

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе:
ФИО: Хохлова Людмила Ивановна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 2025-10-04 09:28:22
Уникальный идентификатор документа:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор - проректор по учебной работе



Л.И. Хохлова
« 29 » _____ 2025 г.


ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ
«МАРКЕТОЛОГ»

Москва, 2025

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы: формирование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в сфере финансов и экономики. Программа реализуется в соответствии со следующими профессиональными стандартом 08.035 Маркетолог, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023 года № 790н, трудовая функция: А - Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга:

А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования;

А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;

квалификационные требования к должности (профессии, специальности):

- возможные наименования должностей, профессий: специалист по маркетингу, аналитик, менеджер по рекламе, менеджер по связям с общественностью;

- требование к образованию и обучению – высшее образование (бакалавриат, специалитет)

- виды экономической деятельности: консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления, исследование конъюнктуры рынка.

1.2. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, новой квалификации

а) **Область профессиональной деятельности** слушателя, прошедшего обучение по программе включает организацию и управление маркетинговой деятельностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника;

б) **Объектами профессиональной деятельности** являются организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью;

в) Слушатель, успешно завершивший обучение по программе, должен решать следующие **профессиональные задачи** в соответствии с видами профессиональной деятельности

- в *аналитической деятельности*:

знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; методы проведения маркетингового исследования;

уметь определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые

исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;

владеть методиками планирования проведения маркетингового исследования; навыками определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.

1.3. Требования к результатам освоения программы

Слушатель в результате освоения программы должен обладать следующими профессиональными компетенциями (индикаторами): ПКдпо-1 (ПКдпо-1.1; ПКдпо-1.2; ПКдпо-1.3; ПКдпо-1.4; ПКдпо-1.5; ПКдпо-1.6); ПКдпо-2 (ПКдпо-2.1; ПКдпо-2.2; ПКдпо-2.3).

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения

Квалификация	Перечень компетенций	Знать	Уметь
Маркетолог	А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; принципы системного анализа;	определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; подготавливать комплексный план
	А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	методы проведения маркетингового исследования;	проводить маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКдпо-1	Способен организовать подготовку к проведению маркетингового исследования	Кдпо-1.1 Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	применять действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсов и ограничений, с применением возможностей электронных ресурсов, официальных сайтов
		Кдпо-1.2 Знает принципы системного анализа	выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений, в том числе с применением современных цифровых инструментов (Google Jamboard, Miro, Kahoot).
		Кдпо-1.3 Знает подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования
		Кдпо-1.4 Знает технологию анализа нормативно-правовой документации и способы ее использования при подготовке предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности, с применением возможностей электронных ресурсов,	подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования

		официальных сайтов	
		Кдпо-1.5 Знает методы планирования проведения маркетингового исследования	методами планирования проведения маркетингового исследования
ПКдпо-2	Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКдпо-2.1 Знает методы проведения маркетингового исследования	методами проведения маркетингового исследования
		ПКдпо-2.2 Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	навыками проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
		ПКдпо-2.3 Владеет навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований

1.4. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение, необходимому для освоения программы

Лица, желающие освоить дополнительную профессиональную программу должны иметь документ государственного образца о высшем непрофильном образовании или незаконченное высшее образование.

1.5. Трудоемкость обучения

Нормативная трудоемкость обучения по программе переподготовки «Маркетолог» – 252 часов, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы учебной работы слушателя.

Виды занятий	часы
Лекции	48
Практические занятия	72
Самостоятельная работа	94,55
Контроль	1,45
Итоговая аттестация	36
ВСЕГО	252

1.6. Форма обучения

заочная

1.7. Режим занятий

Максимальная учебная нагрузка в часах в неделю при выбранной форме обучения не более 40 часов в неделю, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы слушателей.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план дополнительной профессиональной программы переподготовки «Маркетолог»

Таблица 2 – Учебный план

Название дисциплины	Вид контроля			Всего часов	В том числе			
	Экзамены	Зачеты	Курсовые работы		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Контроль
1. Нормативно-правовое обеспечение сделок		+		36	8	12	15,75	0,25
2. Продуктовый маркетинг в зеленой экономике		+		72	16	24	31,65	0,35
3. Маркетинговые исследования		+		36	8	12	15,75	0,25
4. Электронный документооборот в 1С		+		72	16	24	31,4	0,6
5. Итоговая аттестация (итоговый экзамен)	+			36				36
Итого:				256	48	72	94,55	37,45

2.2. Дисциплинарное содержание программы дополнительной профессиональной программы переподготовки «Маркетолог»

**Дисциплина 1 «Нормативно-правовое обеспечение сделок»
Трудоемкость обучения по дисциплине «Нормативно-правовое обеспечение сделок»**

Вид учебной работы	Трудоемкость, всего, час (3 семестр)
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	36/4*
1. Контактная работа:	20,25/4
Аудиторная работа	20,25/4
в том числе:	
лекции (Л)	8
практические занятия (ПЗ)	12/4*
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	15,75
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)	15,75
Вид промежуточного контроля:	зачет

* - в том числе практическая подготовка

Учебно-тематический план дисциплины «Нормативно-правовое обеспечение сделок»

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Раздел (тема) 1. Система нормативно- правового регулирования торговой деятельности в Российской Федерации. Гражданско- правовой договор	10/1	2	4/1	4
Раздел (тема) 2. Правовое регулирование экономических отношений .Правовое обеспечение сделок и дельных видов обязательств	8/1	2	2/1	4
Раздел (тема) 3. Правовое обеспечение маркетинговых коммуникаций Договоры в коммерческой деятельности.	10/1	2	4/1	4
Раздел (тема) 4 Правовое положение потребителя. Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ	7,75/1	2	2/1	3,75
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25
Итого по дисциплине	36/4	8	12/4	16

**Дисциплина 2 «Продуктовый маркетинг в зеленой экономике»
Трудоемкость обучения по дисциплине «Продуктовый маркетинг в зеленой экономике»**

Вид учебной работы	Трудоемкость, всего, час (3 семестр)
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72/4*
1. Контактная работа:	40,35/4*
Аудиторная работа	40/4*
в том числе:	
лекции (Л)	16
практические занятия (ПЗ)	24/4*
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,35
2. Самостоятельная работа (СРС)	31,65
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)	31,65
Вид промежуточного контроля:	Зачет с оценкой

* - в том числе практическая подготовка

Учебно-тематический план дисциплины «Продуктовый маркетинг в зеленой экономике»

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Дистанционное обучение с применением ИТ		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Раздел (тема) 1. Маркетинг в зеленой экономике	18,1	4	8/1	6
Раздел (тема) 2. Маркетинговые исследования в зеленой экономике	14,1	4	4/1	6
Раздел (тема) 3. Товарная политика организации	18/1	4	6	6
Раздел (тема) 4. Брендинг в зеленой экономике	12,65	4	4/1	4,65
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,35			0,35
<i>Подготовка к зачету с оценкой</i>	9			9
Итого по дисциплине	72/4	16	24/4	32

Дисциплина 3 «Маркетинговые исследования»

Трудоемкость обучения по дисциплине «Маркетинговые исследования»

Вид учебной работы	Трудоемкость, всего, час (4 семестр)
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	36/4*
1. Контактная работа:	12,25/4
Аудиторная работа	12,25/4
в том числе:	
лекции (Л)	6
практические занятия (ПЗ)	6/4*
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	23,75
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям)	23,75
Вид промежуточного контроля:	зачет

* - в том числе практическая подготовка

Учебно-тематический план дисциплины «Маркетинговые исследования»

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Дистанционное обучение с применением ИТ		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Тема 1. Теоретические основы маркетинговых исследований и ситуационного анализа.	7	1	1	5
Тема 2. Маркетинговая информационная система.	7	1	1	5
Тема 3. Этапы проведения маркетинговых исследований	9/2	2	2/2	5

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Дистанционное обучение с применением ИТ		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Тема 4. Организация маркетинговых исследований.	12,75/2	2	2/2	8,75
<i>Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>				
<i>Подготовка к зачету</i>	0,25	–		0,25
Итого по дисциплине	36/4	6	6/4	23,75

**Дисциплина 4 «Электронный документооборот в 1С»
Трудоемкость обучения по дисциплине «Электронный документооборот в 1С»**

Вид учебной работы	Трудоемкость, всего, час (5, 6 семестр)
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72/4*
1. Контактная работа:	40,6/4
Дистанционное обучение с применением ИТ	40,6/4
<i>лекции (Л)</i>	40
<i>Практические занятия (П)</i>	24/4
2. Самостоятельная работа (СРС)	31,4
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка</i>	24
<i>Подготовка к зачету и зачету с оценкой (контроль)</i>	7,4
Вид промежуточного контроля:	Зачет, зачет с оценкой

* - в том числе практическая подготовка

Учебно-тематический план дисциплины «Электронный документооборот в 1С»

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Дистанционное обучение с применением ИТ		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Тема 1. «Правовое регулирование обмена электронными документами»	8/1	2	2/1	4
Тема 2. «Понятие электронной подписи и ее виды»	8/1	2	2/1	4
Тема 3. «Настройка обмена электронными документами»	10	2	4	4
Тема 4. «Сертификат электронной подписи»	10	2	4	4
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25
<i>Подготовка к зачету (контроль)</i>	3,75			3,75
Всего за 5 семестр	36/2	8	12/2	16

Наименование разделов и тем дисциплин	Всего	Дистанционное обучение с применением ИТ		Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	
Тема 5. «Обмен электронным универсальным передаточным документом (УПД)»	8/1	2	4/1	2
Тема 6. «Обмен электронным универсальным передаточным документом (УПД) с особыми условиями перехода права собственности»	8/1	2	2/1	4
Тема 7. «Обмен электронным актом сверки взаимных расчетов»	8	2	2	4
Тема 8. «Обмен произвольными электронными документами»	8	2	4	2
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,35
<i>Подготовка к зачету (контроль)</i>	3,65			3,65
Всего за 6 семестр	36/2	8	12/2	16
Итого по дисциплине	72/4	16	24/4	32

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-технические условия реализации программы

Лекции по программе переподготовки проводятся в дистанционном режиме с использованием специализированного оборудования, информационных технологий, обеспечивающих высокое качество разработки современного информационно-методического обеспечения лекционных, практических занятий и самостоятельной работы слушателей.

Материалы курса размещены на учебно-методическом портале Университета <https://sdo.timacad.ru/loca>.

3.2. Учебно-методическое обеспечение программы

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Нормативно-правовое обеспечение сделок»**

1. Предпринимательское право: учебник и практикум для вузов. Под редакцией Т.В. Бкловой – Москва: Издательство Юрайт, 2023

2. Разумовская, Е. В. Предпринимательское право : учебник для вузов Е. В. Разумовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Нормативно-правовое обеспечение сделок»**

1. Белов, В. А. Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/>

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5370214>.

4. Гражданское право : учебник : в 2 томах : [16+] / под ред. Б. М. Гонгало. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Статут, 2021. — Том 1. — 614 с. Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683365

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Продуктовый маркетинг в зеленой экономике»**

1. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558155>

3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535694>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Продуктовый маркетинг в зеленой экономике»**.

1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532697>

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559316>

3. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415- 3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538866>

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Маркетинговые исследования»**

1. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558155>

3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535694>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Маркетинговые исследования»**.

1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532697>

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559316>

3. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415- 3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538866>

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины **«Электронный документооборот в 1С»**

1. . Бухгалтерский финансовый учет: учебник/ Л.И. Хоружий и др.. М.: Изд-во – МСХА, 2013. – 357 с.

2. Макунина, И. В. и др. Электронный практикум по бухгалтерскому учету и отчетности: учебное пособие / И. В. Макунина, В. А. Матчинов, Р. В. Ливанова. - Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2015. - 121 с.

3. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для вузов/ И. В. Захаров, О. Н. Тарасова; под редакцией И. М. Дмитриевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03353-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468674>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины «**Электронный документооборот в 1С**»

1. Салмин, П. С. Практикум по «1С: Бухгалтерия»: учебно-методическое пособие / П. С. Салмин, Н. А. Салмина. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. — 86 с.— Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144533>;

2. Федорова, О. В. Бухгалтерский учет: учебное пособие / О. В. Федорова, А. Б. Васильева, Н. Д. Авилова. — Москва: РУТ (МИИТ), 2019 — Часть 1 — 2019. — 52 с. — Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: [https://e.lanbook.com/book/175657\\$](https://e.lanbook.com/book/175657$)

3. Милосердова, А. Н. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / А.Н. Милосердова, Е. Ю. Пухова, Н. А. Софьин. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2021. — 297 с.— Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191516>

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения программы включает текущую, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

Формы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний, умений и навыков, критерии оценивания представлены в рабочих программах дисциплин.

Оценочные средства, включающих типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций представлены в рабочих программах дисциплин.

Итоговая аттестация проводится в виде итогового экзамена.

5. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Бирюкова Т.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 2, 3)



(подпись)

Малыха Е.Ф., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 1)



(подпись)

Сергеева Н.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 1)



(подпись)

Ливанова Р.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 4)



(подпись)

Утверждено кафедрой экономики и организации производства

Протокол № 1 от «28» августа 2025 г.

Зав. кафедрой Быков А.А., д.э.н., доцент

