

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО
Решением Ученого совета Алтайского
филиала РАНХиГС
Протокол от «26» сентября 2023 г. №1

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Экономика и цифровая трансформация

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Электронная торговля

магистратура

38.04.01 Экономика

заочная

Год набора - 2024

Барнаул, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов,
Рожкова Дарья Викторовна

Заведующий кафедрой

экономики и финансов, кандидат экономических наук, доцент, Лукина Елена Викторовна

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические материалы по освоению дисциплины	11
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	12
6.1. Основная литература	12
6.2. Дополнительная литература	12
6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	12
6.4. Интернет-ресурсы	13
6.5. Иные источники	13
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	13

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК – 1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в различных сферах профессиональной деятельности, осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы
ПКс-4	Способен выявлять бизнес-проблем или бизнес-возможностей, обосновать стратегию поведения экономических агентов на различных рынках, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий	ПКс-4.2	Способен выбирать современные маркетинговые и организационные инструменты для реализации выявленных бизнес-возможностей

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

ОТФ/ТФ/трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК – 1.1	На уровне знаний: знает понятийный аппарат, предметную область электронной торговли, принципы ведения электронной торговли, особенности электронной коммерции в России и за рубежом.
		На уровне умений: умеет применять теоретические знания в области электронной торговли для решения практических задач в области коммерции.
		На уровне навыков: владеет навыком подготовки к ведению электронной торговли.
В/02.7 – Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами	ПКс-4.2	На уровне знаний: знает специфику электронной торговли в объеме, достаточном для решения бизнес-задач.
		На уровне умений: умеет проводить конкурентный анализ с помощью сети Интернет, осуществлять выбор инструментов коммуникаций в сети Интернет в процессе ведения электронной торговли.
		На уровне навыков: владеет навыком выстраивания коммуникаций с потребителями с помощью инструментов цифрового маркетинга, формирования целевых показателей, принятых в области электронных продаж, оценки эффективности ведения электронной торговли.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины: 72 часа, что соответствует 2 (двум) зачетным единицам (з. е.).

Количество академических часов и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, самостоятельную работу и контроль обучающихся:

Таблица 3

	количество астрономических часов	количество соответствующих им академических часов
Контактная работа обучающихся с преподавателем	15,75	21
<i>В том числе</i>		
<i>Лекции</i>	4,5	6
<i>Практические занятия/Лабораторные работы</i>	10,5	14
<i>Консультации</i>	0,75	1
Самостоятельная работа	35,25	47
Контроль	3	4

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» изучается на 2 курсе заочной формы обучения.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины , час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ ДО Т	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КС Р		
1	Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли	14	1	-	2	-	11	ТЗ
2	Модели электронной торговли	14	1	-	2	-	11	ТЗ
3	Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами.	21	2	-	8	-	11	ТЗ
4	Инфраструктура и эффективность электронной торговли	18	2	-	2	-	14	ТЗ
Промежуточная аттестация		4	-	-	-	4	-	Зачет
Консультация		1	-	-	-	1	-	-
Всего		72	6	-	14	5	51	-

Содержание дисциплины

Таблица 5

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли	Электронная торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Классификация электронных транзакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления электронной торговли. Основы правового регулирования электронной торговли. Основы правового регулирования дистанционной торговли. Налогообложение в электронной торговле.
Тема 2	Модели электронной торговли	Модель B2C в электронной торговле. Классификация моделей розничной электронной торговли. Модель B2B в электронной торговле. Управление процессом в цепочках поставки модели

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		B2B в электронной торговле. Модели G2B, G2C, G2G в электронной торговле.
Тема 3	Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами.	Понятие интернет-маркетинга в электронной торговле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в электронной торговле. Реклама в электронной торговле. Внедрение электронной торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Поисковая оптимизация сайтов. Маркетплейсы: понятие, виды. Выбор организационно-правовой формы для работы на маркетплейсах. Unit-экономика товара. Основы работы с российскими маркетплейсами.
Тема 4	Инфраструктура и эффективность электронной торговли	Организация оплаты товаров в электронной торговле. Организация доставки товаров в электронной торговле. Понятие экономического эффекта и эффективности в электронной торговле. Показатели оценки экономической эффективности организаций в электронной торговле. Показатели качества торгового обслуживания. Технологическая эффективность электронной торговли.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся: типовое задание.

Таблица 6

Темы	Форма контроля СР
Тема 1. Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли	Типовое задание
Тема 2. Модели электронной торговли	Типовое задание
Тема 3. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами.	Типовое задание
Тема 4. Инфраструктура и эффективность электронной торговли	Типовое задание

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по заданным в билете вопросам.

Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые задания по теме 1

1. Ознакомьтесь с главами II, III Закона о защите прав потребителей (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/).

2. Ответьте на следующие вопросы, используя закон о защите прав потребителей:

1) Что такое гарантийный срок, и когда он наступает?

2) Что такое срок годности товара?

3) Если потребитель обнаружил недостатки в товаре, то какими правами он может воспользоваться?

3. Ознакомьтесь с Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 "Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а

также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации" (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/).

4. Ответьте на следующие вопросы:

1) Какие непродовольственные товары и услуги надлежащего качества не подлежат обмену?

2) Какие правила продажи товара при дистанционном способе продажи являются ключевыми, на ваш взгляд?

3) Покупатель заказал телефон в интернет-магазине. Через 4 дня телефон перестал работать. Когда покупатель обратился на страничку, где заказывал товар, она была пуста. Никакого документа, кроме чека банка об оплате у потребителя не было. Кто виноват в данной ситуации?

Типовые задания по теме 2

1. Для каждой модели электронной торговли найдите примеры электронных ресурсов и заполните таблицу:

Модель электронной торговли	Наименование ресурса и его краткая характеристика	Ссылка на ресурс
B2C		
B2B		
G2B		
G2C		
G2G		

2. Произведите сравнительную оценку конкурентоспособности нескольких компаний, реализующих модель B2B. Оценка производится по пятибалльной шкале, где 1 балл – наименее выражен параметр, 5 баллов – наиболее выражен параметр.

Заполните таблицу и сделайте вывод:

Параметры оценки конкурентоспособности	Вес, %	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	Взвешенная оценка

Типовые задания по теме 3

1. Ознакомьтесь с практическими кейсами по работе с маркетплейсами:

1) Что самозанятым нужно знать о работе на маркетплейсах (<https://journal.tinkoff.ru/news/npd-na-ali/>).

2) Какие риски есть у бизнеса на маркетплейсах? (<https://journal.tinkoff.ru/short/risk-marketplace/>).

3) Продажи на маркетплейсах: ожидания и реальность (<https://journal.tinkoff.ru/marketplace-sales-expectations/>).

4) Что нужно знать о товарных знаках, если перепродаете товар на маркетплейсах (<https://journal.tinkoff.ru/kontrafakt-na-marketpleyce/>).

Систематизируйте проблемы, ошибки и риски, с которыми столкнулись герои кейсов и которые вы должны минимизировать в процессе работы с маркетплейсами?

2. Постройте карту позиционирования на выбранном вами рынке, осуществите поиск свободной ниши или ниши, наименее насыщенной конкурентами на площадке «Wildberries».

3. Выберите из выдачи любой поисковой системы максимально и минимально оптимизированные сайты одной тематики (или предлагающие схожие услуги) (первый сайт для анализа может соответствовать ТОП-3 выдачи (кроме объявлений Яндекс.Direct), второй – занимать 80–100-е место в выдаче). Проанализируйте их и сделайте вывод.

Сайты анализируются по следующим критериям:

Критерий	Сайт 1	Сайт 2
Название		
Адрес сайта		
Место в поисковой выдаче		

Соответствие ключевых слов тематике сайта		
Структура сайта		
Уровень юзабилити ресурса		
Уникальность текста		
Уникальность изображений		
Орфография		
Наличие/отсутствие технических ошибок, страниц в разработке и прочее		
Авторские критерии		
...		

Типовые задания по теме 4

Произведите анализ выбранной товарной группы интернет-магазина, используя методику ABC -анализа, по представленным в таблице данным. Сделайте вывод.

Наименование товара	Прибыль, руб., 2022г.	Доля в структуре прибыли, %	Доля нарастающим итогом, %	Категория
Кукла «Мария»	56000			
Кукла «Карпуз»	56000			
Конструктор «Автомобиль»	4500			
Конструктор «Полицейский участок»	20000			
Модель «Скорая помощь»	5000			
Модель «Полицейская машина»	12000			
Модель «МЧС»	41000			
Модель «Гоночный автомобиль»	78000			
Дом для кукол «Наш дом»	2500			
ОБЩИЙ ИТОГ	275000	-	-	

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 7

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК – 1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в различных сферах профессиональной деятельности, осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы
ПКс-4	Способен выявлять бизнес-проблем или бизнес-возможностей, обосновать стратегию поведения экономических агентов на различных рынках, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий	ПКс-4.2	Способен выбирать современные маркетинговые и организационные инструменты для реализации выявленных бизнес-возможностей

Таблица 8

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК – 1.1	Знает основные нормативные акты, регулирующие вопросы профессиональной деятельности. Умеет проводить анализ бюджетов	1. Может проводить конкурентный анализ организаций электронной торговли с помощью сети Интернет; 2. Может рассчитывать показатели, с

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
	разных уровней, финансовых планов, бухгалтерской отчетности экономических агентов, выявлять проблемные ситуации. С использованием современных инструментов информационно-коммуникационных технологий предлагать решения выявленных проблем, в том числе за счет выбора конкурентных стратегий, обосновывать эффективность принятых решений	помощью которых можно оценить эффективность электронной торговли; 3. Может принимать решения при планировании и реализации продвижения товаров и услуг в электронной торговле; 4. Может обосновывать принятые решения.
ПКс-4.2	Сравнивает применение различных маркетинговых и организационных инструментов при решении выявленных бизнес-проблемы и/или для реализации бизнес-возможностей	1. Может работать с информацией и базами данных по системе распределения, создавать каналы распределения (дистрибуции) в организациях электронной торговли разных моделей. 2. Может управлять продажами товаров и услуг в сети Интернет, в том числе посредством маркетплейсов. 3. Может принимать решения при разработке сайта организаций электронной торговли разных моделей.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета. Зачет проводится в форме ответа на вопросы в билете и дополнительные вопросы.

Выполнение всех заданий текущего контроля является желательным для всех обучающихся. Оценка знаний обучающегося носит комплексный характер и определяется:

- ответом на зачете;
- учебными достижениями в семестровый период.

Примерный перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Электронная торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Электронная торговля и электронная коммерция как элементы внутренней торговли.
2. Исторические аспекты и тенденции развития рынка электронной торговли. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления электронной торговли.
3. Классификация электронных транзакций.
4. Основы правового регулирования электронной и дистанционной торговли.
5. Закон о защите прав потребителей: основные правила для электронной и дистанционной торговли.
6. Особенности налогообложения в электронной торговле.
7. Специфика торгово-технологического процесса в электронной торговле.
8. Характеристика и сущность модели B2C в электронной торговле.
9. Классификация моделей розничной электронной торговли.
10. Характеристика и сущность модели B2B в электронной торговле.
11. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в электронной торговле.
12. Характеристика и сущность моделей G2B, G2C, G2G в электронной торговле.
13. Понятие интернет-маркетинга в электронной торговле, его функции, задачи и методы.
14. Особенности маркетинга услуг в электронной торговле.

15. Реклама в электронной торговле: понятие, виды.
16. Поисковая оптимизация сайтов: понятие, методы и значение для развития электронной торговли.
17. Маркетплейсы как площадки электронной торговли: понятие, виды, особенности работы.
18. Особенности выбора организационно-правовой формы для работы на маркетплейсах.
19. Unit-экономика товара: понятие, основные показатели.
20. Организация оплаты товаров в электронной торговле. Системы оплаты.
21. Организация доставки товаров в электронной торговле. Виды каналов дистрибуции.
22. Понятие экономического эффекта и эффективности в электронной торговле.
23. Показатели оценки экономической эффективности организаций в электронной торговле.
24. Показатели качества торгового обслуживания.
25. Технологическая эффективность электронной торговли.

Шкала оценивания (зачет)

Таблица 9

Описание шкалы	Оценка (по 2-балльной шкале)
У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видеоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач	зачтено
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач	не зачтено
Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в	

Описание шкалы	Оценка (по балльной шкале)	2-
недостаточном объеме		

5. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Процесс освоения дисциплины складывается из лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы обучающихся. К формам самостоятельной работы относятся подготовка к практическим занятиям, подготовка доклада по определенной теме, подготовка к тестированию и пр.

Практическое занятие подразумевает решение типовых заданий. В занятии участвует вся группа, поэтому задание распределяется на весь коллектив. При подготовке к практическим занятиям следует активно пользоваться справочной (энциклопедиями, словарями и пр.) и научной литературой, периодическими изданиями.

Типовые задания

Типовые задания выполняются на занятиях. В конце занятия обучающийся представляет преподавателю письменный отчет, включающий решения индивидуальных заданий. В случае домашнего выполнения индивидуальных заданий отчет принимается с защитой.

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся при верном выполнении всех заданий.
- Оценка «хорошо» – при верном выполнении 75% заданий.
- Оценка «удовлетворительно» – при верном выполнении 50% заданий.
- Оценка «неудовлетворительно» – при выполнении менее 50% заданий.

Самостоятельная работа обучающегося

Для успешного усвоения курса необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Примерные вопросы для самоподготовки к практическим занятиям

Таблица 10

Темы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли	1. Электронная торговля и электронная коммерция как элементы внутренней торговли. 2. Исторические аспекты и тенденции развития рынка электронной торговли. 3. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления электронной торговли 4. Налогообложение в электронной торговле.
Модели электронной торговли	1. Модели G2B, G2C, G2G в электронной торговле.
Интернет-технологии	1. Особенности маркетинга услуг в электронной торговле.

Темы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами.	2. Выбор организационно-правовой формы для работы на маркетплейсах. 3. Unit-экономика товара. 4. Основы работы с российскими маркетплейсами.
Инфраструктура и эффективность электронной торговли	1. Системы оплаты товаров в электронной торговле. 2. Показатели качества торгового обслуживания. 3. Технологическая эффективность электронной торговли.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Основная литература

Таблица 11

№ п/п	Автор	Название издания	Издательство	Год издания	Ссылка на электронный ресурс (ЭБС Академии)
1	Гаврилов Л. П.	Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/510301
2	Дыганова Р. Р.	Электронная торговля : учебник	Москва : Дашков и К	2022	https://znanium.com/catalog/product/2086375
3	Жильцова О.Н	Интернет-маркетинг : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2022	https://urait.ru/bcode/489043

Дополнительная литература

Таблица 12

№ п/п	Автор	Название издания	Издательство	Год издания	Ссылка на электронный ресурс (ЭБС Академии)
1	Хуссейн И. Д.	Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/520372
2	Булатецкий Ю. Е.	Коммерческое право : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/510642

6.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Гражданский кодекс РФ, часть 2, глава 30
2. Налоговый кодекс РФ
3. Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе»
4. Федеральный закон РФ от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ «О защите конкуренции»
5. Федеральный закон РФ от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных»
6. Федеральный закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 «О защите прав потребителей»

Для изучения нормативных правовых документов целесообразно использовать возможности тематического поиска документов в справочных правовых системах:

1. <http://pravo.gov.ru/> - Официальный портал правовой информации
2. www.nnir.ru/ - Российская национальная библиотека
3. www.nns.ru/ - Национальная электронная библиотека
4. www.rsi.ru/ - Российская государственная библиотека
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная система «Консультант плюс»
6. <http://www.garant.ru/> - справочная система «Гарант»

6.4. Интернет-ресурсы

1. <https://www.marketologi.ru/> - Гильдия Маркетологов
2. <https://pr-cy.ru> – блог для SEO-шников, интернет-маркетологов
3. <https://postium.ru/> - блог для интернет-маркетологов
4. <https://blog.kinetica.su/> - блог для интернет-маркетологов

Иные источники

Таблица 13

№ п/п	Автор	Название издания	Издательство	Год издания	Ссылка на электронный ресурс (ЭБС Академии)
1	Касьяненко Т. Г.	Ценообразование : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/531982
2	Строкова О. Г.	Договор розничной купли-продажи : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	https://urait.ru/bcode/519769

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

В Системе онлайн-обучения Алтайского филиала РАНХиГС создан курс на базе платформы Moodle. Для доступа к курсу студенты проходят процедуру регистрации. В курсе отражены модули и темы с учебными материалами и ссылками на литературные источники.

Для реализации программы филиал обладает вычислительным телекоммуникационным оборудованием и лицензионными программными продуктами Microsoft Office (Excel, Word, Outlook, PowerPoint и др.) и другими материально-техническими ресурсами, необходимыми для реализации дисциплины, в том числе доступом к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Библиотека Алтайского филиала РАНХиГС имеет профильную библиографическую базу, оборудованный необходимой техникой читальный зал, имеет выход в Интернет.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекционным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью. Компьютеры во всех учебных аудиториях подключены к сети Интернет.

Студенты из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.