

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.В.ДВ.02.01 Электронная торговля**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

### **38.04.01 Экономика**

(код, наименование направления подготовки)

### **Экономика и цифровая трансформация**

(наименование образовательной программы)

### **заочная**

(форма обучения)

Год набора – 2026

Барнаул

**Автор-составитель РПД:**

Рожкова Дарья Викторовна, канд.экон.наук, доцент кафедры экономики и финансов

**Заведующий кафедрой:**

Лукина Елена Викторовна, канд.экон.наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и финансов

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» одобрена на заседании кафедры экономики и финансов Алтайского филиала РАНХиГС.

Протокол № 1 от «26» августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)	6
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания	8
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам....	12
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине	18
7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)	24
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	26
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	27

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

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
	УК – 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК – 1.1	Вырабатывает стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций	<p>УК – 1.1 3-2 Знает понятийный аппарат, предметные области электронной торговли и цифрового маркетинга, принципы ведения электронного бизнеса, особенности отечественного и зарубежного рынков, а также инструменты и стратегии интернет-маркетинга.</p> <p>УК – 1.1 У-2 Умеет эффективно применять теоретические положения электронной коммерции и цифрового маркетинга для решения профессиональных задач в области коммерции и стратегического планирования</p> <p>УК – 1.1 В-1 Владеет навыком подготовки организации к ведению электронной торговли и разработки стратегических мер по устранению её слабых сторон.</p>
В/02.7 Стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами, 08.043 Экономист предприятия, утв. приказом Минтруда и социальной защиты РФ от 30.03.2021	ПКс – 4	Способен выявлять бизнес-проблемы или бизнес-возможности, обосновать стратегию поведения экономических агентов на различных рынках, в том числе с использованием современных информационных коммуникации	ПКс – 4.1	На основе оценки текущего состояния экономики страны, рынков сбыта сформирована позиция в отношении рыночного поведения определенных экономических агентов, учитывая выявленные бизнес-проблемы или бизнес-	<p>ПКс – 4.1 3-2 Знает специфику электронной торговли в объеме, достаточном для решения бизнес-задач.</p> <p>ПКс – 4.1 У-2 Умеет проводить конкурентный анализ с помощью сети Интернет, осуществлять выбор инструментов коммуникаций в сети Интернет для реализации бизнес-возможностей</p> <p>ПКс – 4.1 В-2 Владеет навыком выстраивания коммуникаций с потребителями с помощью инструментов цифрового маркетинга, формирования целевых показателей решений, принятых в области цифрового маркетинга и электронной торговли</p>

№ 161н		онных технологий		возможности	
--------	--	---------------------	--	-------------	--

## **2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 21 ак. час. на контактную работу с преподавателем, из них 6 ак.час. на лекции и 14 ак.час. на практические занятия; 47 ак. час. на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» реализуется на 2-м курсе после дисциплин:

Микроэкономика

Экономика и организация отраслевых рынков

Отраслевой маркетинг и управление продажами.

### 3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

#### 3.1. Структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	Конт роль	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли	16	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	13	Контрольное задание, тестирование, опрос
Тема 2	Модели электронной торговли	15	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	10	Контрольное задание, тестирование, опрос
Тема 3	Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами	16	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	10	Контрольное задание, тестирование, опрос
Тема 4	Инфраструктура и эффективность электронной торговли	20	2	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	14	Контрольное задание, тестирование, опрос
Промежуточная аттестация		5	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	Зачет
Итого		72	6	0	0	14	0	0	0	5	0	0	47	-	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

### 3.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли. УК-1.1, ПКс-4.1.**

Электронная торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Классификация электронных трансакций. 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. УК-1.1, ПКс-4.1.**

Модель B2C в электронной торговле. Классификация моделей розничной электронной торговли. Модель B2B в электронной торговле. Управление процессом в цепочках поставки модели 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. УК-1.1, ПКс-4.1.**

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. УК-1.1, ПКс-4.1.**

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть



предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

Тип задания	Инструкция	Сценарии выполнения	Критерии оценивания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ.	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		<p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС<sup>1</sup>

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

контрольное задание, опрос, тестирование.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

### Тема 1. Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли. УК – 1.1. ПКс – 4.1

#### Опрос по теме 1

Вопросы для опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1	Что понимается под электронной торговлей?
2	Назовите основные нормативные акты, регулирующие электронную торговлю в РФ
3	Какие преимущества дает электронная торговля бизнесу?

#### Тестовые задания по теме 1

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.

<sup>1</sup> БРС при изучении данной дисциплины не применяется

4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

#### *Вопросы теста*

1. К правовым основам электронной торговли в РФ не относится:
  - а) Гражданский кодекс РФ;
  - б) Федеральный закон «О рекламе»;
  - в) Указ Президента о цифровизации;
  - г) Федеральный закон «Об электронной цифровой подписи».
2. Какие из перечисленных элементов являются обязательными для заключения договора в электронной форме?
  - а) простая электронная подпись;
  - б) оферта на сайте;
  - в) акцепт оферты;
  - г) регистрация в налоговом органе.

#### **Контрольные задания:**

**Задание 1.** Рассчитайте долю онлайн-продаж в общем объеме выручки компании, если выручка от онлайн-продаж составила 15 млн руб., а общая выручка — 60 млн руб.

**Задание 2.** Компания получила 400 онлайн-заказов за месяц, из которых 20 были отменены. Определите уровень исполнения заказов.

### **Тема 2. Модели электронной торговли. УК – 1.1. ПКс – 4.1**

#### **Опрос по теме 2**

Вопросы для опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1	Что такое B2C-модель электронной торговли?
2	В чем отличие модели C2C от B2B?
3	Назовите пример гибридной модели электронной торговли

#### **Тестовые задания по теме 2**

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

#### *Вопросы теста*

1. Какая модель электронной торговли предполагает продажи между предприятиями?
  - а) B2C;
  - б) C2C;
  - в) B2B;
  - г) G2C.
2. Какие из перечисленных платформ работают по модели C2C?
  - а) Ozon;
  - б) Avito;
  - в) Wildberries;
  - г) eBay.

#### **Контрольные задания:**

**Задание 1.** Компания продает товары через маркетплейс по модели B2B. За месяц было продано 500 единиц товара по цене 2000 руб. за единицу. Комиссия маркетплейса — 10%. Рассчитайте чистую выручку компании.

**Задание 2.** Определите, какая модель электронной торговли используется, если физическое лицо продает подержанный товар другому физическому лицу через онлайн-площадку.

### **Тема 3. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле.**

#### **Работа с маркетплейсами. УК – 1.1. ПКс – 4.1**

##### **Опрос по теме 3**

Вопросы для опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1	Что такое SEO в контексте электронной торговли?
2	Какие инструменты используются для продвижения на маркетплейсах?
3	Что такое CTR и как он рассчитывается?

##### **Тестовые задания по теме 3**

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

##### *Вопросы теста*

1. Какой инструмент продвижения **не** относится к работе с маркетплейсами?
  - а) медийная реклама на главной странице;
  - б) холодные звонки;
  - в) размещение товара в рекомендациях;
  - г) отзывы покупателей.
2. Какие факторы влияют на ранжирование товара на маркетплейсе?
  - а) цена;
  - б) рейтинг продавца;
  - в) количество ключевых слов в названии;
  - г) скорость доставки.

##### **Контрольные задания:**

**Задание 1.** Рассчитайте CTR баннера, если он был показан 50 000 раз, а число кликов составило 1000.

**Задание 2.** Себестоимость товара — 500 руб., цена продажи — 1200 руб. Комиссия маркетплейса — 15%. Рассчитайте прибыль с одной продажи.

### **Тема 4. Инфраструктура и эффективность электронной торговли. УК – 1.1. ПКс – 4.1**

##### **Опрос по теме 4**

Вопросы для опроса:

№ п/п	Содержание вопроса
1	Что входит в инфраструктуру электронной торговли?
2	Как измеряется эффективность электронной торговли?
3	Что такое LTV?

##### **Тестовые задания по теме 4**

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

*Вопросы теста*

1. Какой показатель отражает стоимость привлечения клиента?  
а) ROI;  
б) CAC;  
в) LTV;  
г) CTR.
2. Какие системы относятся к инфраструктуре электронной торговли?  
а) ERP;  
б) CRM;  
в) KPI;  
г) SSL-сертификаты.

**Контрольные задания:**

**Задание 1.** Рассчитайте ROI от рекламной кампании, если затраты на рекламу составили 70 000 руб., а прибыль от кампании — 210 000 руб.

**Задание 2.** Компания привлекла 200 клиентов, затратив на рекламу 100 000 руб. Определите стоимость привлечения одного клиента (CAC).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,2	20
КТ 4	100	0,2	20
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

## КТ – 1.

### Тема 1.

#### Контрольное задание

1. Ознакомьтесь с главами II, III Закона о защите прав потребителей ([http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](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/](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?

## КТ – 2.

### Тема 2.

#### Контрольное задание

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

## КТ – 3.



### Тема 3.

#### Контрольное задание

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		
...		

### КТ – 4.

### Тема 4.

#### Контрольное задание

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 «Карапуз»	56000			
Конструктор «Автомагистраль»	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	-	-	

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Диапазон баллов <sup>2</sup> /оценка по пятибалльной шкале <sup>3</sup>	Описание критерия
85-100 / отлично	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84 / хорошо	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64 / удовлетворительно	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54 / неудовлетворительно	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено неверно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора и соответствующего программного обеспечения.

## 6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в устной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с двумя теоретическими вопросами. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей тезисов устного ответа, затем приступает к подготовке. Необходимо дать ответ в устном виде, подробно изложив ответ на вопросы.

### 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

## Тема 1. Теоретические аспекты развития электронной торговли. Нормативное правовое регулирование электронной торговли. УК – 1.1. ПКс – 4.1

### 1. Задания открытого типа.

#### 1.1. Вопросы открытого типа.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос
1.	Дайте определение электронной торговли. Раскройте её ключевые характеристики и отличия от традиционной торговли.
2.	Опишите систему нормативного правового регулирования электронной торговли в Российской Федерации. Назовите основные законы и области их применения.

### 1.2. Контрольные задания:

<sup>2</sup> При использовании БРС

<sup>3</sup> Без использования БРС

**Задание 1.** Рассчитайте коэффициент конверсии сайта интернет-магазина, если за месяц его посетили 50 000 уникальных пользователей, а количество совершенных покупок составило 1 000.

**Задание 2.** Определите, является ли oferta, размещенная на сайте интернет-магазина, публичной в соответствии с Гражданским кодексом РФ. Дайте правовое обоснование.

## 2. Задания комбинированного типа:

### 2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания
1.	Какая информация в обязательном порядке должна быть предоставлена потребителю при дистанционном способе продажи товара до заключения договора?  Варианты ответов: а) данные о дизайнере упаковки товара б) срок годности или службы товара в) перечень стран, в которые осуществляется доставка г) политика конфиденциальности сайта
2.	Что из перечисленного является ключевым правовым риском для владельца интернет-магазина, не разместившего на сайте информацию о порядке и сроках возврата товара?  Варианты ответов: а) административная ответственность по ст. 14.8 КоАП РФ б) уголовная ответственность за мошенничество в) гражданско-правовая ответственность в виде неустойки г) потеря репутации

## 3. Задания закрытого типа.

### 3.1. Тестовые задания.

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

3. Выбрать один или несколько верных ответов.

4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

### *Вопросы теста*

1. Электронная торговля – это:

- а) торговля с использованием электронных денег
- б) торговля, осуществляемая через интернет-магазины и онлайн-платформы
- в) торговля электронным оборудованием
- г) автоматизация торговых процессов в магазине

2. Публичная oferta в электронной торговле – это:

- а) рекламное предложение
- б) предложение, адресованное неопределенному кругу лиц и содержащее все существенные условия договора
- в) коммерческое предложение для юридических лиц
- г) предварительный договор

3. Акцептом oferty в интернет-магазине по общему правилу не является:

- а) получение продавцом заполненной формы заказа
- б) оплата товара покупателем
- в) телефонный звонок покупателя для уточнения характеристик товара
- г) нажатие кнопки «Оформить заказ» на сайте

4. Срок для возврата товара надлежащего качества, купленного дистанционным способом, составляет:

- а) 7 дней
- б) 14 дней
- в) 30 дней
- г) 90 дней

## **Тема 2. Модели электронной торговли. УК – 1.1. ПКс – 4.1**

### **1. Задания открытого типа.**

#### **1.1. Вопросы открытого типа.**

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос
1.	Охарактеризуйте модель B2B электронной торговли. Каковы её ключевые особенности, преимущества и приведите пример реализации.
2.	Что такое модель C2C в электронной торговле? Опишите её инфраструктуру и роль платформы-посредника.

#### **1.2. Контрольные задания**

**Задание 1.** Компания продает товары через маркетплейс по модели B2B. За месяц было продано 500 единиц товара по цене 2000 руб. за единицу. Комиссия маркетплейса — 10%. Рассчитайте чистую выручку компании.

**Задание 2.** Определите тип бизнес-модели электронной торговли, если физическое лицо продает подержанный товар другому физическому лицу через онлайн-площадку, которая взимает фиксированную плату за размещение объявления.

### **2. Задания комбинированного типа.**

#### **2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.**

№ п.п.	Содержание задания
1.	Какая из перечисленных моделей электронной торговли характеризуется наибольшим средним чеком и сложным, многоступенчатым процессом принятия решения о покупке?  Варианты ответов: а) B2C б) C2C в) B2B г) C2B
2.	Что является основным источником дохода для маркетплейса, работающего по модели C2C?  Варианты ответов: а) прямые продажи товаров со своего склада б) подписка на услуги доставки для покупателей в) комиссия с успешно завершённых сделок или плата за размещение объявлений г) реклама от крупных брендов на главной странице

### **3. Задания закрытого типа.**

#### **3.1. Тестовые задания.**

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

### Вопросы теста

1. Модель B2G – это:
  - а) торговля между двумя государственными учреждениями
  - б) продажа товаров бизнесом государственным учреждениям
  - в) предоставление государственных услуг бизнесу онлайн
  - г) продажа товаров правительством населению
2. Основное отличие маркетплейса от классического интернет-магазина заключается в том, что:
  - а) маркетплейс предлагает более низкие цены
  - б) маркетплейс торгует только цифровыми товарами
  - в) на маркетплейсе товары продают множественные сторонние продавцы
  - г) маркетплейс не несет ответственности за качество товара
3. Какая модель описывает ситуацию, когда потребитель продает свой контент или услуги компании?
  - а) B2C
  - б) C2B
  - в) B2B
  - г) G2C
4. Платформа для оптовых закупок продуктов ресторанами является примером модели:
  - а) B2C
  - б) C2C
  - в) B2B
  - г) C2B

### Тема 3. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в электронной торговле. Работа с маркетплейсами. УК – 1.1. ПКс – 4.1

#### 1. Задания открытого типа.

##### 1.1. Вопросы открытого типа.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос
1.	Что такое SEO (Search Engine Optimization) в контексте электронной торговли? Опишите основные группы факторов, влияющих на ранжирование интернет-магазина в поисковых системах.
2.	Каковы ключевые особенности и инструменты продвижения товара на маркетплейсе (на примере Wildberries или Ozon)?

##### 1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов.

**Задание 1.** Рассчитайте CTR (Click-Through Rate) баннерной рекламы, если она была показана 50 000 раз, а число кликов составило 1000.

**Задание 2.** Себестоимость товара — 500 руб., цена продажи на маркетплейсе — 1200 руб. Комиссия маркетплейса — 15%. Рассчитайте прибыль с одной продажи и рентабельность продажи.

#### 2. Задания комбинированного типа.

##### 2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания
1.	Какой из перечисленных инструментов продвижения НЕ относится к работе с маркетплейсами?

	<p>Варианты ответов:</p> <p>а) медийная реклама на главной странице маркетплейса</p> <p>б) холодные звонки потенциальным клиентам</p> <p>в) размещение товара в рекомендациях на маркетплейсе</p> <p>г) работа с отзывами покупателей на странице товара</p>
2.	<p>Что из перечисленного в наибольшей степени повлияет на ранжирование карточки товара в поисковой выдаче внутри маркетплейса?</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) количество товарных единиц на складе</p> <p>б) цвет фона на главной фотографии товара</p> <p>в) релевантность названия и описания товара поисковому запросу пользователя</p> <p>г) наличие ссылок на социальные сети продавца в описании</p>

### 3. Задания закрытого типа.

#### 3.1. Тестовые задания.

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один или несколько верных ответов.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

#### *Вопросы теста*

1. CTR (Click-Through Rate) – это:
  - а) стоимость одного клика по рекламе
  - б) отношение числа показов рекламы к числу кликов
  - в) отношение числа кликов к числу показов
  - г) общий бюджет рекламной кампании
2. Основная цель SEO-оптимизации интернет-магазина – это:
  - а) увеличение скорости загрузки сайта
  - б) улучшение дизайна сайта
  - в) повышение позиций в органической выдаче поисковых систем
  - г) запуск контекстной рекламы
3. Какая из перечисленных метрик НЕ является ключевой для оценки эффективности рекламы на маркетплейсе?
  - а) ROAS (Return on Advertising Spend)
  - б) CR (Conversion Rate)
  - в) количество подписчиков в Telegram-канале продавца
  - г) CPC (Cost Per Click)
4. Что из перечисленного является платным инструментом продвижения на маркетплейсе?
  - а) наполнение карточки товара ключевыми словами
  - б) размещение баннера в категории
  - в) сбор отзывов от покупателей
  - г) снижение цены на товар

### **Тема 4. CRM: управление отношениями с клиентами. УК – 1.1. ПКс – 4.1**

#### 1. Задания открытого типа.

##### 1.1. Вопросы открытого типа.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

№ п.п.	Вопрос
1.	Что входит в понятие «инфраструктура электронной торговли»? Дайте

	характеристику основным элементам этой инфраструктуры.
2.	Какие ключевые показатели эффективности (KPI) используются для оценки успешности интернет-магазина? Дайте определение и формулу расчета для LTV и CAC.

### 1.2. Контрольные задания.

**Задание 1.** Рассчитайте ROI от рекламной кампании, если затраты на рекламу составили 70 000 руб., а прибыль от кампании — 210 000 руб.

**Задание 2.** Компания привлекла 200 клиентов, затратив на рекламу 100 000 руб. Определите стоимость привлечения одного клиента (CAC). Средний чек клиента — 1500 руб., а валовая маржа составляет 40%. Оцените, окупается ли привлечение при условии, что клиент совершает в среднем 2 покупки.

### 2. Задания комбинированного типа.

#### 2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания
1.	Какой показатель отражает стоимость привлечения клиента?  Варианты ответов: а) ROI б) CAC в) LTV г) CTR
2.	Что из перечисленного является наиболее критичным последствием для интернет-магазина, не использующего SSL-сертификат?  Варианты ответов: а) замедление скорости загрузки сайта б) отсутствие позиций в поисковой выдаче Google и потеря клиентов в) невозможность принимать онлайн-платежи г) несовременный дизайн сайта

### 3. Задания закрытого типа.

#### 3.1. Тестовые задания.

*Инструкция для выполнения тестового задания:*

- Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один или несколько из предложенных вариантов.
- Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.
- Выбрать один или несколько верных ответов.
- Записать только букву выбранного варианта ответа (а)).

#### *Вопросы теста*

- KPI в электронной торговле – это:
  - ключевой параметр инвестиций
  - ключевой показатель эффективности
  - коммерческий показатель интерфейса
  - конечный продукт интернет-магазина
- Элементом инфраструктуры электронной торговли не является:
  - платежный шлюз
  - курьерская служба
  - система управления складом (WMS)
  - офлайн-магазин в торговом центре
- Если LTV клиента составляет 8000 руб., а CAC — 2000 руб., это означает, что:



- а) привлечение клиента убыточно
  - б) рекламный канал неэффективен
  - в) привлечение клиента рентабельно
  - г) средний чек слишком низкий
4. Основная цель использования CRM-системы в электронной торговле – это:
- а) автоматизация бухгалтерского учета
  - б) управление взаимоотношениями с клиентами
  - в) проведение SEO-оптимизации
  - г) размещение товаров на маркетплейсах

### 6.3. Критерии и шкала оценивания промежуточной аттестации по двухбалльной шкале

Критерии оценивания	Результат
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	зачтено
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	не зачтено

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний



день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

#### Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

#### Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

#### Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560846>.
2. Управление цепями поставок в цифровой экономике : учебник для вузов / под общей редакцией В. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 1005 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19672-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569133>.
3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов /

И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568206>.

## 8.2. Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>.

2. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>.

## 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Гражданский кодекс РФ (с учетом последних изменений)
2. Налоговый кодекс РФ (с учетом последних изменений)

## 8.4. Интернет-ресурсы

1. <http://www.gks.ru/> - Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
2. <https://minfin.gov.ru/> - Министерство финансов Российской Федерации (официальный сайт).
3. <https://www.nalog.gov.ru/> - Федеральная налоговая служба (официальный сайт).
4. <http://www.rosfinnadzor.ru/> - Федеральная служба финансово-бюджетного надзора (официальный сайт).
5. <https://roskazna.gov.ru/> - Федеральное казначейство (официальный сайт).
6. <https://fedsfm.ru/?ysclid=lnnz0fex1a451076714> - Федеральная служба по финансовому мониторингу (официальный сайт).
7. <http://www.cbr.ru/> - Центральный банк Российской Федерации (официальный сайт).
8. <http://www.ach.gov.ru> - Счетная палата Российской Федерации (официальный сайт).
9. <https://mintrud.gov.ru/?ysclid=lnnz5bxofx442155686> - Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации (официальный сайт).
10. <https://bo.nalog.ru/?ysclid=lnnz8ybtm2976777083> — Государственный информационный ресурс Бухгалтерская (финансовая) отчетность.
11. <https://www.testfirm.ru/?ysclid=lnnzcwgsxv346790316> - сайт проекта Финансовый анализ – сравнение с отраслевыми показателями и конкурентами
12. <https://www.audit-it.ru/finanaliz/> - сайт проекта Финансовый анализ – «Ваш финансовый аналитик»
13. <https://econom22.ru/> - Министерство экономического развития Алтайского края.
14. <https://www.altairegion22.ru/> - официальный сайт Алтайского края.

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

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как электронный зал для самостоятельной работы, электронный зал для научно-исследовательской работы, компьютерный класс.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением. При реализации дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 «Электронная торговля» используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы: ABBYY FineReader, Kaspersky Endpoint Security, Microsoft Office, Microsoft Windows, КонсультантПлюс, Р7-офис.