

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

_____ А.А.Панфилов

_____ 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль/программа подготовки – «Коммерция»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – заочная (ускоренное обучение на базе СПО 2019)

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет/зачет с оценкой)
4	3 /108	4	4	-	100	зачет
Итого	3 /108	4	4	-	100	зачет

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – изучение современных технологий, используемых в электронной коммерции, технологий ведения бизнеса в сети Интернет.

Задачи:

- изучение основных понятий электронной коммерции и ее составляющих;
- научиться создавать сайт интернет-магазина и управлять им, использовать электронные платежные системы, использовать системы сбора и анализа данных посещаемости сайта;
- овладение теоретическими знаниями и навыками работы с современной информационной инфраструктурой передовых предприятий электронной торговли.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Электронная коммерция» является дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

Пререквизиты дисциплины:

Изучение дисциплины «Электронная коммерция» базируется на освоении студентами учебных курсов:

«Информационно-коммуникационные технологии», в частности знания технических и программных средств реализации информационных процессов, вычислительных сетей, глобальной компьютерной сети Интернет; умения: выбирать и использовать адекватные методы и аппарат информационной технологии для решения профессиональных задач в области торговой деятельности; и навыки: практической деятельности в области квалифицированного использования сетевых ресурсов, применения специализированных пакетов прикладных программ для управления коммерческой организацией;

«Коммерческая деятельность», в частности знания основ коммерческой деятельности; умения планировать и организовывать процессы закупки и продажи товаров предприятий торговли; владения навыками организации товародвижения, системы сбыта товаров и его стимулирования.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>(ОПК-1) способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</i>	Частичное освоение компетенции	Знать: <ul style="list-style-type: none">– понятие и сущность электронной коммерции;– структуру рынка электронной коммерции;– преимущества использования электронной коммерции;– основы безопасности предприятий электронной коммерции. Уметь: <ul style="list-style-type: none">– применять системы криптозащиты в электронной коммерции;– использовать платежные системы электронной коммерции;

		<ul style="list-style-type: none"> – создавать сайт интернет-магазина; – разрабатывать план мероприятий по внедрению систем электронной коммерции на предприятиях. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке с учетом основных требований к информационной безопасности; – информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции; – приемами внедрения технологий электронной коммерции на предприятии.
<i>(ПК-3) готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</i>	Частичное освоение компетенции	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы ведения интернет-маркетинга; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать тенденции развития рынка электронной коммерции; – использовать системы сбора и анализа данных посещаемости сайта. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – технологиями по продвижению и оптимизации веб-сайта системы электронной коммерции; – приемами интернет-маркетинга.
<i>(ПК-2) способностью применять инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</i>	Частичное освоение компетенции	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные тенденции в области электронной коммерции; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать возможность применения инновационных решений на конкретном предприятии торговли; <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – информацией по нововведениям в электронной коммерции.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

№ п/п	Наименование тем и / или разделов / тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные	СРС		
1	Понятие и сущность электронной коммерции	4	19	1	1		11	1/33	
2	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B), в	4	19				11		

	секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)								
3	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)	4	19				11		Рейтинг-контроль №1
4	Построение системы интернет-торговли	4	20	1	1		11	1/33	
5	Технологии продвижения и оптимизации веб-сайта системы электронной коммерции	4	20	1			11	1/100	
6	Системы веб-аналитики	4	20		1		11		Рейтинг-контроль №2
7	Электронные платежные системы	4	21				11		
8	Безопасность электронной коммерции	4	21				11		
9	Технологии искусственного интеллекта в электронной торговле	4	21	1	1		12		Рейтинг-контроль №3
Всего за семестр:				4	4		100	3/38	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР			-	-	-	-	-	-	-
Итого по дисциплине				4	4		100	3/38	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции

Основные понятия и категории электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Формы электронной торговли.

Тема 4. Построение системы интернет-торговли

Основные этапы создания системы интернет-торговли. Открытие страницы в торговом ряду. Аренда интернет-магазина. Покупка готового интернет-магазина. Разработка интернет-магазина сторонней организацией. Создание интернет-магазина собственными силами предприятия. Управление интернет-магазином.

Тема 5. Технологии продвижения и оптимизации веб-сайта системы электронной коммерции

Способы продвижения интернет-магазина. Контекстная реклама. Поисковая оптимизация. Преимущества и недостатки контекстной рекламы и поисковой оптимизации.

Тема 9. Технологии искусственного интеллекта в электронной торговле

Технологии искусственного интеллекта: глубокое обучение, обработка естественного языка, машинное обучение, обнаружение мошенничества, нейронные сети, технологии на основе Интернета вещей и др. Использование искусственного интеллекта в онлайн-торговле: прогнозирование будущей конверсии, оптимизация таргетинга рекламных кампаний, персонализация предложений и др.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции

Современные информационные технологии, применяемые в торговле. Категории электронной коммерции.

Тема 4. Построение системы интернет-торговли

Создание интернет-магазина.

Управление контентом интернет-магазина.

Тема 6. Системы веб-аналитики

Работа с системой веб-аналитики Яндекс Метрика.

Работа с системой веб-аналитики Google Analytics.

Тема 9. Технологии искусственного интеллекта в электронной торговле

Алгоритмы и методы машинного обучения.

Построение системы прогнозирования продаж с использованием интеллектуальных систем машинного обучения.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «*Электронная коммерция*» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

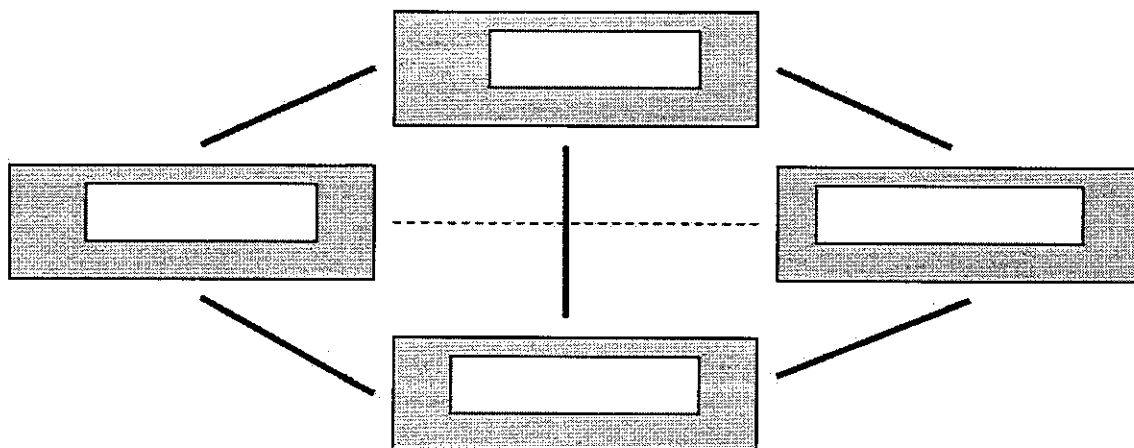
- *Интерактивная лекция (темы № 1, 4, 5);*
- *Анализ ситуаций (темы № 1, 4, 6).*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3).

Тест к рейтинг-контролю № 1

1. Интернет – это _____
2. Порталы относятся к:
 - a) поисковым системам,
 - b) интерактивным магазинам,
 - c) каталогам
 - d) серверам присутствия в Internet
 - e) информационным серверам
 - f) иницирующим серверам.
3. Web-сервер, обеспечивающий продажи посредством Internet с использованием электронного каталога или другого вида представления продукции
 - a) поисковые системы,
 - b) интерактивные магазины,
 - c) каталоги
 - d) серверы присутствия в Internet
 - e) информационные серверы
 - f) иницирующие серверы.
4. Электронная коммерция - это _____
5. Электронный бизнес – это _____
6. Категории электронной коммерции:



7. Электронная розничная торговля – это система:

- a) B2B
- b) B2C
- c) B2G
- d) C2G

8. Все сделки, заключаемые между компаниями и правительственными организациями, входят в категорию

- a) B2B
- b) B2C
- c) B2G
- d) C2G

9. Перечислите основных участников процесса электронной коммерции: __

10. Электронная коммерция позволяет поставщикам и заказчикам в равной мере использовать новые выгодные возможности. Представьте эти преимущества в форме таблицы.

Таблица - Возможности и преимущества

Возможности поставщиков	Возможности заказчиков
-------------------------	------------------------

11. Перечислите проблемы, мешающие полной реализации потенциала электронной коммерции: _____

12. Сектор электронного рынка B2B относится к категории:

- a) Бизнес – бизнес;
- b) Бизнес – потребитель;
- c) Потребитель – администрация;
- d) Бизнес – администрация.

13. Сравните цены и способы покупки систем B2B и B2C:

Показатель	B2B	B2C
------------	-----	-----

14. Выберите правильное утверждение:

- a) по своему объему и значению сектор B2C намного превосходит B2B;
- b) по своему объему и значению сектор B2B намного превосходит B2C;
- c) по своему объему и значению сектор B2B примерно равен B2C.

15. Если продукты компании используются в различных отраслях, то их продают:

- a) на вертикальном рынке B2B;
- b) на горизонтальном рынке B2B.

Тест к рейтинг-контролю № 2

1. Хостинг провайдер - это

- a) Организация, предоставляющая место для сайтов и проводящая регистрацию доменов
- b) Организация, предоставляющая доступ в Интернет
- c) Организация, регистрирующая все хосты в мире

d) Провайдер провайдеров

2. Систематический сбор и анализ статистической информации о покупателях – это:

- a) промоушн;
- b) дистрибуция;
- c) профайлинг;
- d) мониторинг.

3. Опишите достоинства и недостатки различных систем ведения розничной электронной торговли в виде таблицы

Модель	Достоинства	Недостатки
Электронный торговый ряд		
Интернет-витрина		
Интернет-магазин, не имеющий собственных складов и работающий по договорам с поставщиками		
Интернет-магазин, имеющий собственные складские запасы		

4. Первый интерактивный элемент интерфейса, с которым сталкивается пользователь, отражает товарный ассортимент интернет-магазина:

- a) прейскурант цен;
- b) каталог товаров;
- c) исторические справки;
- d) руководство магазина.

5. Выберите этапы покупки товара в интернет-магазине:

- a) мотивация покупателя;
- b) выбор товара;
- c) баннерная реклама;
- d) оформление заказа.

6. Тип корзины, которая используется для автоматизации снабжения крупных географически распределенных предприятий:

- a) корпоративная;
- b) стандартная;
- c) типовая;
- d) основная;
- e) вспомогательная.

7. Расположите в правильной последовательности обработки заказа:

- a) оформление документов на доставку товара;
- b) регистрация товара на складе;
- c) оплата.

8. Перечислите способы оплаты товаров в интернет-магазинах: _____

9. Предоставление услуг специализированного посредника - это:

- a) аутсорсинг;
- b) профайлинг;
- c) лизинг;
- d) хостинг.

10. Аренда дискового пространства у провайдера - это:

- a) аутсорсинг;
- b) профайлинг;
- c) контент;
- d) хостинг.

11. Перечислите варианты организации систем интернет-торговли: _____

12. Содержание веб-страниц не связано автоматически с базой данных товаров в веб-сайте:

- a) динамическом;

- b) статическом;
- c) статистическом;
- d) прогрессирующем.

13. Информационное наполнение сайта - это:

- a) аутсорсинг;
- b) профайлинг;
- c) контент;
- d) хостинг.

14. Точный охват целевой аудитории в рекламных целях – это

15. Инструмент, с помощью которого посетители привлекаются на сайт из социальных сетей, сообществ, блогов, дневников и форумов

- a) SEO
- b) SMO
- c) SMM
- d) CMS

Тест к рейтинг-контролю № 3

1. Какие операции, осуществляемые банками, относятся к эквайрингу?

- a) Расчеты с организациями торговли (услуг) по операциям, совершаемым с использованием платежных карт.
- b) Выдача наличных денежных средств держателям платежных карт, не являющихся клиентами данных кредитных организаций.

2. Уполномоченный банк, который является членом платежной системы, обслуживает картсчета и выдает банковские карты, а также проводит расчеты (через банк-эквайер) с торговцами, которые осуществляют продажу или предоставление услуг с использованием при оплате банковских карт:

- a) банк-эквайер;
- b) расчетный банк;
- c) банк-корреспондент;
- d) банк-эмитент;
- e) банк-ремитент.

3. Протокол, обеспечивающий безопасную оплату товаров с использованием кредитных карт:

- a) SSL (Secure Socket Layer Protocol);
- b) ARP (Address Resolution Protocol);
- c) (Point-to-point protocol);
- d) SET (Secure Electronic Transaction specification).

4. Очень большие числа или файлы, которые выполняют функции денежных знаков – это:

- a) кредитная карта;
- b) дебетовая карта;
- c) электронные наличные;
- d) смарт - карта.

5. Проведение банковских операций через сеть Internet:

- a) Интернет-трейдинг;
- b) Интренет-реклама;
- c) Интернет-банкинг;
- d) Интернет-транзакция.

6. Системы электронных наличных, существующих сегодня в России:

- a) CyberPlat;
- b) PayCash;
- c) WebMoney;

d) Assist.

7. Платежные системы с использованием кредитных карт:

- a) CyberPlat;
- b) PayCash;
- c) WebMoney;
- d) Телебанк.

8. Системы Internet-банкинга:

- a) CyberPlat;
- b) Домашний банк;
- c) WebMoney;
- d) Телебанк.

9. Состояние, при котором отсутствует возможность причинения ущерба потребностям и интересам субъектов отношений:

- a) угроза;
- b) безопасность;
- c) защита;
- d) предохранение.

10. Выявите соответствие типов безопасности и их понятия:

a. физическая безопасность	1. защита экономических интересов субъектов отношений
b. экономическая безопасность	2. защита информации от модификации (искажения, уничтожения) и несанкционированного использования
c. информационная безопасность	3. обеспечение защиты от посягательств на жизнь и личные интересы сотрудников

11. Общие принципы обеспечения безопасности:

- a) неопределенности;
- b) законности;
- c) последовательности рубежей;
- d) минимального риска;
- e) персональной ответственности;
- f) защиты всех от всех.

12. Организационные принципы создания и работы системы безопасности:

- a) неопределенности;
- b) законности;
- c) последовательности рубежей;
- d) минимального риска;
- e) персональной ответственности;
- f) защиты всех от всех.

13. Принципы реализации системы защиты:

- a) неопределенности;
- b) минимального риска;
- c) последовательности рубежей;
- d) комплексности и индивидуальности;
- e) персональной ответственности;
- f) защиты всех от всех.

14. Категории информационной безопасности:

- a) доступность;
- b) единство;
- c) целостность;
- d) конфиденциальность;
- e) системность.

15. Перечислите основные угрозы информационной безопасности электронной коммерции: _____

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в форме зачета.

Вопросы к зачету

1. Инструментарий электронной коммерции
2. Основы электронной коммерции
3. Понятие и значение электронной коммерции
4. История развития электронной коммерции
5. Инструменты электронной коммерции
6. История развития сети Интернет
7. Инфраструктура сети Интернет
8. Адресация, протоколы и система доменных имен сети Интернет
9. Интернет-аудитория
10. Системы электронной коммерции
11. Система Бизнес-бизнес (B2B)
12. Система Бизнес-Потребитель (B2C)
13. Система Администрация – Бизнес (G2B)
14. Системы Потребитель – потребитель (C2C)
15. Реализация бизнес-моделей в электронной коммерции
16. Электронные торговые площадки
17. Электронные магазины
18. Интернет-аукционы
19. Системы обеспечения государственных закупок.
20. Системы управления контентом
21. SEO, контекстная реклама
22. Продвижение сайта в поисковых системах
23. Яндекс Метрика, Google Analytics
24. Яндекс.Директ
25. Платежные системы электронной коммерции
26. Цифровые наличные
27. Технологии электронных платежей
28. Расчеты через Интернет
29. Российские и международные платёжные системы
30. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
31. Основы безопасности электронной коммерции
32. Информационная безопасность электронной коммерции
33. Характеристика методов обеспечения безопасности электронного бизнеса
34. Перспективы развития электронной коммерции
35. Вопросы развития электронной коммерции, их характеристика и пути разрешения проблем
36. Правовое обеспечение электронной коммерции
37. Основные положения Федерального Закона «Об электронной торговле»
38. Мобильная коммерция
39. Понятие мобильной коммерции
40. Мобильные электронные устройства
41. Мобильная коммерция в бизнесе
42. Технологии искусственного интеллекта, применяемые в электронной торговле
43. Сферы применения искусственного интеллекта в электронной торговле

Самостоятельная работа предполагает:

- 1) Подготовка к практическим занятиям.
- 2) Самостоятельное изучение научно-практического материала по заданным вопросам.

Темы, вынесенные на самостоятельное изучение:

Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B), в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)

Электронные торговые площадки: независимые, отраслевые, частные. Факторы, влияющие на развитие B2B в России.

Понятие электронного правительства (E-Government). Основные понятия рынка B2G: тендер, аукционная документация, конкурсная заявка, начальная цена контракта, дата подписания контракта, обеспечение заявки. Виды закупок.

Тема 3. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)

Торговые ряды. Интернет-витрины (веб-витрины). Интернет-магазины: понятие и функции интернет-магазина; технология приобретения товаров в интернет-магазине; виды доставки товаров интернет-магазинами.

Тема 7. Электронные платежные системы

Электронные платежные системы: основные понятия. Критерии выбора электронной платежной системы. Основные виды электронных платежных систем. Национальная платежная система МИР. Наиболее популярные платежные системы

Тема 8. Безопасность электронной коммерции

Безопасность предприятий электронной коммерции. Правовые основы информационной безопасности. Защита персональных данных. Ответственность за безопасность электронных платежей. Основные меры обеспечения информационной безопасности.

7. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, издательство	Год	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	2	3	4
Основная литература			
1. <i>Гаврилов, Л. П.</i> Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08835-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	-	https://www.biblio-online.ru/bcode/433462
2. <i>Гаврилов, Л. П.</i> Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09064-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	-	https://biblio-online.ru/bcode/442318
3. <i>Гаврилов, Л. П.</i> Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для ба-	2019	-	https://biblio-online.ru/bcode/425884

калавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт			
Дополнительная литература			
1. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	-	https://bibli-online.ru/bcode/432128
2. Экономическая информатика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ю. Д. Романова [и др.] ; ответственный редактор Ю. Д. Романова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3770-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	-	https://bibli-online.ru/bcode/426110
3. <i>Зараменских, Е. П.</i> Основы бизнес-информатики : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Зараменских. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 407 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8210-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	-	https://bibli-online.ru/bcode/433677
4. <i>Остроух, А. В.</i> Системы искусственного интеллекта : монография / А. В. Остроух, Н. Е. Суркова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 228 с. — ISBN 978-5-8114-8519-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	2021	-	https://e.lanbook.com/book/176662
Интернет-ресурсы			
1. Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] : офиц. сайт – Электрон. дан. — [Москва], 1999-2019.			http://www.gks.ru/
2. Информационно консалтинговый центр по электронному бизнесу			http://www.e-commerce.ru
Перечень программного обеспечения			
пакет MS-Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader			
Перечень информационных справочных систем			
СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс ВлГУ Электронная библиотечная система Владимирского государственного университета (http://elibrari.ru))			http://library.vlsu.ru/

7.2. Периодические издания

Интернет-маркетинг.
Маркетинг в России и за рубежом.
Маркетинг и маркетинговые исследования
Вестник Института экономики РАН
Вестник МГУ: экономика
Вестник Российского экономического университета им. Плеханова
Экономика и жизнь
Экономика и управление

7.3. Интернет ресурсы

[http:// www.emarketer.com/arts/global](http://www.emarketer.com/arts/global)
<http://museum.icl.ru/instruments/>
http://www.i2r.ru/static/362/out_7229.shtml

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил к.э.н., доцент Маркелова М.М.

Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

Руководитель отдела персонала Истратова О.В.



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства протокол № 14 от 6 июля 2019 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06 «Торговое дело»

протокол № 3 от 7 июля 2019 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П.

Полоцкая О.П.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2020/2021 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.2020 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Яресь О.Б. _____



Рабочая программа одобрена на 2021/22 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 25.08.21 года

Заведующий кафедрой _____

к.э.н. доц. Яресь О.Б.



Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____