

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Гаскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	 МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 09.07.2025 15:45:12 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323	Рабочая программа дисциплины "Маркетинговые исследования на финансовых рынках" по направлению подготовки (специальности) 38.03.01 "Экономика" направленности (профилю) Бизнес-аналитика и маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*
Маркетинговые исследования на финансовых рынках

Направление подготовки (специальность)

38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)

Бизнес-аналитика и маркетинг

Присваиваемая квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2025

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2025 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины "Маркетинговые исследования на финансовых рынках" заключается в формировании теоретических и практических навыков в области маркетинговых исследований на финансовых рынках, выступающих частью управленческого процесса, направленного на сбор информации, обеспечивающей процессы принятия бизнес-решений касательно производства, реализации и использования финансовых продуктов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.ДВ.02.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Необходимым условием освоения дисциплины "Маркетинговые исследования на финансовых рынках" являются знания, умения и навыки, полученные в результате освоения таких дисциплин, как

Маркетинговые исследования

Практикум по маркетинговым исследованиям

Управление проектами

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина "Маркетинговые исследования на финансовых рынках" закладывает теоретические основы для дальнейшего изучения таких курсов, как

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Производственная практика (преддипломная практика)

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-7: Способен осуществить подготовку и провести маркетинговое исследование

Знать:

- этапы проведения маркетингового исследования и задачи каждого этапа, ресурсы, необходимые для проведения маркетингового исследования на внешних рынках.
- конъюнктуру и механизмы функционирования внешних рынков;
- методы экономической диагностики внешнего рынка для сбыта продукции; технологии сбора первичной финансовой информации среди участников внешнего рынка.
- методы оценки эффективности каналов продаж на внешних рынках, способы маркетинга продуктов на внешних рынках.

Уметь:

- структурировать информацию, получаемую среди участников внешнего рынка;
- работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности;
- осуществлять оценку эффективности каналов продаж с учетом потребностей клиентов на внешних рынках.
- составить план и организовать проведение маркетингового исследования на финансовых рынках, распределить время и ресурсы для проведения маркетингового исследования на финансовых рынках, организовать трудовые ресурсы посредством привлечения участников финансового рынка.

Владеть:

- методами сбора информации для анализа и оценки внешнего рынка.
- инструментами оценки эффективности каналов продвижения на финансовых и внешних рынках;
- навыками проведения маркетинга кредитных продуктов и продуктов для сбыта на внешнем рынке.
- навыками проведения маркетинговых исследований на финансовых и внешних рынках.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- этапы проведения маркетингового исследования и задачи каждого этапа, ресурсы, необходимые для проведения маркетингового исследования на внешних рынках.
3.1.2	- конъюнктуру и механизмы функционирования внешних рынков;
3.1.3	- методы экономической диагностики внешнего рынка для сбыта продукции; технологии сбора первичной финансовой информации среди участников внешнего рынка.



Рабочая программа дисциплины "Маркетинговые исследования на финансовых рынках" по направлению подготовки (специальности) 38.03.01 "Экономика" направленности (профилю) Бизнес-аналитика и маркетинг ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

3.1.4 - методы оценки эффективности каналов продаж на внешних рынках, способы маркетинга продуктов на внешних рынках.

3.2 Уметь:

3.2.1 - структурировать информацию, получаемую среди участников внешнего рынка;

3.2.2 - работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности;

3.2.3 - осуществлять оценку эффективности каналов продаж с учетом потребностей клиентов на внешних рынках.

3.2.4 - составить план и организовать проведение маркетингового исследования на финансовых рынках, распределить время и ресурсы для проведения маркетингового исследования на финансовых рынках, организовать трудовые ресурсы посредством привлечения участников финансового рынка.

3.3 Владеть:

3.3.1 - методами сбора информации для анализа и оценки внешнего рынка.

3.3.2 - инструментами оценки эффективности каналов продвижения на финансовых и внешних рынках;

3.3.3 - навыками проведения маркетинга кредитных продуктов и продуктов для сбыта на внешнем рынке.

3.3.4 - навыками проведения маркетинговых исследований на финансовых и внешних рынках.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 144	Виды контроля в семестрах: зачеты 7
в том числе :	
аудиторные занятия : 48	
самостоятельная работа : 91,1	
контактная работа: 52,9 ИКР: 4,9	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Раздел 1. Особенности и информационная основа проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках			
1.1	Тема 1.1. Особенности маркетинговых исследований на финансовых рынках /Лек/	7	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4
1.2	Тема 1.2. Информационная основа проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках /Лек/	7	2	Э1 Э3 Э4 Э5 Э6
1.3	Тема 1.1. Особенности маркетинговых исследований на финансовых рынках /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4
1.4	Тема 1.2 Информационная основа проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках /Пр/	7	4	Э1 Э3 Э4 Э5 Э6
	Раздел 2. Раздел 2. Методы проведения маркетинговых экспериментов и исследований на финансовых рынках			
2.1	Тема 2.1. Выбор методов проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований на финансовых рынках /Лек/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4



2.2	Тема 2.2. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Лек/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4
2.3	Тема 2.1. Выбор методов проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований на финансовых рынках /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4
2.4	Тема 2.2. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4
2.5	Тема 2.1. Выбор методов проведения маркетинговых исследований на финансовых рынках. Содержание и методы проведения отдельных видов маркетинговых исследований на финансовых рынках. Тема 2.2. Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Ср/	7	18	Э1 Э2 Э3 Э4
Раздел 3. Раздел 3. Процесс маркетинговых исследований на финансовых рынках				
3.1	Тема 3.1. Сбор информации для проведения маркетингового исследования на финансовых рынках. /Лек/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.2	Тема 3.2. Планирование маркетингового исследования на финансовых рынках /Лек/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.3	Тема 3.3. Подготовка заключительного отчета о проведении исследования /Лек/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.4	Тема 3.1. Сбор информации для проведения маркетингового исследования на финансовых рынках. /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.5	Тема 3.2. Планирование маркетингового исследования на финансовых рынках /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.6	Тема 3.3. Подготовка заключительного отчета о проведении исследования /Пр/	7	4	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
3.7	Тема 3.1. Сбор информации для проведения маркетингового исследования на финансовых рынках. Тема 3.2. Планирование маркетингового исследования на финансовых рынках. Тема 3.3. Подготовка заключительного отчета о проведении исследования /Ср/	7	50	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
Раздел 4. Раздел 4. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках				
4.1	Тема 4.1. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках. /Лек/	7	1	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
4.2	Тема 4.2. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Лек/	7	1	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
4.3	Тема 4.1. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках. /Пр/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6



4.4	Тема 4.2. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Пр/	7	2	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
4.5	Тема 4.1. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках. Тема 4.2. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований на финансовых рынках. /Ср/	7	23,1	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6
4.6	Индивидуальные консультации, текущий контроль /ИКР/	7	4,9	Э1 Э2 Э3 Э4 Э6

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

1. Доклад;
2. Эссе;

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Темы докладов:

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований на финансовых рынках.
2. Особенности маркетинговых исследований в сфере услуг.
3. Социальный и политический маркетинг.
4. Международные маркетинговые исследования.
5. Кодексы профессионального поведения и этики.
6. Основные этапы маркетинговых исследований на финансовых рынках.
7. Постановка задач в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
8. Планирование программы исследования в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
9. Реализация маркетингового исследования на финансовых рынках.
10. Обработка и анализ данных в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
11. Подготовка отчета в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
12. Информационное обеспечение связей с общественностью.
13. Классификация методов маркетинговых исследований на финансовых рынках.
14. Наблюдение в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
15. Эксперимент в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
16. Опрос в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
17. Фокус-группа в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
18. Метод экспертных оценок в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
19. Подготовка данных к обработке в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
20. Методы анализа данных в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
21. Распределение вероятностей и проверка гипотез.
22. Корреляционный и регрессионный анализ. Вариация и ковариация.
23. Компьютерные программы обработки данных.
24. Использование пакета программ MS Office для формирования маркетинговой информационной системы и обработки данных маркетинговых исследований на финансовых рынках.

Темы эссе:

1. Рынок маркетинговых исследований на финансовых рынках.
2. Исследование в планировании деятельности рекламного агентства.
3. Место маркетинговых исследований в формировании программы маркетинга компании.
4. Изучение общественного мнения.
5. Типы исследований общественного мнения.
6. Исследования в рекламе.
7. Глубинное интервью.
8. Методы свободного исследования.



9. Экспертные методы.
10. Проблемы маркетинговых исследований на финансовых рынках в России.
11. Регулирование маркетинговой исследовательской деятельности.
12. Программы обработки результатов маркетингового исследования на финансовых рынках
13. Mystery Shopping.
14. Аналитические методы обработки маркетинговой информации.
15. Маркетинговая информационная система.
16. Методы сбора маркетинговой информации на финансовых рынках.
17. Методы обработки маркетинговой информации на финансовых рынках.
18. Контент-анализ в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы:

- 1 Предпосылки и развитие теории маркетинговых исследований.
- 2 Маркетинговые исследования как самостоятельная научная дисциплина.
- 3 Объекты и предметы маркетинговых исследований и их специфика.
- 4 Цели и примеры маркетинговых задач, требующих исследования.
- 5 Развитие технологии и направлений маркетинговых исследований.
- 6 Разнообразие спектра направлений маркетинговых исследований.
- 7 Принципы маркетинговых исследований.
- 8 Характеристика общенаучных методов маркетинговых исследований.
- 9 Характеристика аналитико-прогностических методов маркетинговых исследований.
- 14 Методы и приемы, заимствованные из разных областей знаний.
- 15 Понятие и признаки маркетинговой информации.
- 16 Свойства маркетинговой информации.
- 17 Классификационные признаки и виды маркетинговой информации.
- 18 Источники и методы сбора маркетинговой информации.
- 19 Первичные источники информации.
- 20 Вторичные источники информации.
- 21 Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Голубкову Е.П.
- 22 Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Аакеру Д., Кумару В., и Дей Дж.
- 23 Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Малхорте Н.К.
- 24 Этапы и процедуры маркетинговых исследований по Черчиллю Г.А.
- 25 Раскройте этап определения проблемы и целей исследования.
- 26 В чем заключается метод логико-смыслового моделирования?
- 27 Содержание и методы проведения отдельных видов исследований по направлениям исследований.
- 28 Разведочные исследования.
- 29 Описательные исследования.
- 30 Казуальные исследования.
- 31 Эксперименты и их роль в проведении маркетинговых исследований на финансовых рынках.
- 32 Методы анализа документов (традиционный и формализованный).
- 33 Общая характеристика методов сбора данных (количественные и качественные).
- 34 Наблюдение и его роль при проведении маркетинговых исследований на финансовых рынках.
- 35 Метод фокус-группы, его достоинства и недостатки.
- 36 Глубинное интервью и анализ протокола.
- 37 Проекционные методы.
- 38 Методы опроса, их достоинства и недостатки.
- 39 Панельный метод обследования.
- 40 Методы получения данных от респондентов.
- 41 Разработка форм сбора данных.
- 42 Измерения в маркетинговых исследованиях (характеристики шкал: описание, порядок, расстояние, начальная точка).
- 43 Уровни измерения, определяющие тип шкалы измерений (наименований, порядка, интервальный, отношений).
- 44 Перечислите методы измерений и дайте им краткую характеристику.
- 45 Составление анкет на одном из конкретных примеров.
- 46 Этапы разработки выборочного плана.
- 47 Определение объема выборки.
- 48 Организация проведения сбора данных.



- 49 Ошибки сбора данных и контроль качества собираемых данных.
50 Подготовка заключительного отчета и его содержание.
51 Прогнозирование в маркетинговых исследованиях на финансовых рынках.
52 Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований на финансовых рынках.

6.4. Критерии оценивания

Критерии оценки доклада:

Структура:

- количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (2 балла);
- наличие титульного слайда и слайда с выводами (2 балла).

Наглядность:

- иллюстрационный материал представлен в хорошем качестве, текст воспринимается легко (2 балла);
- использование средств наглядности информации (таблицы, графики, схемы, диаграммы, рисунки) (2 балла).

Содержание:

- презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) (2 балла);
- содержит полную, понятную информацию по теме работы (2 балла);
- орфографическая и пунктуационная грамотность (2 балла).

Уровень подготовки докладчика:

- выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал (2 балла);
- выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории (2 балла);
- выступающий точно укладывается в рамки регламента (2 балла).

Оценка "Отлично" - 18-20 баллов;

Оценка "Хорошо" - 14-18 баллов;

Оценка "Удовлетворительно" - 8-14 баллов.

Оценка "Неудовлетворительно" - менее 8 баллов.

Критерии оценки эссе:

- Наличие собственного отношения автора к рассматриваемой проблеме/теме (насколько точно и аргументировано выражено отношение автора к теме работы)- 2 балла;
- Исходный материал, который использован (конспекты прочитанной литературы, лекций, записи результатов дискуссий, собственные соображения и накопленный опыт по данной проблеме) - 2 балла;
- Качество обработки имеющегося исходного материала (его организация, аргументация и доводы) - 2 балла;
- Аргументация (насколько точно она соотносится с поднятыми в авторском тексте проблемами)- 4 балла.

Оценка "Отлично" - 8-10 баллов;

Оценка "Хорошо" - 6-8 баллов;

Оценка "Удовлетворительно" - 4-6 баллов.

Оценка "Неудовлетворительно" - менее 4 баллов.

Критерии оценки ответа студента на зачёте/экзамене:

Оценка «Отлично» показывает то, что студент знает материал в полном объёме, хорошо разбирается в вопросах экзаменационного билета. Демонстрируя понимание изученного вопроса способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры.

Оценка «Хорошо» - студент знает материал курса, даёт правильные, но неполные ответы на вопросы билета, однако не приводит иллюстрирующие примеры, а так же обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено.

Оценка «Удовлетворительно» - ответ студента на вопросы экзаменационного билета правилен в основных моментах, однако, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют

Оценка "Неудовлетворительно" - в ответе студента присутствуют существенные ошибки, студент демонстрирует слабые знания в основных аспектах вопросов, предложенных в экзаменационном билете.



7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А., Жильцова О. Н.	Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для вузов (https://urait.ru/bcode/560241)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС
ЛП.2	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/568761)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
ЛП.1	Болдырева Н. Б., Горловская И. Г., Дарушин И. А., Калайда С. А., Писаренко Ж. В., Перевалова М. Н., Решетникова Л. Г., Усанова Т. Г., Халин В. Г., Чернова Г. В.	Современный финансовый рынок: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/557258)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС
ЛП.2	Эскиндаров М. А., Антропов В. В., Балюк И. А., Белянчикова Т. В., Горбунова О. А., Диденко А. С., Игнатова О. В., Кузнецов А. В., Навой А. В., Платонова И. Н., Пищик В. Я., Прудникова А. А., Рубцов Б. Б., Сергеева Н. В., Хесин Е. С., Хмыз О. В., Ярыгина И. З., Звонова Е. А.	Международный финансовый рынок: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/561158)	Москва : Юрайт, 2025	ЭБС

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	1. Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. http://e.lanbook.com/
Э2	2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг http://biblioclub.ru/
Э3	3. Юрайт [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Юрайт. https://biblio-online.ru
Э4	4. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / Научно-издательский центр ИНФРА-М. http://znanium.com/



- | | |
|----|---|
| Э5 | 5. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. http://elibrary.ru/defaultx.asp |
| Э6 | 6. Библиографические базы данных ИНИОН РАН [Электронный ресурс] http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/ |

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Reader

Adobe Connect Acrobat

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Brepolis [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://apps.brepolis.net/BrepolisPortal/default.aspx> (дата обращения 28.08.2021)
2. East View Information Services [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: http://online.eastview.com/stat_login/index.jsp?enc=eng (дата обращения 28.08.2021)
3. Cambridge University Press [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://journals.cambridge.org/action/login> (дата обращения 28.08.2021)
4. Электронная библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://e.lanbook.com/> (дата обращения 28.08.2021)
5. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://biblioclub.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
6. NBER National Bureau of Economic Research [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.nber.org/> (дата обращения 28.08.2021)
7. Институт экономики переходного периода [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.iet.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
8. Каталог ссылок на лучшие экономические ресурсы [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.econline.h1.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
9. Миркин.Ру. Финансовая электронная библиотека [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://mirkin.eufn.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
10. Проект института «Экономическая школа» [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.economicus.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
11. Федеральный образовательный портал. Экономика, социология, менеджмент [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/> (дата обращения 28.08.2021)
12. Центр экономических и финансовых исследований и разработок в Российской экономической школе [Электронный ресурс] : [сайт] . – URL: <http://www.cefir.ru/> (дата обращения 28.08.2021)

Средством доступа к системе собственных электронных ресурсов является сайт библиотеки www.lib.csu.ru. Электронный каталог обеспечивает полное и оперативное представление о библиотечном фонде, повышает качество и эффективность поиска информации – более 1,5 млн. записей.

1. Электронный каталог. Библиографические базы данных. Книги, электронные ресурсы, диссертации и авторефераты.
2. Электронная библиотека. Издания ЧелГУ, УМК; диссертации, защищенные в советах ЧелГУ, резервные коллекции, фонд редких книг.
3. Реферативные Базы данных ИНИОН РАН, базы данных ВИНТИ.
4. Полнотекстовые Базы данных диссертаций РГБ, справочно-правовая система КонсультантПлюс, научная электронная библиотека elibrari.ru, подписка на полнотекстовую коллекцию российских научных журналов (2011-2012, 133 наименования), коллекция базы данных компании EBSCO (12 тематических БД); журналы издательств: Taylor&Francis, Sage
5. Электронно-библиотечные системы Университетская библиотека онлайн, айбукс.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)



Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения: системный блок или ноутбук, проектор, экран.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Освоение дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

– лекционная аудитория – мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха); источники питания для индивидуальных технических средств;

– учебная аудитория для практических занятий (семинаров) – мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха);

– учебная аудитория для самостоятельной работы – стандартные рабочие места с персональными компьютерами; рабочее место с персональным компьютером, с программой экранного доступа, программой экранного увеличения и брайлевским дисплеем для студентов с нарушениями зрения.

В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, должно быть предусмотрено соответствующее количество мест для обучающихся с учетом ограничений их здоровья.

В учебные аудитории должен быть обеспечен беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Перечень специальных технических средств обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющихся в Региональном учебно-научном центре инклюзивного образования ЧелГУ:

– Тифлотехническая аудитория: тифлотехнические средства: брайлевский компьютер с дисплеем и принтером, тифлокомплекс «Читающая машина», телевизионное увеличивающее устройство, тифломагнитолы кассетные и цифровые диктофоны; специальное программное обеспечение: программа речевой навигации JAWS, речевые синтезаторы («говорящая мышь»), экранные лупы.

– Сурдотехническая аудитория: радиокласс «Сонет-Р», программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования с устройством задания режима работы на компьютере, интерактивная доска ActiveBoard с системой голосования, акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор, телевизор, видеомагнитофон.

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

При реализации программы дисциплины "Маркетинговые исследования на финансовых рынках", в соответствии с требованиями ФГОС ВО, предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков в изучаемой области. Используемые методы обучения требуют от студентов высокой включенности в процесс обучения и постоянной целенаправленной самостоятельной работы по достижению поставленных в освоении дисциплины целей.

Аудиторное обучение предусматривает интерактивные лекции, в частности, проблемные лекции; семинары в диалоговом режиме - проблемные семинары; групповые решения задач; публичной защиты выполненных домашних заданий (доклад с презентацией).

Проблемная лекция предполагает постановку и разрешение поставленных проблем с различной степенью активизации студентов. В этих целях разработано следующее методическое обеспечение: набор проблемных вопросов и тем для обсуждения, тематика домашних контрольных вопросов и примерный перечень тестовых вопросов.

Практические занятия и семинары проводятся в форме дискуссий, группового обсуждения поставленной проблемы для выработки совместных решений или поиска новых путей решения проблемы. Преподаватель при этом выполняет роль модератора: задаёт вопросы, комментирует предлагаемые ответы, предлагает возможные пути решения, стимулирует обмен мнениями.

Групповая работа состоит в формировании малых групп, решающих одинаковые или сходные проблемы и защищающих сформированные ими решения в открытых дискуссиях с другими группами.

1. Изучить список тем лекционных и практических занятий и вопросов для обсуждения;
2. Ознакомиться со списком основной и дополнительной литературы и нормативно-правовыми актами по дисциплине;



3. Выбрать из соответствующих списков тему для написания эссе, доклада;
4. Провести библиографический поиск необходимых дополнительных источников информации для выполнения практических заданий (эссе, доклада);
5. По каждой пройденной во время аудиторных занятий теме подготовить не менее десяти тестовых вопросов с вариантами ответов и направить по электронной почте преподавателю. При этом вопросы не должны повторять те, которые используются для самопроверки;
6. Направить преподавателю в электронной форме для оценки качества выполнения, подготовленное в соответствии с требованиями к эссе, докладу.
7. Подготовить для доклада на практическом занятии презентацию по выполненному практическому заданию (эссе, доклада);
8. В случае необходимости сформировать команду по презентации во время практического занятия выполненного практического задания (эссе, доклада).
9. Во время практического занятия представить презентацию и провести публичную защиту полученных результатов, решений и выводов.

В случае применения при реализации дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др.) или отложенного времени (MS Office365, форумы, электронная почта и др.).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами.

Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством личного кабинета студента, электронной почты, социальных сетей и т.п.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение, дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Реализация дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) осуществляется на основании «Положения о реализации основных и дополнительных образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет», «Положения о порядке зачета обучающимися по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВО «ЧелГУ» результатов освоения в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ» посредством электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «ЧелГУ». В исключительных случаях (форс-мажор и т.п.) при реализации образовательной деятельности с применением ЭО, ДОТ могут применять компоненты, не входящие в перечень электронной информационно-образовательной среды.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями



здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.