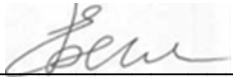


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры:
протокол №10 от 06.06.2018
Зав. кафедрой



Е.И. Беглова

Согласовано:
Председатель УМК института



Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Электронная коммерция

Вариативная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки:
«Коммерция»

Квалификация
бакалавр

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



Нусратуллин И.В.

Для приема: 2018

Уфа 2018 г.

Составитель / составители: Нусратуллин И.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление проектами и маркетинг»

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Управление проектами и маркетинг», протокол №10 от 06.06.2018

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлены программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные системы, протокол № 5 от «14» января 2019 г.

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/

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).....	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	15
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.....	15
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.....	19
4.3. Рейтинг-план дисциплины.....	29
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	30
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	30
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	30
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	32

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: основы организации электронной торговли	ОПК-4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	2. Знать: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации электронной торговли	ПК-12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	
Умения	1. Уметь: разрабатывать сайт для организации электронной торговли	ОПК-4 - способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства	

		получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	2. Уметь: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	ПК-12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	
	2. Владеть: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	ПК-12 - способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронная коммерция» 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 электронной торговли, 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», «Основы менеджмента», «Информационные системы в торговом деле».

Дисциплина «Электронная коммерция» 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 «**Электронная коммерция**»
на 7 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	54
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)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 1. Основы электронной торговли							
1.	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Электронная коммерция в российском Internet	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Традиционные платежные системы на основе банковских карт и виды карт	2	4		6	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	Модуль 2. Технологии электронной торговли							
5.	Основные понятия криптографии и	2	4		6	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск	Тесты, опрос, доклад

	Интернет-банкинг						информации для Интернет-проекта	
6.	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	2	4		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
7	Технологии информационного продвижения в Интернет	4	8		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
8	Оценка эффективности продвижения товаров и услуг в сети Интернет	2	4		6,8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
	Экзамен							
	Всего часов:	18	36		52,8			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Электронная коммерция**»
на 9 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	14
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)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 1. Основы электронной торговли							
1.	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	0,5	1		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
2.	Электронная коммерция в российском Internet	0,5	1		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
3.	Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга	0,5	1		8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
4.	Традиционные платежные системы на основе банковских карт и виды карт	0,5	1		10	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, вопросы для самоконтроля	Тесты, опрос
	Модуль 2. Технологии электронной торговли							
5.	Основные понятия и криптографии	1	2		12	1,2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск	Тесты, опрос, доклад

	Интернет-банкинг						информации для Интернет-проекта	
6.	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	1	2		12	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
	Всего часов:	4	10		58			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Электронная коммерция**»
на 10 семестр
заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2/72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	4
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)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
	Модуль 2. Технологии электронной торговли							
7	Технологии информационного продвижения в Интернет	1	1		26	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
8	Оценка эффективности продвижения товаров и услуг в сети Интернет	1	1		31,8	1, 2,3,4,5,6	Изучение литературы, поиск информации для Интернет-проекта	Тесты, опрос, доклад
	Экзамен							
	Всего часов:	2	2		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

ОПК-4 - способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основы организации электронной торговли	Фрагментарные представления о следующем: основы организации электронной торговли	Неполные представления о следующем: основы организации электронной торговли	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы организации электронной торговли	Сформированные систематические представления о следующем: основы организации электронной торговли
Второй этап (уровень)	Уметь: разрабатывать сайт для организации электронной торговли	Фрагментарные умения в следующем: разрабатывать сайт для организации электронной торговли	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: разрабатывать сайт для организации электронной	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: разрабатывать сайт для организации	Сформированное умение в следующем: разрабатывать сайт для организации электронной торговли

			торговли	электронной торговли	
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками создания и продвижения Интернет-сайта

ПК-12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2	3	4	5
Первый этап (уровень)	Знать: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации электронной торговли	Фрагментарные представления о следующем: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации	Неполные представления о следующем: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации электронной	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии	Сформированные систематические представления о следующем: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации

		электронной торговли	торговли	организации электронной торговли	электронной торговли
Второй этап (уровень)	Уметь: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	Фрагментарные умения в следующем: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	Сформированное умение в следующем: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	Фрагментарное владение следующими навыками: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских	Успешное и систематическое применение следующих навыков: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации

		отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети 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 – «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: основы организации электронной торговли	ОПК-4	Тест, опрос
	2. Знать: основы Интернет-маркетинга, информационные технологии организации электронной торговли	ПК-12	Тест, опрос
2-й этап Умения	1. Уметь: разрабатывать сайт для организации электронной торговли	ОПК-4	Тест, опрос, доклад
	2. Уметь: продвигать продукцию в сети Интернет, формировать стратегию продвижения товаров и услуг в сети интернет	ПК-12	Тест, опрос, доклад
3-й этап Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть: навыками создания и продвижения Интернет-сайта	ОПК-4	Тест, опрос, доклад
	2. Владеть: навыками SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет	ПК-12	Тест, опрос, доклад

Вопросы текущего контроля

Модуль 1. Основы электронной торговли

1. Internet – самая популярная глобальная сеть. Определение Internet, основные принципы функционирования, структура и история создания.

2. Содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet.
3. Система адресации Internet: IP-адреса (IP.v.4 и IP.v.6) и виды доменных имен.
4. Современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники.
5. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки.
6. Исследование аудитории Internet.
7. Электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели), позволяющие оценить темпы и выявить тенденции развития электронного рынка.
8. Сущность понятий: электронный бизнес и электронная коммерция, коммерческая деятельность в Internet.
9. Уровни коммерческой деятельности в Internet: виртуальные витрины или web-представительства, агентства коммерческой информации, Internet-базахолки, Internet-аукционы, виртуальные магазины, госуслуги и электронное правительство.
10. Формы оплаты в виртуальных магазинах и типы электронных платежных систем для обслуживания различных сегментов рынка электронной коммерции.
11. Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика.
12. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения.
13. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов.
14. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе.
15. Закон о национальной платежной системе.
16. Инфраструктура традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт и функции участников.
17. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг.
18. Транзакция и процедура авторизации.
19. Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке.
20. Локальные проекты.
21. История появления пластиковых карт в мире и в России.
22. Классификации современных карт от основной функции, в зависимости от эмитента, по типу расчетной схемы, по конструкции, по характеру использования.
23. Основные тенденции рынка карточных продуктов: дальнейшее развитие мультиапликационных карт, совершенствование элементов защиты карточных продуктов и т.д.

Модуль 2. Технологии электронной торговли

1. Криптография как область знаний, благодаря развитию которой стало возможно появление электронных платежных систем и цифровых денег.
2. Два основных метода шифрования: закрытым ключом и открытым ключом.
3. Основные понятия криптографии: электронная цифровая подпись и слепая подпись.
4. Технология использования электронной цифровой подписи и роль Федерального закона РФ 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 г в политической, социальной и экономической сферах деятельности.
5. Сущность понятия Интернет-банкинг.

6. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Internet-банкинга на региональном рынке.
7. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.
8. Определение электронных денег.
9. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег.
10. Действующие системы электронных денег и платежные технологии.
11. Обменные сервисы электронных денег.
12. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей.
13. Порядок осуществления операций с картами в системе мобильных платежей.
14. Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO.
15. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ.
16. Основные принципы контекстной рекламы и форматы.
17. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
18. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
19. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования.
20. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI). Сущность кликфрода, технология его обнаружения и борьбы с ним.
21. Возможности продвижения компании через YouTube.

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

Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

1. Соединение нескольких компьютеров при помощи таких каналов связи и таких программных средств, которые позволяют объединять файловые системы входящих компьютеров.

- A. Глобальная сеть
- B. Локальная сеть
- C. Компьютерная сеть

2. Соединение компьютеров, при котором возможно использование информации, физически находящейся на других компьютерах сети, однако полный доступ к файловой системе других компьютеров не предоставляется.

- A. Глобальная сеть
- B. Локальная сеть
- C. Компьютерная сеть

3. Конфигурация физических соединений компонентов локальной сети.

- A. Протокол
- B. Браузер
- C. Топология
- D. Сервер
- E. Рабочая станция

4. Специальный компьютер, который выделяет свои ресурсы в сеть.

- A. Протокол
- B. Браузер
- C. Топология
- D. Сервер
- E. Рабочая станция

5. Персональный компьютер, который потребляет выделенные ресурсы и пользуется услугами, предоставляемыми серверами приложений и баз данных.

- A. Протокол
- B. Браузер
- C. Топология
- D. Сервер
- E. Рабочая станция

6. В какой топологии имеется центральное коммутационное устройство (концентратор), к которому подключен каждый компьютер?

- A. Звезда
- B. Кольцо
- C. Общая шина
- D. Протокол

7. Укажите основное достоинство топологии «Звезда».

- A. Нет ограничений на протяженность сети
- B. Наиболее быстродействующая топология
- C. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты

8. В какой топологии предполагается подключение компьютеров к общему кабелю, на концах которого находятся терминальные коннекторы?

- A. Звезда
- B. Кольцо
- C. Общая шина
- D. Протокол

9. Укажите основное достоинство топологии «Кольцо».

- A. Нет ограничений на протяженность сети
- B. Наиболее быстродействующая топология
- C. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты

10. В какой топологии компьютеры замкнуты в цепочку, а сигнал передается от одной станции к другой?
- A. Звезда
 - B. Общая шина
 - C. Кольцо
 - D. Протокол
11. Укажите основной недостаток топологии «Общая шина».
- A. Нет ограничений на протяженность сети
 - B. Наиболее быстродействующая топология
 - C. Хорошо функционирует в пределах одной комнаты
12. Локальная сеть, состоящая из одного или нескольких мощных центральных компьютеров (серверов) и менее мощных компьютеров, называемых рабочими станциями.
- A. Сеть с выделенным сервером
 - B. Одноранговая сеть
13. В данной локальной сети каждый компьютер как выделяет свои ресурсы в сеть, так и потребляет выделенные ресурсы (все узлы сети равноправны).
- A. Сеть с выделенным сервером
 - B. Одноранговая сеть
14. Укажите недостаток одноранговых сетей.
- A. Просты в эксплуатации
 - B. Нет необходимости в администраторе
 - C. Минимум оборудования и программного обеспечения
 - D. Затруднено решение вопросов защиты информации
15. Укажите недостаток иерархических сетей (сетей с выделенным сервером).
- A. Более высокая сложность установки и модернизации сети
 - B. Позволяет более рационально распределить ресурсы
 - C. Обеспечивает высокий уровень защиты данных
 - D. Затруднено решение вопросов защиты информации
16. Единый формат передаваемой информации и запросов на операции.
- A. Браузер
 - B. Интерфейс
 - C. Протокол
17. Протоколы, которые описывают технические детали представления и передачи информации в разных операционных системах.
- A. Высокоуровневые протоколы
 - B. Низкоуровневые протоколы
18. Протоколы, описывающие технические детали представления и передачи информации.
- A. Высокоуровневые протоколы
 - B. Низкоуровневые протоколы
19. Уникальное имя, под которым компьютер (сетевое соединение или узел) известен всем остальным компьютерам в Internet (состоит из четырех номеров, разделенных точками) в версии IP.v.4.
- A. Доменное имя
 - B. IP-адрес
 - C. Браузер
 - D. Протокол
 - E. Топология
20. Протокол, который регламентирует связь между пакетиками, на которые разбивается информация, передаваемая между компьютерами в Internet.
- A. IP
 - B. TCP
 - C. FTP

D. HTTP

21. Протокол, который определяет, что любая информация, передаваемая в Internet, представляет собой пакет длиной 1500 байт, сопровождаемый стандартной служебной записью с IP-адресами машины-получателя и машины-отправителя.

- A. IP
- B. TCP
- C. FTP
- D. HTTP

22. Уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое состоит из нескольких слов (сочетаний символов), разделенных точками, которое позволяет идентифицировать веб-сайт или адрес электронной почты в сети Internet.

- A. Доменное имя
- B. IP-адрес
- C. Браузер
- D. Протокол
- E. Топология

23. Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.

- A. Рунет
- B. Российский Internet

24. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть www.yandex.ru

- A. Полное доменное имя
- B. Относительное имя
- C. Краткое имя

25. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [yandex](http://www.yandex.ru).

- A. Полное доменное имя
- B. Относительное имя
- C. Краткое имя

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

Темы для докладов и выступлений

1. Перечислите знаменательные даты в истории Internet и Рунет.
2. Назовите общие черты в становлении Internet в США и в России.
3. В чем уникальность фундаментальных протоколов Internet?

4. Дайте характеристику структуры Internet. Какие организации отвечают за функционирование глобальной сети?
5. Опишите систему адресации Internet.
6. В чем разница между IP-адресом и IP-протоколом?
7. Опишите структуру доменного имени.
8. Опишите разницу между понятиями «Рунет» и «российский Internet».
9. Как на сайте может появиться зарубежная аудитория?
10. Что скрывается за термином «пользователь Internet»?
11. Какие компании сегодня исследуют Internet-аудиторию? Как определяют они пользователя Internet?
12. Аудитория Internet в какой стране сегодня наибольшая?
13. В чем различия между понятиями «электронная коммерция» и «электронный бизнес».
14. Какие уровни (виды) коммерческой деятельности в Internet вы знаете?
15. Раскройте специфику деятельности виртуальных витрин или web-представительств.
16. Раскройте специфику деятельности агентств коммерческой информации.
17. Раскройте специфику деятельности Internet-барахолок.
18. Раскройте специфику деятельности Internet-аукционов.
19. Раскройте специфику деятельности виртуальных магазинов.
20. Что подразумевается под работой платежной системы в Internet?
21. Какие уровни (виды) коммерческой деятельности в Internet предполагают работу платежных систем в Internet?
22. Какие формы оплаты товаров и услуг предлагаются в российском Internet?
23. Перечислите основные достоинства и недостатки электронной коммерции в нашей стране.
24. Каковы причины слабого развития электронной коммерции в нашей стране?
25. Сравнительная характеристика понятий «комплекс маркетинга» и «комплекс Интернет-маркетинга».
26. В чем выражается специализация комплекса маркетинга?
27. Перечислите модели комплекса-маркетинга в соответствии с хронологией их появления.
28. Какие модели предлагаются для виртуального рынка?
29. Сущность составляющих элементов комплекса веб-маркетинга (4S).
30. Сущность составляющих элементов комплекса электронного маркетинга (4Ps+(2P+2C+2S))
31. Сущность составляющих элементов электронного маркетинга (взаимосвязь функций - 2P+2C+3S)
32. Сущность национальной платежной системы.
33. Правовое регулирование национальной платежной системы России.
34. Какова инфраструктура традиционных карточных платежных систем?
35. Перечислите участников традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт.
36. Каковы основные функции центра платежной системы?
37. Каковы основные функции расчетного центра платежной системы?
38. Каковы основные функции эмитента?
39. Каковы основные функции эквайрера?
40. Каковы основные функции предприятий торговли и сферы услуг?
41. Каковы основные функции держателей карт?
42. Опишите технологию оплаты товаров и услуг с помощью банковских платежных карт.
43. Раскройте сущность и содержание транзакции как операции.
44. Раскройте сущность и содержание процедуры авторизации.
45. Перечислите существующие классификации карт.

46. В чем разница между многомерной перекрестной и иерархической классификацией?
47. Что представляют собой мультиапликационные карты?
48. Раскройте сущность платежных и неплатежных карт.
49. Чем отличаются друг от друга кредитные, дебитные и дебитно-кредитные карты?
50. Приведите примеры расчетных карт предоплаченных и расчетных карт, работающих по заемной схеме.
51. Что отличает активные и пассивные карты?
52. Чем отличаются комбинированные и мультиапликационные карты?
53. Чем отличаются контактные и бесконтактные карты?
54. В чем суть смарт-карт с дуальным интерфейсом?
55. Что изучает криптография?
56. Что может выступать в качестве ключей в современных методах шифрования?
57. Что обозначают понятия «закрытый ключ» и «открытый ключ»?
58. Опишите технологию шифрования закрытым ключом.
59. Опишите технологию шифрования открытым ключом. Сколько ключей используется в этом методе шифрования?
60. Опишите технологию работы электронной цифровой подписи (ЭЦП). Какой метод шифрования используется в работе ЭЦП?
61. Какой ключ используется для создания ЭЦП?
62. Какой ключ используется для проверки подлинности (расшифровки) ЭЦП?
63. Раскройте смысл понятия «сертификат ключа подписи». Какие сведения он содержит?
64. Что такое электронная наличность? Опишите технологию ее создания.
65. Сущность понятия «электронные деньги» и потребительская классификация электронных денег.
66. Сущность электронных платежных систем.
67. Сущность дебетовых электронных платежных систем.
68. Сущность кредитных электронных платежных систем.
69. Особенности деятельности платежных шлюзов (сервисов) в Интернет.
70. Классификации систем мобильных платежей
71. Сущность SEO, SEM, SMM и SMO
72. Основные принципы контекстной рекламы и форматы
73. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
74. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
75. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования
76. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI)
77. Сущность клиффрода, технология его обнаружения и борьбы с ним
78. Возможности продвижения компании через YouTube.

Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета: экзаменационный билет содержит 3 вопроса.

1. Розничная торговля через Интернет.
2. Электронный бизнес. Виды деятельности электронного бизнеса.
3. Электронная коммерция.
4. Инфраструктура электронной коммерции.
5. Электронная торговля.
6. Формы и процессы электронной коммерции.
7. Проблемы переходного периода глобализации.
8. Договорные и финансовые проблемы в электронной коммерции.
9. Вопросы секретности и безопасности операций электронной коммерции.

10. Проблемы создания глобальной сертификационной системы.
11. Вовлечение новых участников.
12. Международные требования и рекомендации по процедурам и правилам торговли.
13. Закон ЮН СЕНТРАЛ «Об электронной торговле»
14. «Типовой кодекс ведения электронной торговли»
15. «Принципы МТП для рекламной и маркетинговой деятельности предприятий в Internet».
16. Зарождение информационных технологий.
17. Развитие технологий во второй половине XX века.
18. Появлением web-технологий.
19. Особенности ведения бизнеса в среде электронной коммерции.
20. Сетевая экономика и Интернет-магазины.
21. Возможности системы электронного ведения бизнеса.
22. Платежные системы Интернета.
23. Оплата товаров через Интернет.
24. Использование безопасных и защищенных протоколов сеанса связи.
25. Системы на основе пластиковых карт.
26. Платежные системы на основе smart-карт.
27. Электронные наличные (цифровые деньги).
28. Платежные системы с использованием кредитных карт.
29. Системы Интернет-банкинга.
30. Развитие электронной коммерции в России.
31. Тенденции развития российского рынка электронной коммерции.
32. Российские федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией.
33. Стратегии развития систем электронной коммерции.
34. Изготовление и размещение рекламы в сети Интернет.
35. Реализация бизнес процесса в Интернет.
36. Внедрение традиционных информационных технологий в Интернет.
37. Технологии интернет-маркетинга и их динамика.
38. Основные термины интернет-маркетинга.
39. Этапы построения взаимоотношений с посетителями в интернетмаркетинге.
40. Трансформация традиционных подходов к рекламе в Интернете.
41. Структура интернет-рекламы ее отличие от традиционной рекламы.
42. Разработка структуры сайта.
43. Структура сайта фирмы. Корректировка структуры и текстов сайта.
44. Корректировка структуры и текстов ссылок на сайт.
45. Баннерная реклама.
46. Технологии баннерной рекламы.
47. Основные виды прямого таргетинга, обратный таргетинг. Преимущества и недостатки различных типов прямого таргетинга.
48. Баннерные брокеры. Брокеры рекламных площадок. Баннерозакупочные сети.
49. Правила повышения эффективности баннерной рекламы.
50. Анализ примеров успешных и неудачных баннерных рекламных компаний.
51. Анализ эффективности баннерной компании в баннерообменных сетях.
52. Недостатки баннерного обмена. Эффект выгорания баннерной рекламы.
53. Партнёрские программы.
54. Преимущества партнерских программ для издателей-партнеров.
55. Проблема возврата посетителей и создания постоянной аудитории.
56. Методы создания виртуального сообщества.

Образец экзаменационного билета:

Экзаменационный билет № 1

1. Изготовление и размещение рекламы в сети Интернет.
2. Появлением web-технологий.
3. Технологии баннерной рекламы

Зав. кафедрой

Е.И.Беглова

Критерии оценки экзамена (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены незначительные ошибки;

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

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

Электронная коммерция

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

специальность Торговое дело, профиль «Коммерция»

курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				20
1. Вопросы текущего контроля	4	2		8
2. Доклад	6	2		12
Рубежный контроль				
1. Тестовый контроль	10	2		20
Модуль 2				
Текущий контроль				20
1. Вопросы текущего контроля	4	2		8
2. Доклад	6	2		12
Рубежный контроль				
1. Тестовый контроль	10	1		10
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей	5	1		5
Посещаемость				
Посещаемость лекций				-6
Посещаемость практических занятий				-10
Итоговый контроль: Экзамен				30
ИТОГО:				110

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. - 684 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>

2. Шулепов, В.И. Основы электронной коммерции : учебное пособие / В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 109 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1327-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439334>

3. Мишин, В.В. Технологии Internet-коммерции : учебное пособие / В.В. Мишин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 102 с. : ил. - Библиогр.: с. 95-97 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457460>

Дополнительная литература:

4. Крахоткина, Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : учебное пособие / Е.В. Крахоткина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 129 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459069>

5. Мартиросян, К.В. Интернет-технологии : учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 106 с. : ил. - Библиогр.: с. 98-100 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457443>

6. Михеева, Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учебное пособие / Е.В. Михеева. - Москва : Проспект, 2014. - 448 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-12318-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251602>

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	www.gks.ru
2.	Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)	https://rosreestr.ru/site/
3.	Федеральная налоговая служба	https://www.nalog.ru/
4.	Министерство экономического развития Российской Федерации	http://economy.gov.ru/minrec/main

5.	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
6.	Российский деловой портал "Альянс Медиа"	http://www.allmedia.ru
7.	Портал «В помощь бизнесу»	http://bishelp.ru/
8.	Сайт "Корпоративный Менеджмент"	https://www.cfin.ru/
9.	Портал «БИБОСС»	https://www.beboss.ru/bplans
10.	Портал «Openbusiness»	https://www.openbusiness.ru/gotovye-biznes-plany/
11.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
12.	Научная электронная библиотека eLibrary.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp
13.	Справочно-правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru
14.	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
15.	Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ»	https://elib.bashedu.ru/
16.	Электронная библиотечная система издательства «Лань»	https://e.lanbook.com/
17.	Электронный каталог Библиотеки БашГУ –	http://www.bashlib.ru/catalogi
18.	Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press)	https://archive.neicon.ru/xmlui/
19.	Издательство «Annual Reviews»	https://www.annualreviews.org/
20.	Издательство «Taylor&Francis»	https://www.tandfonline.com/
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>Электронная коммерция</p>	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: 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>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: 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</p>	<p>лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p>лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p>аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p>аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p>аудитория № 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p>аудитория № 122: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl.</p> <p>аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 210: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 213:</p>	<p>1. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные.</p> <p>2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные.</p>
------------------------------	--	--	--

	<p>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>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: 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>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: 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,</p>	<p>учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p>аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.</p> <p>аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 221 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 222 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 301 учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.</p> <p>аудитория № 302 учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.</p> <p>аудитория № 305 учебная мебель, доска, проектор infocus.</p> <p>аудитория № 307 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 308 учебная мебель, доска.</p> <p>аудитория № 309 учебная мебель, доска.</p> <p>лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.</p> <p>лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игu corp 510 – 14 шт.</p> <p>аудитория № 312 учебная мебель, доска.</p>	
--	---	--	--

	<p>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>5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>		
--	---	--	--