной продукции разных номенклатур единым условно-натуральным показателем.

Вопрос 9. Трудовые измерители характеризуют объем выпущенной продукции:

(выберите правильные ответы)

- а) в нормо-часах;
- б) в нормо-днях;
- в) в трудоднях;
- г) человеко-днях;
- д) человеко-часах.

Вопрос 10. Стоимостные измерители являются основой для:

- а) сопоставления объема выпуска однородной продукции;
- б) сопоставления объема выпуска разнородной продукции;
- в) для управления издержками производства на предприятии;
- г) для управления объёмом выпуска продукции на предприятии;
- д) для управления объёмом получаемой прибыли от реализации продукции на предприятии.

Тема 3. Управление конкурентоспособностью предприятия.

Тест

1. Объектом конкуренции являются:

- а) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- б) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- в) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*
- г) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- а) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- б) издержки производства и сбыта;
- в) полезный эффект и цена потребления;*
- г) потребительская новизна товара.

3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- а) регрессивная вертикальная интеграция;*
- б) прогрессивная вертикальная интеграция;
- в) горизонтальная интеграция;
- г) дополняющая диверсификация.

4. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- a) М. Портер;*
- b) А. Литл;
- c) Ф. Котлер;
- d) И. Ансофф.

5. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- a) увеличивают размеры своей фирмы;
- b) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;*
- c) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
- d) ни один ответ не является верным.

6. Форма расчета с поставщиками, транспортабельность товара, надежность поставки относятся к:

- a) производственным факторам конкурентоспособности;
- b) рыночным факторам конкурентоспособности;
- c) сбытовым факторам конкурентоспособности;*
- d) сервисным факторам конкурентоспособности.

7. Кто использует стратегию компиляции или стратегию адаптации?

- a) рыночные лидеры;
- b) челенджеры;
- c) нишеры;
- d) последователи.*

8. Удельный вес фирм-челенджеров (по Ф. Котлеру) в общей емкости определенного рынка составляет:

- a) 40%;
- b) 25%;
- c) 20%;
- d) 30%.*

9. К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:

- a) темперамент;*
- b) умение формулировать личные цели и цели коллектива;
- c) умение управлять своими эмоциями;
- d) общительность коммуникабельность.

10. Фирма – это:

- a) управление всеми факторами, обеспечивающими достижение законным путём экономических и социальных преимуществ или выгод;
- b) организация, концентрирующая и использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли;
- c) предприятие, способное получать необходимый результат, позволяющий осваивать за определённые сроки закономерное количество изделий без коренного изменения основных производственных фондов;
- d) главное действующее лицо конкурентных отношений на рынке.*

11. Фундаментальная рыночная ниша – это:

- a) сегмент рынка продавца определённого товара или услуги;
- b) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурирующими предприятиями;

с) совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары (услуги), производимые данной фирмой;*

д) ни один ответ не является верным.

12. Конкурирующие фирмы – это:

а) фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;*

б) борьба между фирмами на одном рыночном сегменте;

с) взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли.

д) фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли.

13. Конкурентоспособность товара - это:

а) степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя;*

б) способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими;

с) закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.

14. Максимальная цена, которую покупатель считает для себя выгодным заплатить за данный товар – это:

а) запас конкурентоспособности товара;

б) потребительская ценность товара;*

с) цена продажи товара;

д) себестоимость товара.

15. Какой метод ведения конкурентной борьбы состоит в том, что конкурирующие фирмы стараются привлечь потребителя с помощью повышения потребительской ценности товара:

а) ценовая конкуренция;

б) неценовая конкуренция;*

с) недобросовестная конкуренция;

д) прямая конкуренция.

Тема 4. Управление результативностью бизнес- процессов.

Тест

1. Распределение на правах исключительности (эксклюзивное) означает:

а) намеренное резкое ограничение числа посредников на каждом уровне канала и их исключительные права на продажу товаров +

б) использование оптовых и розничных посредников с целью предоставления им возможности сочетать престижный образ товара с хорошим объемом продаж и контролем над движением товаров

в) максимально широкое распространение товара между посредниками исключительно для удобства покупателей

2. Верны ли утверждения:

1. Рассчитываемые в единицах времени показатели оборачиваемости характеризуют фондоотдачу соответствующих элементов основного и оборотного капитала, а выраженные в единицах – скорость их превращения в ликвидную форму

2. Оборачиваемость дебиторской задолженности характеризует среднюю скорость обращения счетов к оплате

а) только 1

б) только 2

в) оба верны

г) нет верного ответа +

3. Основными результатами ... анализа рисков являются: выявление конкретных рисков инвестиционного проекта и порождающих их причин, анализ и стоимостной эквивалент гипотетических последствий возможной реализации отмеченных рисков, предложение мероприятий по минимизации ущерба и их стоимостная оценка:

а) количественного

б) разового

в) качественного +

4. Коммерческий риск:

а) риск принятия маркетинговых решений +

б) неритмичность загрузки оборудования

в) несвоевременная оплата труда

5. Верны ли утверждения:

1. Коэффициент общей ликвидности показывает, в какой степени текущие обязательства покрываются текущими активами

2. Коэффициент общей ликвидности называют также коэффициентом оборачиваемости

а) только 1 +

б) только 2

в) оба верны

6. При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

а) государственная поддержка

б) наличие источников финансирования

в) возмещение вложенных средств за счет доходов от реализации +

7. При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

а) окупаемости инвестиций в пределах приемлемого срока +

б) наличие источников финансирования

в) государственная поддержка

8. Соотношение спроса, предложения, цены в конкретный момент называется ... рынка:

а) емкость

б) эластичность

в) конъюнктура +

9. При составлении бизнес-плана используется:

а) макроэкономические показатели

б) бухгалтерская информация +

в) список лицензий

10. Такой риск возникает в процессе реализации закупленных (произведенных) товаров и оказания услуг:

а) коммерческий +

б) технический

в) рыночный

11. Инвестиционные издержки, текущие затраты (без амортизации), налоги и отчисления, погашение займов и выплата процентов, выплата дивидендов:

а) общие затраты

б) отток денежных средств +

в) расходы на производство

12. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена:

а) маркетинг +

б) рынок

в) базар

13. Внешние издержки:

а) издержки упущенных возможностей иначе применить факторы, вводимые в процесс трансформации экономических ресурсов в экономические блага

б) совокупные издержки, приходящиеся на единицу объема выпуска

в) плата за ресурсы физическим и юридическим лицам, которые не входят в число работников или владельцев данной фирмы. Например, зарплата работников по найму (не входящих в число работников фирмы), выплаты за сырьё (кроме собственной добычи) и др. +

14. Индекс прибыльности является эффектом инвестиционного проекта:

- а) нет +
- б) да
- в) иногда

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-7, ПК-9)

Вопросы к экзамену

1. Бизнес- процесс как объект управления.
2. Основные принципы, функции, цели и задачи процесса организации и планирования бизнес- процессов.
3. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам.
4. Подготовка к планированию и организации бизнес- процессов.
5. Структура бизнес- процесса.
6. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
7. Бизнес-идея.
8. Порядок проведения предпроектных исследований.
9. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
10. Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).
11. Предмет и содержание бизнес- процессов.
12. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес- процессов.
13. Общие требования, предъявляемые к бизнес-процессам.
14. Подготовка к организации и управлению бизнес- процессами.
15. Принципы планирования производственного процесса.
16. Принципы планирования системы сбыта.
17. Формирование потребности.
18. Виды рыночного спроса и его оценка.
19. Подходы к изучению рынка.
20. Прогнозирование и планирование сбыта.
21. Изучение товарной структуры рынка.
22. Оценка конъюнктуры рынка.
23. Общая структура спроса.
24. Прогноз основных показателей рынка.
25. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса.
26. Определение емкости рынка.
27. Общие и специфические факторы рынка.
28. Процесс принятия решения о покупке.
29. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления.
30. Классификация потребителей.
31. Конкурентоспособность как результат эффективности бизнес- процессов.
32. Конкурентные преимущества.
33. Классификация затрат предприятия.
34. Конкурентоспособность товара как конкурентное преимущество.
35. Понятие конкурентной среды предприятия.

36. Виды конкуренции и характеристика типов.
37. Виды предпринимательского поведения.
38. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании.
39. Проверка достоверности информации, характеризующей деловую ситуацию.
40. План прибылей и убытков.
41. Выручка от реализации.
42. Производственные затраты.
43. Валовая маржа.
44. Коммерческие издержки и постоянные затраты.
45. Валовая прибыль.
46. План движения денежных средств.
47. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования.
48. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).
49. Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.
50. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.

Типовые задания для экзамена (ПК-7, ПК-9)

Типовое задание 1

1. Объектом конкуренции являются:

- a) товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя;
- b) фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели;
- c) потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка;*
- d) группа потребителей, входящих в один сегмент рынка.

2. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:

- a) продажная цена товара и полезный эффект от его использования;
- b) издержки производства и сбыта;
- c) полезный эффект и цена потребления;*
- d) потребительская новизна товара.

3. Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими сырье и полуфабрикаты – это:

- a) регрессивная вертикальная интеграция;*
- b) прогрессивная вертикальная интеграция;
- c) горизонтальная интеграция;
- d) дополняющая диверсификация.

4. Кто разделил конкурентные стратегии фирмы на стратегию ценового лидерства, стратегию дифференциации и стратегию концентрации?

- a) М. Портер;*
- b) А. Литл;
- c) Ф. Котлер;
- d) И. Ансофф.

5. Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:

- a) увеличивают размеры своей фирмы;

- б) стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;*
- с) уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия;
- д) ни один ответ не является верным.

Типовое задание 2

Вопрос 1. К задачам планирования производства и реализации продукции НЕ относятся:

- 1. выбор варианта технологического процесса и процесса производства, которые могли бы обеспечить должный уровень издержек производства и качества продукции и гарантировать ее реализацию, получение прибыли;
- 2. планирование объема выпуска продукции, принятие решений о формировании портфеля заказов в целом по всем номенклатурным позициям;
- 3. планирование финансовых ресурсов, принятие решений о сохранении уровня или увеличении финансовых ресурсов за счет «расшивки узких мест» или путем привлечения средств потенциальных инвесторов;
- 4. планирование материальных ресурсов, принятие решений о выборе поставщиков, количестве и качестве и т. д.

Вопрос 2. В исходный этап системы планирования производства и реализации продукции входит: (выберите правильные ответы)

- 1. планирование ресурсов;
- 2. план производства продукции;
- 3. план материально-технического снабжения;
- 4. анализ профиля загрузки мощностей;
- 5. планирование производства.

Вопрос 3. Результирующим документом разработки плана реализации является:

- 1. план сбыта продукции;
- 2. план сбыта продукции, утвержденный руководителем коммерческой службы;
- 3. план сбыта продукции, утвержденный руководителем предприятия;
- 4. план сбыта продукции, утвержденный заместителем руководителя предприятия по производству;
- 5. план сбыта продукции, утвержденный главным бухгалтером предприятия;
- 6. план сбыта продукции, утвержденный начальником финансовой службы (финансового отдела) предприятия.

Вопрос 4. Оценка объема отгруженной продукции производится:

- 1. в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость;
- 2. в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;
- 3. в фактических ценах реализованной продукции без налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;
- 4. в фактических ценах реализованной продукции с учётом налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки;
- 5. в фактических ценах реализованной продукции с учётом налога на добавленную стоимость, без учёта акцизного сбора и других налогов из выручки.

Вопрос 5. Под реализованной продукцией предприятий понимается:

- 1. отгруженная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате;
- 2. проданная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате;
- 3. проданная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления расчетных документов об оплате;
- 4. реализованная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления расчетных документов об оплате;

5. отгруженная продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера после предъявления покупателем или заказчиком расчетных документов об оплате.

Вопрос 6. Производственная мощность предприятия определяется по мощности ведущих:

1. производств;
2. корпусов;
3. цехов;
4. участков;
5. смен;
6. бригад;
7. рабочих мест.

Вопрос 7. Мощность экспедиций определяется по мощности ведущих:

1. геологоразведочных групп;
2. изыскательских компаний и групп;
3. рудников;
4. участков;
5. цехов;
6. разведанных месторождений.

Вопрос 8. В главный этап системы планирования производства и реализации продукции входит: (выберите правильные ответы)

1. объединённые планы поставок и загрузки мощностей;
2. анализ профиля загрузки мощностей;
3. детальное планирование потребностей в материалах;
4. детальное планирование поступления финансовых ресурсов;
5. детальное планирование загрузки мощностей.

Вопрос 9. На практике НЕ используются в качестве измерителей продукции:

1. качество продукции;
2. натуральные измерители, выражающие физический объем конкретных видов продукции;
3. натуральные измерители, выражающие химический состав конкретных видов продукции;
4. условно-натуральные измерители, которые применяются для измерения натуральной продукции разных номенклатур единым агрегированным показателем;
5. агрегированные измерители, которые применяются для измерения натуральной продукции разных номенклатур единым условно-натуральным показателем.

Вопрос 10. Трудовые измерители характеризуют объем выпущенной продукции:

(выберите правильные ответы)

1. в нормо-часах;
2. в нормо-днях;
3. в трудоднях;
4. человеко-днях;
5. человеко-часах.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
--------	-------------	--

«отлично»	ПК-7	Свободно разбирается в методах и принципах организации закупочных процессов. На высоком уровне может организовывать процесс материально-технического обеспечения исходя из существующей потребности в нем и принципа оптимизации затрат. На высоком уровне владеет навыками организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу
	ПК-9	Свободно применяет принципы и методы анализа эффективности стратегического планирования и систему инструментов. На высоком уровне способен анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. Владеет навыками анализа, оценки и принципами разработки стратегии организации. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«хорошо»	ПК-7	На остаточном уровне разбирается в методах и принципах организации закупочных процессов. На высоком уровне может организовывать процесс материально-технического обеспечения исходя из существующей потребности в нем и принципа оптимизации затрат. На достаточном уровне владеет навыками организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров. На вопросы отвечает свободно, однако допускает незначительные неточности в формулировках.
	ПК-9	На достаточном уровне применяет принципы и методы анализа эффективности стратегического планирования и систему инструментов. На достаточном уровне способен анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. В достаточном объеме владеет навыками анализа, оценки и принципами разработки стратегии организации.
«удовлетворительно»	ПК-7	Разбирается в некоторых методах и принципах организации закупочных процессов. На не достаточном уровне может организовывать некоторые процессы материально-технического обеспечения исходя из существующей потребности в нем и принципа оптимизации затрат. На не достаточном уровне владеет навыками организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.
	ПК-9	На не достаточном уровне способен применять принципы и методы анализа эффективности стратегического планирования и систему инструментов. На не достаточном уровне способен анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. На не достаточном уровне владеет навыками анализа, оценки и принципами разработки стратегии организации.
«неудовлетворительно»	ПК-7	Демонстрирует слабый уровень знаний теорий дисциплины. Не разбирается в некоторых методах и принципах организации закупочных процессов. Не способен организовывать некоторые процессы материально-технического обеспечения исходя из существующей потребности в нем и принципа оптимизации затрат. Не владеет навыками организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров.

	ПК-9	Не способен применять принципы и методы анализа эффективности стратегического планирования и систему инструментов. Не способен анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации. Не владеет навыками анализа, оценки и принципами разработки стратегии организации
--	------	--

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Панина З. И., Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса : практикум. - 2-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2017. - 244 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495811>
2. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учебное пособие. - Москва: Дашков и К, 2014. - 448 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023514.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Салазкина Л. П. Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества : учебно-методический комплекс. - Кемерово: Кемеровский государственный университет культуры и искусств (КемГУКИ), 2012. - 44 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274254>
2. Костюченко Т. Н., Сидорова Д. В. Планирование деятельности фирмы : курс лекций. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. - 80 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438706>
3. Козел И. В., Воробьева Н. В., Байчерова А. Р. Планирование деятельности фирмы : учебное пособие. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. - 136 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438713>
4. Семиглазов В. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие. - Томск: ТУСУР, 2016. - 164 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480954>
5. Виноградова, С. А., Сорокина, Н. В., Жданова, Т. С. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Организация и планирование деятельности предприятий сервиса. - Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. - 158 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/16742.html>
6. Салазкина, Л. П. Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества : учебно-методический комплекс по специальности 071401 «социально-культурная деятельность», специализации «менеджмент социально-культурной деятельности институтов гражданского общества». - Весь срок охраны авторского права; Стратегическое планирование деятельности институтов гражданского общества. - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012. - 44 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/29713.html>
7. Костюченко, Т. Н., Ермакова, Н. Ю., Орел, Ю. В., Вайцеховская, С. С., Тельнова, Н. Н., Сидорова, Д. В., Черемных, М. Б. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Организация и планирование деятельности предприятий сервиса. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя, 2017. - 138 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/76044.html>
8. Молокова, Е. И., Коваленко, Н. П. Планирование деятельности предприятия : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Планирование деятельности предприятия. - Саратов: Вузовское образование, 2019. - 194 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/79780.html>

6.3 Иные источники:

1. Журнал Менеджмент - <http://iso-management.com/>
2. Российский журнал менеджмент - <https://gsom.spbu.ru/gsom/publishing/rjm/>
3. «Информационные технологии» на Портале корпоративного управления. - www.iteam.ru/publications/it/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

7-Zip 9.20

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Операционная система Microsoft Windows 10

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
3. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
4. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
6. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
7. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
8. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>
9. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
10. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
11. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.