

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол от «16» мая 2019г. № 9/1

Согласовано:  
Председатель УМК института

Зав. кафедрой  Е.И. Янгирова

 /Л.Р. Абзалилова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Интернет-маркетинг

Факультативы

**программа магистратуры**

Направление подготовки  
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:  
«Маркетинговое управление»

Квалификация  
магистр

Разработчик (составитель):  
доц., к.э.н.



Нусратуллин И.В.

Для приема: 2019

Уфа 2019 г.

Составитель / составители: Нусратуллин И.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры управления проектами и маркетинга

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга протокол от «16» мая 2019 г. № 9/1.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  /Е.И. Янгирова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине .....	13
4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	13
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	16
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	26
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	26
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины .....	26
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	29

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	1. Знать: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы онлайн платежей и расчетов, практику их применения.	<b>ОПК-3</b> – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	
	2. Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	<b>ПК-7</b> – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
	3. Знать: современные методы ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет.	<b>ПК-9</b> – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	
Умения	1. Уметь: создавать сайты с возможностью организации интернет-торговли	<b>ОПК-3</b> – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	
	2. Уметь: организовывать онлайн торговлю, применять на практике инструменты Интернет-маркетинга, позиционировать организацию на региональном и глобальном рынке	<b>ПК-7</b> – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
	3. Уметь: формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.	<b>ПК-9</b> – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	<b>ОПК-3</b> – способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	
	2. Владеть: навыками	<b>ПК-7</b> – способность	

тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	
3. Владеть: навыками стимулирования продаж в среде Интернет.	<b>ПК-9</b> – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-маркетинг» относится к факультативной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре (*очная форма обучения*), на 2 курсе в 3,4 семестрах (*заочная форма обучения*).

Цель дисциплины: ознакомление студентов с теоретическими основами и современными методами маркетинговой деятельности предприятий и организаций в сети Интернет.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Управленческая экономика», «Методы исследований в менеджменте», «Технологии маркетинговых исследований».

Дисциплина «Моделирование маркетинговых решений» является необходимой для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации.

## 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Интернет-маркетинг»  
на 2 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	8
практических/ семинарских	10
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	53,8

Форма(ы) контроля:  
Зачет 2 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	<b>Модуль 1. Ведение бизнеса в сети Интернет</b>							
1.	Интернет-технология ведения бизнеса	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Продвижение в Интернете	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Веб-аналитика и юзабилити	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Комплексное продвижение	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	<b>Модуль 2. Особенности маркетинга в Интернете</b>							
5.	Поисковое продвижение	1	1		6	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск	Интернет-проект

							информации для Интернет-проекта	
6.	Контекстная реклама	1	2		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
7	Социальные сети, партнерские программы	1	2		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
8	Баннерная и тизерная реклама, E-mail-маркетинг	1	1		7,8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
	Зачет							
	<b>Всего часов:</b>	8	10		53,8			



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Интернет-маркетинг»  
на 3 семестр  
заочной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	4
практических/ семинарских лабораторных	4
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР) включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	28

Форма(ы) контроля:  
Зачет 4 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	<b>Модуль 1. Ведение бизнеса в сети Интернет</b>							
1.	Интернет-технология ведения бизнеса	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Продвижение в Интернете	1	1		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Веб-аналитика и юзабилити	1	1		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Комплексное продвижение	1	1		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	<b>Всего часов:</b>	4	4		28			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Интернет-маркетинг»  
на 4 семестр  
заочной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	1/36
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	2
практических/ семинарских	2
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	27,8
включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	4

Форма(ы) контроля:  
Зачет 4 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	<b>Модуль 2. Особенности маркетинга в Интернете</b>							
5.	Поисковое продвижение	0,5	0,5		6	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
6.	Контекстная реклама	0,5	0,5		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
7	Социальные сети, партнерские программы	0,5	0,5		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
8	Баннерная и тизерная реклама, E-mail-маркетинг	0,5	0,5		7,8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Интернет-проект
	Зачет							
	<b>Всего часов:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>27,8</b>			

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

**ОПК-3** - способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Незачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Отсутствие или фрагментарные представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Сформированные представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.
Второй этап (уровень)	Уметь: создавать сайты с возможностью организации интернет-торговли	Отсутствие или фрагментарные умения в следующем: создавать сайты с возможностью организации интернет-торговли	В целом успешное использование умений в следующем: создавать сайты с возможностью организации интернет-торговли
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	Отсутствие или фрагментарные владение навыками в следующем: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков в следующем: навыками совершенствования системы онлайн-продаж

**ПК-7** – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

Этап (уровень)	Планируемые результаты	Критерии оценивания результатов обучения
----------------	------------------------	--

<b>освоения компетенции</b>	<b>обучения</b> (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	<b>Незачтено</b>	<b>Зачтено</b>
Первый этап (уровень)	Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Отсутствие или фрагментарные представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Сформированные представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга
Второй этап (уровень)	Уметь: организовывать онлайн торговлю, применять на практике инструменты Интернет-маркетинга, позиционировать организацию на региональном и глобальном рынке	Отсутствие или фрагментарные умения в следующем: организовывать онлайн торговлю, применять на практике инструменты Интернет-маркетинга, позиционировать организацию на региональном и глобальном рынке	В целом успешное использование умений в следующем: организовывать онлайн торговлю, применять на практике инструменты Интернет-маркетинга, позиционировать организацию на региональном и глобальном рынке
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	Отсутствие или фрагментарные владение навыками в следующем: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков в следующем: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга

**ПК-9-** – способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

<b>Этап (уровень) освоения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b> (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>	
		<b>Незачтено</b>	<b>Зачтено</b>
Первый этап (уровень)	Знать: современные методы ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет	Отсутствие или фрагментарные представления о следующем: современные методы ведения предпринимательской деятельности в	Сформированные представления о следующем: современные методы ведения предпринимательской деятельности в

		сети Интернет	сети Интернет
Второй этап (уровень)	Уметь: формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.	Отсутствие или фрагментарные умения в следующем: формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.	В целом успешное использование умений в следующем: формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками стимулирования продаж в среде Интернет.	Отсутствие или фрагментарные владение навыками в следующем: навыками стимулирования продаж в среде Интернет.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение навыков в следующем: навыками стимулирования продаж в среде Интернет.

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «не зачтено»;

от 60– «зачтено».

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочное средство
1-й этап Знания	1. Знать: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	<b>ОПК-3</b>	Тест, опрос
	2. Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	<b>ПК-7</b>	Тест, опрос
	3. Знать: современные методы ведения предпринимательской деятельности в сети Интернет.	<b>ПК-9</b>	Тест, опрос
2-й этап Умения	1. Уметь: создавать сайты с возможностью организации интернет-торговли	<b>ОПК-3</b>	Интернет-проект
	2. Уметь: организовывать онлайн торговлю, применять на практике инструменты Интернет-маркетинга, позиционировать организацию на региональном и глобальном рынке	<b>ПК-7</b>	Интернет-проект
	3. Уметь: формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в среде Интернет.	<b>ПК-9</b>	Интернет-проект
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельность)	1. Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	<b>ОПК-3</b>	Интернет-проект
	2. Владеть: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	<b>ПК-7</b>	Интернет-проект



и)	3. Владеть: навыками стимулирования продаж в среде Интернет.	ПК-9	Интернет-проект
----	--	------	-----------------

### Модуль 1. Ведение бизнеса в сети Интернет.

#### Вопросы текущего контроля

1. Маркетинг и Интернет-технология ведения бизнеса
2. Модель маркетинг-микс
3. Анализ продукта и целевой аудитории
4. Анализ конкурентов
5. Позиционирование
6. Интернет-технология ведения бизнеса
7. Особенности интернет-аудитории в России
8. Продвижение в Интернете
9. Что такое веб-аналитика
10. Известные системы веб-аналитики
11. Отслеживание звонков с сайта
12. Сбор статистики онлайн и офлайн
13. Оценка эффективности продвижения
14. Проведение экспериментов с использованием систем веб-аналитики
15. Юзабилити
16. Чек-лист Якоба Нильсена
17. Оценка юзабилити с помощью систем веб-аналитики
18. Поисковое продвижение
19. Контекстная реклама
20. Социальные сети
21. Партнерские программы
22. Баннерная и тизерная реклама
23. E-mail-маркетинг
24. Построение стратегии продвижения
25. Роль частоты покупок и повторных продаж в стратегии Интернет-технология ведения бизнеса

Критерии оценки ответов на контрольный вопрос (в баллах):

Критерии оценивания ответа на контрольный вопрос	Количество баллов
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» - «аргумент» - «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование, или апелляцию к теоретической модели, пример из практики, или описание решения в конкретной ситуации	3-4
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия или отсутствует «поддержка» - пример из практики, или описание решения в конкретной	1-2

ситуации	
Дан в целом неверный ответ, или два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, неверны или противоречат верному ответу («тезису»)	0

### Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

1. Выберите минимальный набор данных о бизнесе, которые необходимо запросить для расчета ROI:
  - 1 Маржа
  - 2 Средняя продолжительность сделки
  - 3 Средний чек
  - 4 Стоимость привлечения клиента
  - 5 Конверсия отдела продаж
  - 6 Средний срок жизни клиента
  
2. Можно ли получить прогноз бюджета рекламной кампании в Яндекс.Директе?
  1. Нет, получить прогноз бюджета рекламной кампании нельзя
  2. Да, можно получить приблизительные данные с помощью специального инструмента
  3. Прогноз бюджета будет автоматически рассчитан после начала рекламной кампании
  
3. СТА в Интернет-технология ведения бизнеса расшифровывается как...
  1. Common Tasks for Assessment – общие задачи по оценке поведения пользователей на сайте
  2. Call to action – призыв пользователя к действию
  3. Copyright transfer agreement – соглашение о передаче авторских прав на размещенный контент на сайте
  4. Call to arms - призыв к борьбе с накруткой поведенческих факторов
  
4. В какой соцсети приоритет в ленте отдается пользовательским постам?
  - 1 ВКонтакте
  - 2 Facebook
  3. Мой Мир
  
5. Верный ответ сервера, если страница существует и доступна:
  1. 100 ОК
  2. 200 ОК
  3. 301 ОК
  4. 404
  
6. Какое максимальное количество объявлений может быть показано на первой странице результатов поиска Яндекса?
  - 1 3 объявления
  - 2 9 объявлений
  - 3 7 объявлений
  - 4 12 объявлений
  
7. Выберите верное определение конверсии в Яндекс.Метрике:

- 1 Отношение (в процентах) посетителей сайта, совершивших целевое действие на сайте, ко всем посетителям сайта
- 2 Доля (в процентах) целевых визитов, которые закончились конверсией в общем числе визитов на сайте
- 3 Отношение (в процентах) посетителей сайта, которые совершили покупку на сайте, ко всем посетителям сайта
- 4 Отношение (в процентах) посетителей сайта, которые просмотрели только одну страницу сайта, ко всем посетителям сайта

8. LSI - это...

- 1 Использование определяющих тематику слов при написании текстов
- 2 Написание текста с помощью LSI-программ Google
- 3 LSI-копирайтинг – это вид SEO-копирайтинга с продающими элементами (Leader Sales In)

9. Семантическое ядро сайта – это ...

- 1 Совокупность запросов, которые вводят пользователи в поисковых системах
- 2 Набор поисковых слов или словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют сайт, по которым пользователи должны найти его в поисковых системах
- 3 Список запросов, по которым сайт обязательно должен быть в ТОПе поисковых систем

10. У какого рекламного канала процент конверсии выше? Первый вариант: переходов — 45 000, конверсий — 120. Второй вариант: переходов — 65 000, конверсий — 160.

- 1 Первый вариант
- 2 Конверсия одинаковая
- 3 Второй вариант

11. Он-лайнный каталог – это

- а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;
- в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;
- г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

12. Форма электронной коммерции С2С – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

13. Форма электронной коммерции С2В – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

14. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается

- а) открытым ключом;
- б) закрытым ключом;
- в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.

15. Системы криптозащиты предназначены для  
а) ограничения доступа в сеть компании;  
б) обеспечения секретности данных;  
в) гарантии подлинности авторства информации.

16. Интернет-аукционы могут быть примером модели  
а) B2C;  
б) B2B;  
в) C2C;  
г) C2B.

17. Торговые площадки могут быть примером модели  
а) B2C;  
б) B2B;  
в) C2C;  
г) C2B.

18. Маркетинг в сети Интернет – это  
а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;  
б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет;  
в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

19. Изучение конкурентов позволяет  
а) определить сегмент рынка;  
б) оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов;  
в) изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны.

20. Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть  
а) платным;  
б) бесплатным;  
в) и тем, и другим.

21. При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать  
а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;  
б) прогноз объема продаж вашей фирмы;  
в) место размещения (раздел, страницу);  
г) ценовую модель.

22. Дискуссионные листы и конференции – это  
а) инструменты маркетинга по электронной почте;  
б) вид рейтинга;  
в) элемент поисковой системы.

23. Интернет-банкинг является  
а) предоставление банковских услуг через Интернет, когда клиент получает возможность электронного управления своими счетами;  
б) услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках;  
в) формирование инвестиционного портфеля и управление активами;

г) оперативное получение необходимой информации (котировки, анализ, прогнозы) в любой точке земного шара.

24. Электронное оформление страховых полисов называется

- а) Интернет-оформлением;
- б) Интернет-консалтингом;
- в) транзакцией;
- г) Интернет-страхованием.

25. К рискам электронной коммерции относится:

- а) воздействие компьютерных вирусов;
- б) перехват данных;
- в) невысокая ценность коммерческой информации;
- г) неправильная идентификация пользователей.

Описание методики оценивания при тестовом контроле:

На оценку степени сформированности знаниевой компоненты компетенции при рубежном контроле отводится не менее 10 вопросов теста. Число правильных ответов теста от 45 до 59% соответствует начальному (пороговому) уровню овладения компетенцией, от 60 до 80 % - базовому уровню, от 81 до 100 % - повышенному (продвинутому) уровню сформированности компетенции.

Критерии оценки (в баллах):

Процент правильных ответов	Количество баллов
95 - 100 %	10
85 - 94 %	9
75 - 84%	8
65 - 74%	7
55 - 64%	6
45 – 54%	5
менее 45%	0-4

## **Модуль 2. Особенности маркетинга в Интернете**

### **Подготовка проекта**

Студент самостоятельно выбирает тему проекта по одному из направлений бизнеса:

1. Интернет-проект бизнеса авто напрокат
2. Интернет-проект бизнеса автосервиса
3. Интернет-проект бизнеса агентства по переводу
4. Интернет-проект бизнеса АЗС
5. Интернет-проект бизнеса аптеки
6. Интернет-проект бизнеса архитектурного бюро
7. Интернет-проект бизнеса бани
8. Интернет-проект бизнеса бара-паба
9. Интернет-проект бизнеса бильярдного клуба
10. Интернет-проект бизнеса блинной
11. Интернет-проект бизнеса боулинга
12. Интернет-проект бизнеса галереи
13. Интернет-проект бизнеса горнолыжного комплекса.

14. Интернет-проект бизнеса грибного бизнеса
15. Интернет-проект бизнеса досугового центра
16. Интернет-проект бизнеса зоомагазина
17. Интернет-проект бизнеса интернет кафе
18. Интернет-проект бизнеса интернет магазина
19. Интернет-проект бизнеса картинга
20. Интернет-проект бизнеса кафе быстрого питания
21. Интернет-проект бизнеса кейтеринговой компании
22. Интернет-проект бизнеса компании по доставке пиццы
23. Интернет-проект бизнеса компании по печати фотографий на футболках
24. Интернет-проект бизнеса компьютерного сервиса
25. Интернет-проект бизнеса компьютерной игры
26. Интернет-проект бизнеса консалтинговой компании
27. Интернет-проект бизнеса кофейни
28. Интернет-проект бизнеса курьерской почты
29. Интернет-проект бизнеса литературного кафе
30. Интернет-проект бизнеса магазина Second hand
31. Интернет-проект бизнеса магазина женского белья
32. Интернет-проект бизнеса мини-типографии
33. Интернет-проект бизнеса ночного клуба
34. Интернет-проект бизнеса очистка ванн
35. Интернет-проект бизнеса парикмахерской
36. Интернет-проект бизнеса паркетного цеха
37. Интернет-проект бизнеса передвижной автолавки
38. Интернет-проект бизнеса перепелиной фермы
39. Интернет-проект бизнеса пиццерии
40. Интернет-проект бизнеса пляжа
41. Интернет-проект бизнеса по установке кондиционеров
42. Интернет-проект бизнеса предприятия по доставке воды
43. Интернет-проект бизнеса предприятия по организации корпоративного питания
44. Интернет-проект бизнеса предприятия по переработке пластиковых отходов за \$50-300 тыс.
45. Интернет-проект бизнеса предприятия по проектированию винных погребов
46. Интернет-проект бизнеса предприятия по производству упаковки
47. Интернет-проект бизнеса предприятия по производству фиточая
48. Интернет-проект бизнеса предприятия по разработке программного обеспечения
49. Интернет-проект бизнеса предприятия по ремонту бытовой, видео, аудио и оргтехники
50. Интернет-проект бизнеса предприятия по сборке и продаже компьютеров
51. Интернет-проект бизнеса продовольственного магазина
52. Интернет-проект бизнеса производства мебели
53. Интернет-проект бизнеса производства Мюсли.
54. Интернет-проект бизнеса производства одноразовой посуды.
55. Интернет-проект бизнеса проката автомобилей
56. Интернет-проект бизнеса проката водных мотоциклов
57. Интернет-проект бизнеса проката роликовых коньков
58. Интернет-проект бизнеса рекламного агентства
59. Интернет-проект бизнеса реконструкции сети
60. Интернет-проект бизнеса ремонтно-строительной компании
61. Интернет-проект бизнеса ресторана
62. Интернет-проект бизнеса салона красоты
63. Интернет-проект бизнеса салона красоты для собак
64. Интернет-проект бизнеса салона сотовой связи

65. Интернет-проект бизнеса свинофермы
66. Интернет-проект бизнеса сети перевозных туалетов и предприятия по вывозу мусора
67. Интернет-проект бизнеса складского комплекса
68. Интернет-проект бизнеса солярия
69. Интернет-проект бизнеса спортивного комплекса "Парк Экстрим"
70. Интернет-проект бизнеса стоматологического кабинета, клиники
71. Интернет-проект бизнеса тату салона
72. Интернет-проект бизнеса теннисного корта
73. Интернет-проект бизнеса типографии
74. Интернет-проект бизнеса тира
75. Интернет-проект бизнеса торговли цветами
76. Интернет-проект бизнеса тренинговой компании
77. Интернет-проект бизнеса туристического агентства
78. Интернет-проект бизнеса туристической фирмы
79. Интернет-проект бизнеса управляющей компании
80. Интернет-проект бизнеса услуги по взлому замков
81. Интернет-проект бизнеса фермерского разведения страусов
82. Интернет-проект бизнеса фирмы по производству изделий из газонаполненных пластмасс
83. Интернет-проект бизнеса фирмы по производству изделий из полиэтилена
84. Интернет-проект бизнеса фирмы по производству снеков
85. Интернет-проект бизнеса фитнес клуба
86. Интернет-проект бизнеса хлебопекарни
87. Интернет-проект бизнеса хостела
88. Интернет-проект бизнеса цеха по производству композитных изделий, цех по выпуску изделий из искусственного камня
89. Интернет-проект бизнеса чайного магазина
90. Интернет-проект бизнеса 4D кинотеатра-аттракциона

Возможно создание команд, но не более 3 человек: Также студент может выбрать тему Интернет проекта, допустимы социальные интернет-проекты, интернет-проекты мероприятий, прочие.

### **Критерии оценки проекта (в баллах)**

Основными критериями оценки проектов являются:

- новизна и актуальность идеи;
- возможность реализации;
- пошаговый план реализации проекта;
- качество организации онлайн продаж;
- качество интернет сайта и его юзабилити;
- продуманность инструментов Интернет-маркетинга.

№ п/п	Критерий/количество баллов	0-1 балл	2-3 балла	4-5 баллов
1	Новизна и актуальность идеи	Идея не нова, есть определенная актуальность	Идея нова, есть определенная актуальность	Идея нова и актуальна
2	Возможность реализации	Реализация очень сложна	Реализация сложна	Реализация возможна

3	Пошаговый план реализации проекта	План общий, много вопросов и неточностей.	План подробный, но есть вопросы и неточности.	План достаточно подробный.
4	Качество организации онлайн продаж	Организации онлайн продаж не продумана	Организации онлайн продаж продумана с неточностями и ошибками	Организации онлайн продаж продумана хорошо
5	Качество интернет сайта и его юзабилити	Интернет-сайт не продуман, недружелюбное юзабилити, сайт отсутствует.	Интернет-сайт продуман, но юзабилити недружелюбно	Интернет-сайт продуман, юзабилити дружелюбное
6	Продуманность инструментов Интернет-маркетинга	Набор инструментов Интернет-маркетинга не продуман	Набор инструментов Интернет-маркетинга продуман, но есть ошибки и неясности	Набор инструментов Интернет-маркетинга продуман, применение обосновано

## 2. Защита проекта

После сдачи проекта и его оценки проект допускается к защите. Критерий допуска к защите – не менее 15 баллов за проект. К защите проекта могут приглашаться сотрудники кафедры, ведущие дисциплину «Интернет-маркетинг», сотрудники выпускающей кафедры, работодатели, эксперты, потенциальные заказчики и пр.

Основными критериями оценки проектов являются:

- последовательность и аргументированность выступления;
- ясность изложения и понятность идеи проекта;
- понятность и качество презентационных материалов;
- яркость выступления.

### Критерии оценки экзамена (в баллах)

№ п/п	Критерий/количество баллов	0-1 балл	2-3 балла	4-5 баллов
1	Последовательность и аргументированность выступления	Выступления не последовательно, слабо аргументировано	Выступление несколько не последовательно, в аргументации есть неясности	Выступление последовательно, аргументация присутствует
2	Ясность изложения и понятность идеи проекта	Изложение неясное, сумбурное, идея проекта непонятна	Есть неясность в изложении идеи проекта, в общем смысле проект понятен	Изложение ясное, идея проекта понятна
4	Понятность и качество	Презентационные	Презентационн	Презентационные



	презентационных материалов	материалы отсутствуют, либо они не понятны	ые материалы в целом понятны, но сделаны не качественно	материалы понятны и качественны
4	Яркость выступления	Выступление «серое», монотонное	Выступление хорошее, но не яркое	Выступление яркое

Перевод оценки из 100-балльной в зачетную производится следующим образом:

- зачтено – более 60 баллов;
- не зачтено – менее 59 баллов;

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

1. Маркетинговое управление [Электронный ресурс]: учебное пособие / Башкирский государственный университет ; Е.И. Беглова [и др.]; под ред. Е.И. Бегловой. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2018. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — URL:[https://elib.bashedu.ru/dl/read/Beglova\\_i\\_dr\\_Marketingovoe\\_upravlenie\\_up\\_2018.pdf](https://elib.bashedu.ru/dl/read/Beglova_i_dr_Marketingovoe_upravlenie_up_2018.pdf)

2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

3. Катаев, А.В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 154 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2673-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>

#### Дополнительная литература:

4. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>

5. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>

6. Давыденко, Е.А. Маркетинг в информационном обществе=MARKETING IN THE INFORMATION SOCIETY : учебное пособие / Е.А. Давыденко, М.А. Евневич. - Москва : Креативная экономика, 2018. - 169 с. : табл., граф., схем., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-228-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Инновации в России	<a href="http://innovation.gov.ru/">http://innovation.gov.ru/</a>
2.	Фонд поддержки социальных проектов	<a href="https://fundsp.ru/">https://fundsp.ru/</a>
3.	Президентские гранты	<a href="https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/">https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/</a>
4.	Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ)	<a href="http://www.rdif.ru">www.rdif.ru</a>
5.	Фонд развития промышленности (ФРП)	<a href="http://frprf.ru">frprf.ru</a>

6.	Акционерное общество «Российская венчурная компания»	<a href="http://www.rusventure.ru">www.rusventure.ru</a>
7.	Государственная корпорация «ВНЕШЭКОНОМБАНК» (ВЭБ)	<a href="http://www.veb.ru">www.veb.ru</a>
8.	Акционерное общество «РОСНАНО»	<a href="http://www.rusnano.com">www.rusnano.com</a>
9.	Российский фонд технологического развития	<a href="http://www.sk.ru">www.sk.ru</a>
10.	Фонд инфраструктурных и образовательных программ (ФИОП)	<a href="http://rusnano.com/infrastructure">rusnano.com/infrastructure</a>
11.	Фонд развития моногородов (ФРМ)	<a href="http://frmrus.ru">frmrus.ru</a>
12.	АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ)	<a href="http://www.asi.ru">www.asi.ru</a>
13.	Фонд Сколково	<a href="https://sk.ru/foundation/">https://sk.ru/foundation/</a>
14.	Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере	<a href="http://fasie.ru/">http://fasie.ru/</a>
15.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	- <a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>
16.	Научная электронная библиотека eLibrary.ru	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
17.	Справочно-правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
18.	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	<a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
19.	Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ»	<a href="https://elib.bashedu.ru/">https://elib.bashedu.ru/</a>
20.	Электронная библиотечная система издательства «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
21.	Электронный каталог Библиотеки БашГУ –	<a href="http://www.bashlib.ru/catalogi">http://www.bashlib.ru/catalogi</a>
22.	Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press)	<a href="https://archive.neicon.ru/xmlui/">https://archive.neicon.ru/xmlui/</a>
23.	Издательство «Annual Reviews»	<a href="https://www.annualreviews.org/">https://www.annualreviews.org/</a>
24.	Издательство «Taylor&Francis»	<a href="https://www.tandfonline.com/">https://www.tandfonline.com/</a>
25.	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.	
26.	Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные	

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
27.	Федеральная служба государственной статистики	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
28.	Министерство финансов РФ	<a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a>
29.	Международный валютный фонд	<a href="http://www.imf.org">www.imf.org</a>
30.	Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования	<a href="http://www.forecast.ru">www.forecast.ru</a>
31.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	<a href="http://www.bashstat.ru">www.bashstat.ru</a>
32.	Информационно-издательский центр «Статистика России»	<a href="http://www.infostat.ru">www.infostat.ru</a>
33.	Информационно-аналитический сайт в области информационных технологий	citforum.ru
34.	Издание о высоких технологиях	cnews.ru
35.	Библиотека Г. Верникова – все о менеджменте и ИТ - подборка аналитических материалов по вопросам экономики, менеджмента и информационных технологий.	vernikov.ru
36.	Официальный портал ИТ-директоров (Реестр ИТ-поставщиков)	globalcio.ru
37.	Журнал СЮ – руководитель информационной службы	cio-world.ru
38.	Электронно-библиотечная система	ZNANIUM.COM
39.	Единый архив экономических и социологических данных ВШЭ	<a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<p>Интернет-маркетинг</p>	<p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение,</p>	<p><b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b> учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p><b>аудитория №118:</b> учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 204:</b> учебная мебель, доска, проекционный</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p>
---------------------------	---	---	--

	<p>ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209</p>	<p>экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 207:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 208:</b> учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p><b>аудитория № 209:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 210:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 212:</b> учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 213:</b> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 218:</b> учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 220:</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 221</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 222</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 301</b> учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p><b>аудитория № 302</b> учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок,</p>	
--	--	---	--

	<p>(помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение,</p>	<p>персональный компьютер в комплекте моноблок i7u.</p> <p><b>аудитория № 305</b> учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p><b>аудитория № 307</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 308</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 309</b> учебная мебель, доска.</p> <p><b>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p><b>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в</b> учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 i7u corp 510 – 14 шт.</p> <p><b>аудитория № 312</b> учебная мебель, доска.</p>	
--	---	---	--

	<p>ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>5. помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p><b>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
--	---	--	--



