

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

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол от «15» апреля 2020 г. № 9

Согласовано:  
Председатель УМК института

Зав. кафедрой  Е.И. Янгирова

 /Л.Р. Абзалилова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Технологии организации on-line продаж

Вариативная часть. Дисциплина по выбору

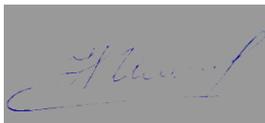
**программа бакалавриата**

Направление подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:  
«Менеджмент организации»

Квалификация  
бакалавр

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



Нусратуллин И.В.

Для приема: 2020

Уфа 2020 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 «15» апреля 2020 г. № 9

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



/Е.И. Янгирова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на  
заседании кафедры управления проектами и маркетинга,  
протокол № 10 от «31» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



/Е.И. Янгирова

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. 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	9
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	9
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	14
4.3. Рейтинг-план дисциплины	24
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	25
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	25
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	27

**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 он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	<b>ПК-13</b> - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	
	2. Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	<b>ПК-17</b> – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	
Умения	1. Уметь: создавать сайты с возможностью организации торговли	<b>ПК-13</b> - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	
	2. Уметь: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	<b>ПК-17</b> – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	<b>ПК-13</b> - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	

	<p>2. Владеть: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга</p>	<p><b>ПК-17</b> – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</p>	
--	---	--	--

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

Дисциплина «Технологии организации on-line продаж» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре для очной формы обучения и на 5 курсе в 9-10 семестрах для заочной формы обучения.

Цель изучения дисциплины: познакомить студентов с основами организации онлайн продаж, которые дают возможность существенно повысить продажи организации и эффективность бизнеса.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Математические методы и модели в экономике и управлении», «Теория менеджмента», «Информационные системы в экономике и управлении».

Дисциплина «Технологии организации on-line продаж» 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)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Технологии организации on-line продаж»  
на 7 семестр  
очной формы обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	18
практических/ семинарских	36
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	52,8
включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	36

Форма(ы) контроля:  
Экзамен 7 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)	Задач самосто работе с
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС		
	<b>Модуль 1. Ведение бизнеса в сети Интернет</b>						
1.	Интернет-технология ведения бизнеса	2	2		4	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
2.	Продвижение в Интернете	2	2		4	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
3.	Веб-аналитика и юзабилити	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
4.	Комплексное продвижение	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
	<b>Модуль 2. Особенности маркетинга в Интернете</b>						
5.	Поисковое продвижение	2	4		8	1,2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
6.	Контекстная реклама	2	4		8	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
7	Социальные сети, партнерские программы	2	4		8	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
8	Баннерная и тизерная реклама, E-mail-маркетинг	4	12		8,8	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
	Экзамен						

	<b>Всего часов:</b>	18	36		52,8		
--	---------------------	----	----	--	------	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Технологии организации on-line продаж»  
на 9 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	4
практических/ семинарских	10
лабораторных	
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)	58

Форма(ы) контроля:  
Экзамен 10 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)	Задач самосто работе с
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС		
	<b>Модуль 1. Ведение бизнеса в сети Интернет</b>						
1.	Интернет-технология ведения бизнеса	1	2		12	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
2.	Продвижение в Интернете	1	2		12	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
3.	Веб-аналитика и юзабилити	1	4		20	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
4.	Комплексное продвижение	1	2		14	1, 2,3,4,5,6	Изуч литер вопро самокс
	<b>Всего часов:</b>	4	10		58		

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Технологии организации on-line продаж»  
на 10 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	2
практических/ семинарских	2
лабораторных	
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	57,8
включая подготовку к экзамену/зачету (контроль)	9

Форма(ы) контроля:  
Экзамен 10 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)	Задач самосто работе с
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС		
	<b>Модуль 2. Особенности маркетинга в Интернете</b>						
5.	Поисковое продвижение	1			12	1,2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
6.	Контекстная реклама	1			12	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
7	Социальные сети, партнерские программы		1		13,8	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
8	Баннерная и тизерная реклама, E-mail-маркетинг		1		208	1, 2,3,4,5,6	Изуч литерату информ Интерне
	Экзамен						
	<b>Всего часов:</b>	18	36		57,8		

#### 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

**ПК-13** - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций

Уровень) Этап компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
1-й этап (знание)	Знать: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Фрагментарные представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Неполные представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.	Сформированные систематические представления о следующем: современное законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие онлайн торговлю, системы он-лайн платежей и расчетов, практику их применения.
2-й этап (умение)	Уметь: создавать сайты с возможностью организации торговли	Фрагментарные умения в следующем: создавать сайты с возможностью организации торговли	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: создавать сайты с возможностью организации торговли	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: создавать сайты с возможностью организации торговли	Сформированное умение в следующем: создавать сайты с возможностью организации торговли
3-й этап (владение)	Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками совершенствования системы онлайн-продаж

**ПК-17** – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Этап уровень) компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
1 этап уровень)	Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Фрагментарные представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Неполные представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	Сформированные систематические представления о следующем: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга
2 этап уровень)	Уметь: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	Фрагментарные умения в следующем: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	Сформированное умение в следующем: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга
3 этап уровень)	Владеть: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга

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 – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

**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>ПК-13</b>	Тест, опрос
	2. Знать: основы организации онлайн торговли, взаимодействия с клиентами, Интернет маркетинга	<b>ПК-17</b>	Тест, опрос
2-й этап Умения	1. Уметь: создавать сайты с возможностью организации торговли	<b>ПК-13</b>	Интернет-проект
	2. Уметь: применять на практике инструменты Интернет-маркетинга	<b>ПК-17</b>	Интернет-проект
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками совершенствования системы онлайн-продаж	<b>ПК-13</b>	Интернет-проект
	2. Владеть: навыками тестирования и внедрения инструментов Интернет-маркетинга	<b>ПК-17</b>	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 ситуации	1-2
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) В2С;

б) В2В;

в) С2С;

г) С2В.

17. Торговые площадки могут быть примером модели

а) В2С;

б) В2В;

в) С2С;

г) С2В.

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 направление бизнеса самостоятельно.

### 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	Набор инструментов Интернет-маркетинга продуман, применение обосновано

			неясности	
--	--	--	-----------	--

### Экзамен

После сдачи и защиты элементов Интернет-проекта студент допускается к экзамену по дисциплине. Экзамен проходит в виде презентации итогового Интернет-проекта. К экзамену могут приглашаться сотрудники выпускающей кафедры, работодатели, заказчики Интернет-проекта и прочие.

Основными критериями оценки бизнес-плана являются:

- последовательность и аргументированность выступления;
- ясность изложения и понятность идеи проекта;
- наличие квалифицированной команды, реализующей проект;
- наличие позитивной динамики в реализации 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 проекта понятен	Изложение ясное, идея проекта понятна
3	Наличие квалифицированной команды, реализующей проект	Команда отсутствует	Команда присутствует, но есть не закрытые компетенции	Команда присутствует, все компетенции закрыты
4	Наличие позитивной динамики в реализации проекта	Нет позитивной динамики	Есть определенная позитивная динамика	Позитивная динамика четко прослеживается
5	Понятность и качество презентационных материалов	Презентационные материалы отсутствуют, либо они не понятны	Презентационные материалы в целом понятны, но сделаны не качественно	Презентационные материалы понятны и качественны
6	Яркость выступления	Выступление «серое», монотонное	Выступление хорошее, но не яркое	Выступление яркое

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

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

### 4.3. Рейтинг-план дисциплины

#### Технологии организации on-line продаж

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность Менеджмент, профиль «Менеджмент организации»

курс 4, семестр 1

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>				<b>20</b>
Вопросы текущего контроля	4	5		20
<b>Рубежный контроль</b>				<b>20</b>
Тестовый контроль	10	2		20
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий и рубежный контроль</b>				<b>30</b>
Подготовка проекта	30	1		10
<b>Поощрительные баллы</b>				<b>10</b>
Подача проекта на любой конкурс/грант/фонд и пр., реализация бизнес-плана	10	1		10
<b>Посещаемость</b>				
Посещаемость лекций				-6
Посещаемость практических занятий				-10
<b>Итоговый контроль: Экзамен (презентация и защита проекта)</b>				<b>30</b>
<b>ИТОГО:</b>				<b>110</b>

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература:

1 Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 101 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>

2 Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>

#### Дополнительная литература:

3 Гладкий, А.А. Введение в интернет-трейдинг : учебное пособие / А.А. Гладкий. - Изд. 3-е, стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 265 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-9855-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498017>

4 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>

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

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1.	Федеральная служба государственной статистики	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>
2.	Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)	<a href="https://rosreestr.ru/site/">https://rosreestr.ru/site/</a>
3.	Федеральная налоговая служба	<a href="https://www.nalog.ru/">https://www.nalog.ru/</a>
4.	Министерство экономического развития Российской Федерации	<a href="http://economy.gov.ru/minrec/main">http://economy.gov.ru/minrec/main</a>
5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	<a href="http://www.bashstat.ru">www.bashstat.ru</a>
6.	Российский деловой портал "Альянс Медиа"	<a href="http://www.allmedia.ru">http://www.allmedia.ru</a>
7.	Портал «В помощь бизнесу»	<a href="http://bishelp.ru/">http://bishelp.ru/</a>
8.	Сайт "Корпоративный Менеджмент"	<a href="https://www.cfin.ru/">https://www.cfin.ru/</a>
9.	Портал «БИБОСС»	<a href="https://www.beboss.ru/bplans">https://www.beboss.ru/bplans</a>

10.	Портал «Openbusiness»	<a href="https://www.openbusiness.ru/gotovye-biznes-planu/">https://www.openbusiness.ru/gotovye-biznes-planu/</a>
11.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>
12.	Научная электронная библиотека eLibrary.ru	<a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a>
13.	Справочно-правовая система Консультант Плюс	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
14.	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	<a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
15.	Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ»	<a href="https://elib.bashedu.ru/">https://elib.bashedu.ru/</a>
16.	Электронная библиотечная система издательства «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
17.	Электронный каталог Библиотеки БашГУ –	<a href="http://www.bashlib.ru/catalogi">http://www.bashlib.ru/catalogi</a>
18.	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>
19.	Издательство «Annual Reviews»	<a href="https://www.annualreviews.org/">https://www.annualreviews.org/</a>
20.	Издательство «Taylor&Francis»	<a href="https://www.tandfonline.com/">https://www.tandfonline.com/</a>
21.	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.	
22.	Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные	
23.	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные	

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

<p>Технологии организации on-line продаж</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, 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),</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 sonu (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 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></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>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 № 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),</p>	<p>учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 212:</b>  учебная мебель, доска, проектор infocus.  <b>аудитория № 213:</b>  учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.  <b>аудитория № 218:</b>  учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.  <b>аудитория № 220:</b>  учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 221</b>  учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 222</b>  учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 301</b>  учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.  <b>аудитория № 302</b>  учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игу.  <b>аудитория № 305</b>  учебная мебель, доска, проектор infocus.  <b>аудитория № 307</b>  учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 308</b>  учебная мебель, доска.  <b>аудитория № 309</b>  учебная мебель, доска.  <b>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а</b>  учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.  <b>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в</b>  учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игу corp 510 – 14 шт.</p>	
--	---	--

<p>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>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>	<p><b>аудитория № 312</b> учебная мебель, доска.</p>	
---	--	--