

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.08.2025 16:43:09
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c5ce/bb8a25c0babb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра экономики и управления

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
БИЗНЕС-АНАЛИТИКА**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль): Продюсирование и маркетинг мероприятий

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора – 2025

Рабочая программа дисциплины «Бизнес-аналитика» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (уровень бакалавриата) (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 514).

Автор–составитель: Бодрова Е.Г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления. Протокол № 09 от 28.04.2025 г.

Заведующий кафедрой экономики и управления,
кандидат экономических наук, доцент

Е.Г. Бодрова

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля) ..	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	10
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	10
8. Перечень ресурсов информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	11
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	11
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	13
11. Материально–техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	13

1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Наименование дисциплины

Бизнес-аналитика

1.2. Цель дисциплины

Формирование у студентов комплексных компетенций в области анализа данных и принятия бизнес-решений, направленных на эффективное управление мероприятиями и маркетинговыми проектами.

1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

- собирать, обрабатывать и анализировать данные о мероприятиях, включая финансовые показатели, статистику посещаемости и эффективность рекламных кампаний;
- использовать современные инструменты бизнес-аналитики (Excel, Power BI, Google Analytics) для визуализации данных и подготовки аналитических отчетов.
- разрабатывать модели для оценки эффективности маркетинговых кампаний и оптимизации бюджета мероприятий;
- прогнозировать рыночные изменения и оценивать риски при планировании мероприятий на основе аналитических данных;
- формировать стратегии продвижения мероприятий и создавать инновационные концепции с учетом потребностей целевой аудитории;
- готовить и презентовать аналитические отчеты, обосновывать решения данными и взаимодействовать с командой для реализации проектов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-аналитика» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач
	УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
	УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач
ПК-2 Способен осуществлять разработку концепции и бизнес-плана	ПК-2.1 Осуществляет разработку бизнес-плана проекта торгово-промышленной выставки, бизнес-планов ключевых деловых мероприятий в программе торгово-промышленной выставки

(развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки	ПК-2.2 Умеет определять приоритеты и ключевые факторы эффективности торгово-промышленной выставки, рассчитывать коммерческие показатели эффективности проекта торгово-промышленной выставки, работать с ВІ-решениями для бизнес-аналитики и визуализацией больших данных
	ПК-2.3 Умеет разрабатывать бюджет проекта и осуществлять контроль его выполнения, оценивать коммерческую эффективность мероприятий, применять методы управления рисками в выставочном бизнесе

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Бизнес-аналитика» относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по основной профессиональной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, направленность (профиль) «Продюсирование и маркетинг мероприятий».

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа. Дисциплина изучается на 4 курсе, 8 семестр.

Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебных занятий	Всего	Разделение по семестрам
		8
Общая трудоемкость, ЗЕТ	2	2
Общая трудоемкость, час.	72	72
Аудиторные занятия, час.	52	52
Лекции, час.	26	26
Практические занятия, час.	26	26
Самостоятельная работа	20	20
Курсовая работа	—	—
Контрольные работы	—	—
Контроль	—	—
Вид итогового контроля (зачет, экзамен)	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий

Определение бизнес-аналитики и ее значение для принятия решений. Ключевые этапы аналитического процесса: сбор данных, анализ, интерпретация, применение. Роль аналитики в оптимизации затрат и повышении эффективности мероприятий. Примеры успешного применения бизнес-аналитики в индустрии мероприятий.

Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики

Обзор популярных инструментов: Excel, Power BI, Tableau, Google Analytics. Основы работы с базами данных: SQL, структурированные и неструктурированные данные. Методы визуализации данных: графики, диаграммы, дашборды. Выбор инструментов под конкретные задачи продюсирования и маркетинга мероприятий.

Тема 3. Анализ целевой аудитории мероприятий

Методы сегментации аудитории: демографические, географические, поведенческие критерии. Анализ предпочтений и потребностей целевой аудитории на основе данных. Прогнозирование спроса и планирование мероприятий под запросы аудитории. Использование обратной связи для улучшения формата и содержания мероприятий.

Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний

Ключевые метрики эффективности: ROI, CPM, CPC, конверсия. Анализ каналов продвижения: социальные сети, email-маркетинг, офлайн-реклама. Оценка влияния рекламных кампаний на посещаемость мероприятий. Формирование рекомендаций по оптимизации маркетинговых стратегий.

Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях

Методы оценки пользовательского опыта: опросы, отзывы, поведенческие данные. Анализ ключевых точек взаимодействия участников с мероприятием (customer journey). Использование данных для улучшения логистики, зон комфорта и интерактивных элементов. Формирование рекомендаций по повышению удовлетворенности аудитории.

Тема 6. Data-driven подход в принятии решений

Принципы data-driven подхода: использование данных для обоснования решений. Алгоритм принятия решений на основе аналитики: от сбора данных до реализации. Примеры применения data-driven подхода в создании и продвижении мероприятий. Этические аспекты использования данных в бизнесе и мероприятиях.

5.2. Тематический план

Номера и наименование разделов и тем	Количество часов				
	Общая трудоёмкость	из них			
		Самостоятельная работа	Аудиторные занятия	из них	
				Лекции	Практические занятия
8 семестр					
Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий	12	4	8	4	4
Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики	12	2	10	4	6

Тема 3. Анализ целевой аудитории мероприятий	12	4	8	4	4
Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний	12	4	8	4	4
Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях	12	2	10	6	4
Тема 6. Data-driven подход в принятии решений	12	4	8	4	4
Итого изучено по дисциплине	72	20	52	26	26
Всего зачетных единиц	2				

5.3. Лекционные занятия

Тема	Содержание	часы	Формируемые компетенции
8 семестр			
Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий	Определение бизнес-аналитики и ее значение для принятия решений. Ключевые этапы аналитического процесса: сбор данных, анализ, интерпретация, применение. Роль аналитики в оптимизации затрат и повышении эффективности мероприятий. Примеры успешного применения бизнес-аналитики в индустрии мероприятий.	4	УК-1 ПК-2
Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики	Обзор популярных инструментов: Excel, Power BI, Tableau, Google Analytics. Основы работы с базами данных: SQL, структурированные и неструктурированные данные. Методы визуализации данных: графики, диаграммы, дашборды. Выбор инструментов под конкретные задачи продюсирования и маркетинга мероприятий.	4	УК-1 ПК-2
Тема 3. Анализ целевой аудитории мероприятий	Методы сегментации аудитории: демографические, географические, поведенческие критерии. Анализ предпочтений и потребностей целевой аудитории на основе данных. Прогнозирование спроса и планирование мероприятий под запросы аудитории. Использование обратной связи для улучшения формата и содержания мероприятий.	4	УК-1 ПК-2
Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний	Ключевые метрики эффективности: ROI, CPM, CPC, конверсия. Анализ каналов продвижения: социальные сети, email-маркетинг, офлайн-реклама. Оценка влияния рекламных кампаний на	4	УК-1 ПК-2

	посещаемость мероприятий. Формирование рекомендаций по оптимизации маркетинговых стратегий.		
Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях	Методы оценки пользовательского опыта: опросы, отзывы, поведенческие данные. Анализ ключевых точек взаимодействия участников с мероприятием (customer journey). Использование данных для улучшения логистики, зон комфорта и интерактивных элементов. Формирование рекомендаций по повышению удовлетворенности аудитории.	6	УК-1 ПК-2
Тема 6. Data-driven подход в принятии решений	Принципы data-driven подхода: использование данных для обоснования решений. Алгоритм принятия решений на основе аналитики: от сбора данных до реализации. Примеры применения data-driven подхода в создании и продвижении мероприятий. Этические аспекты использования данных в бизнесе и мероприятиях.	4	УК-1 ПК-2

5.4. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
8 семестр				
Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий	Определение бизнес-аналитики. Ключевые этапы аналитического процесса. Роль аналитики в оптимизации затрат и повышении эффективности мероприятий.	4	УК-1 ПК-2	Доклад с презентацией
Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики	Обзор популярных инструментов: Excel, Power BI, Tableau, Google Analytics. Основы работы с базами данных: SQL, структурированные и неструктурированные данные. Методы визуализации данных: графики, диаграммы, дашборды.	6	УК-1 ПК-2	Решение кейса
Тема 3. Анализ целевой	Методы сегментации аудитории. Анализ	4	УК-1 ПК-2	Решение кейса

аудитории мероприятий	предпочтений и потребностей целевой аудитории на основе данных. Прогнозирование спроса и планирование мероприятий под запросы аудитории.			
Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний	Ключевые метрики эффективности: ROI, CPM, CPC, конверсия. Анализ каналов продвижения: социальные сети, email-маркетинг, офлайн-реклама. Оценка влияния рекламных кампаний на посещаемость мероприятий. Формирование рекомендаций по оптимизации маркетинговых стратегий.	4	УК-1 ПК-2	Обсуждение в группе Решение открытых задач
Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях	Методы оценки пользовательского опыта: опросы, отзывы, поведенческие данные. Анализ ключевых точек взаимодействия участников с мероприятием (customer journey).	4	УК-1 ПК-2	Решение кейса
Тема 6. Data-driven подход в принятии решений	Алгоритм принятия решений на основе аналитики: от сбора данных до реализации. Примеры применения data-driven подхода в создании и продвижении мероприятий.	4	УК-1 ПК-2	Доклад с презентацией Решение кейса

5.5. Самостоятельная работа обучающихся

Тема	Виды самостоятельной работы	часы	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
8 семестр				
Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий	1. Изучение лекционного материала, подготовка конспекта по теме. 2. Подготовка к устному опросу.	4	УК-1 ПК-2	Устный ответ на практическом занятии; Проверка домашнего

				задания (конспект).
Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики	1. Изучение лекционного материала, подготовка конспекта по теме. 2. Подготовка к устному опросу.	2	УК-1 ПК-2	Проверка домашнего задания (конспект).
Тема 3. Анализ целевой аудитории мероприятий	1. Изучение лекционного материала по теме, подготовить доклад. 2. Решение задач	4	УК-1 ПК-2	Проверка самостоятельной работы (решение задач)
Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний	1. Изучение лекционного материала по теме, подготовить доклад. 2. Решение задач	4	УК-1 ПК-2	Проверка самостоятельной работы (решение задач)
Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях	1. Изучение лекционного материала, подготовка конспекта по теме. 2. Подготовка к устному опросу.	2	УК-1 ПК-2	Проверка домашнего задания (конспект).
Тема 6. Data- driven подход в принятии решений	1. Изучение лекционного материала по теме 2. Решение задач	4	УК-1 ПК-2	Проверка самостоятельной работы (решение задач)

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее – ФОС) по дисциплине «Бизнес-аналитика» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Бычкова С.Г. Социально-экономическая статистика: учебник и практикум для вузов / С.Г. Бычкова, Л.С. Паршинцева; под общей редакцией С.Г. Бычковой. — Москва: Юрайт, 2025. — 488 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567798> (дата обращения: 25.04.2025).

2. Долганова О.И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для вузов / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова; под редакцией О.И. Долгановой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 322 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560175> (дата обращения: 25.04.2025).

3. Казакова Н.А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес: учебник для вузов / Н.А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 234 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565733> (дата обращения: 25.04.2025).

4. Одинцов Б.Е. Когнитивные системы управления эффективностью бизнеса: учебник и практикум для вузов / Б.Е. Одинцов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва:

Юрайт, 2025. — 311 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560630> (дата обращения: 25.04.2025).

Дополнительные источники (при необходимости)

1. Долгова В.Н. Социально-экономическая статистика: учебник и практикум для вузов / В.Н. Долгова, Т.Ю. Медведева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 295 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560988> (дата обращения: 25.04.2025).

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронные образовательные ресурсы

• Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru>

• Федеральный портал «Российское образование»: <http://ro-edu.ru>

• Справочно-правовая система "ГАРАНТ" <http://www.i-exam.ru>

• Образовательная платформа «Юрайт»: <https://urait.ru>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Бизнес-аналитика» направлена на формирование у студентов навыков сбора, анализа и интерпретации данных для принятия эффективных решений в сфере продюсирования и маркетинга мероприятий. В рамках курса изучаются современные инструменты и методы бизнес-аналитики, включая работу с данными о целевой аудитории, финансовыми показателями, маркетинговыми кампаниями и конкурентной средой. Особое внимание уделяется применению data-driven подхода для оптимизации мероприятий, прогнозирования их результатов и минимизации рисков. Дисциплина сочетает теоретические знания с практическими заданиями, готовя студентов к использованию аналитики в реальных бизнес-задачах индустрии мероприятий.

Цель дисциплины – Формирование у студентов комплексных компетенций в области анализа данных и принятия бизнес-решений, направленных на эффективное управление мероприятиями и маркетинговыми проектами.

Основные задачи дисциплины

- собирать, обрабатывать и анализировать данные о мероприятиях, включая финансовые показатели, статистику посещаемости и эффективность рекламных кампаний;
- использовать современные инструменты бизнес-аналитики (Excel, Power BI, Google Analytics) для визуализации данных и подготовки аналитических отчетов.
- разрабатывать модели для оценки эффективности маркетинговых кампаний и оптимизации бюджета мероприятий;
- прогнозировать рыночные изменения и оценивать риски при планировании мероприятий на основе аналитических данных;
- формировать стратегии продвижения мероприятий и создавать инновационные концепции с учетом потребностей целевой аудитории;
- готовить и презентовать аналитические отчеты, обосновывать решения данными и взаимодействовать с командой для реализации проектов.

Структура дисциплины включает в себя 6 тем, лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине «Бизнес-аналитика», в котором содержатся описание заданий, методические

рекомендации к их выполнению, списки учебной, справочной и дополнительной литературы, тест для самоконтроля, а также вопросы к экзамену.

При самостоятельном изучении необходимо заранее составить тезисный план подготовки к вопросам, относящимся к основным темам дисциплины:

Тема 1. Введение в бизнес-аналитику и ее роль в продюсировании мероприятий.

Тема 2. Инструменты и технологии бизнес-аналитики.

Тема 3. Анализ целевой аудитории мероприятий.

Тема 4. Оценка эффективности маркетинговых кампаний.

Тема 5. Анализ и улучшение пользовательского опыта (UX) на мероприятиях.

Тема 6. Data-driven подход в принятии решений.

Для выступления, на практических занятиях обучающиеся готовят сообщения (мультимедийные презентации), которые заслушиваются и обсуждаются в группе. Доклады в монологической (или диалогической) форме развивают навыки работы с аудиторией, учитывая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, используют методы и средства философской рефлексии для интеллектуального развития, повышения культурного уровня и профессиональной компетентности. Для любой формы самостоятельной работы важно развивать навыки освоения научного (учебного) материала, умение изложить результаты своих интеллектуальных усилий и в логически корректной форме представить их.

При подготовке к зачету следует обратить внимание на содержание основных тем дисциплины, определение и формулировку основных понятий курса. Необходима работа с основными определениями и категориями, которые должны формулироваться точно, логично, и отражается в работе со словарем.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

- готовность студентов к самостоятельному труду;
- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды самостоятельные работы студентов:

- подготовка устного ответа на практическом занятии;
- подготовка домашнего задания (таблица, мультимедиа-презентация и т.д.);
- чтение первоисточников;
- работа с конспектом лекций;
- работа с основными понятиями и категориями философии;
- работа с таблицами;
- подготовка докладов и информационных сообщений.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МО–ДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень информационных технологий:

Платформа для презентаций Microsoft PowerPoint;
 текстовый и табличный редактор Microsoft Word;
 портал института <http://portal.midis.info>

Перечень программного обеспечения:

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)

Битрикс 24
 Яндекс браузер
 Mozilla Firefox
 Microsoft™ Office®
 МойОфис
 Антивирус «Касперский» (Kaspersky Endpoint Security)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

«Гарант аэро»
 КонсультантПлюс

Сведения об электронно–библиотечной системе

№ п/п	Основные сведения об электронно–библиотечной системе	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно–библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	Образовательная платформа «Юрайт»: https://urait.ru

11. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет бухгалтерского учета, налогообложения и аудита, деятельности кредитно-финансовых институтов № 348 (Лекционная аудитория)	Компьютер Экран Проектор Парты (2 –х местная) Стол учителя Стулья Стул учителя Доска меловая Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-

		образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
2.	Кабинет анализа финансово-хозяйственной деятельности, финансов, денежного обращения и кредитов № 342	Компьютер Парты (2 –х местная) Стол учителя Стул учителя Стулья Доска магнитно-маркерная Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
3.	Библиотека. Читальный зал № 122	Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный Условия для лиц с ОВЗ: Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».