

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования

«Кубанский государственный университет»

в г. Армавире

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по работе с филиалами



А.А. Евдокимов

2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.29 Электронный бизнес

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль): Электронный бизнес

Форма обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины «Электронный бизнес» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес информатика

Программу составил:

канд. экон. наук доцент кафедры экономики и менеджмента



Айвазов А.Л.,

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры экономики и менеджмента (выпускающей)
Протокол № 10 «20» мая 2020 г.
Заведующий кафедрой,
канд. экон. наук, доц.



С.Г. Косенко

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии филиала по УГН «Экономика и управление»
Протокол № 4 «20» мая 2020 г.
Председатель УМК филиала по УГН
«Экономика и управление»,
канд. экон. наук, доц.



Е.А. Кабачевская

Рецензенты:

Королук Е.В. д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский

Чуракова М.М., канд. экон. наук, зам. директора по учебной и учебно-методической работе АМТИ филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»

Лист изменений к рабочей программе учебной дисциплины
«Электронный бизнес»

Год	Содержание изменений	№ протокола заседания кафедры, дата	ФИО / подпись зав. кафедрой
2020- 2021	<ul style="list-style-type: none">- изменения в списке литературы;- изменения в перечне ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;- изменения в перечне необходимого лицензионного программного обеспечения.	№10 от 20.05.2020	Косенко С.Г. 

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Электронный бизнес» являются профессиональное понимание проблем интеграции информационных систем; овладение индикативным аппаратом и инструментарием теории интеграции информационных систем; понимание закономерностей, принципов интеграции информационных систем; понимание и овладение методологией работы с интегрированными информационными системами.

1.2 Задачи дисциплины.

- ознакомление с основными способами и методами интеграции информационных систем;
- ознакомление с существующими интегрированными информационными системами в экономике;
- изучение возможностей решения экономических задач с элементами оценки интегрированных информационных систем.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Электронный бизнес» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОПК, ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-2	Способностью находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во	– основные методы принятия организационно-управленческих решений; – основные методики взаимодействия с обществом, коллективом, партнерами в своей профессиональной деятельности;	– принимать организационно-управленческие решения в своей области и нести ответственность за принятые решения, а также решать поставленные задачи во взаимодействии с обществом, коллективом,	– навыками принятия управленческих решений в процессе работы с информационными системами, при продвижении и продаже продуктов в области ИТ, а также навыками

		взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами		партнерами;	решения поставленных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами.
2	ПК-8	Организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	- основы типовых методик оценки интеграции информационных систем;	- рассчитывать на основе типовых методик оценки интеграции информационных систем;	- методологией интеграции информационных систем; - современными методами интеграции информационных систем.
3	ПК-12	умение выполнить технико-экономическое обоснование проектов по совершенствованию и регламентацию бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры предприятия	– теоретические основы и практические рекомендации по проектированию и разработке программных продуктов;	– моделировать, анализировать и совершенствовать бизнес-процессы;	– навыками организации проектирования программного обеспечения; – навыками оценки качественных и количественных характеристик программного обеспечения; – навыками построения программных продуктов для реализации типовых процедур обработки экономической информации.
4	ПК-22	Умение консультировать заказчиков по вопросам создания и развития электронных предприятий и их компонентов	- организационно-технические методы защиты интеграции информационных систем;	- анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики об интеграции информационных систем;	- современными методиками расчета и анализа интеграции информационных систем.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед. (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ОФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)		
		6		
Контактная работа, в том числе:	85,3	85,3		
Аудиторные занятия (всего):	72,3	72	-	
Занятия лекционного типа	28	28	-	
Лабораторные занятия	8	8		
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	36	36	-	
Иная контактная работа:	13,3	13,3		
Контроль самостоятельной работы (КСР)	13	13		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3		
Самостоятельная работа, в том числе:	77	77		
Курсовая работа	9	9	-	
Проработка учебного (теоретического) материала	9	9		
Анализ научно-методической литературы	18	18	-	
Реферат, эссе	20	20	-	
Подготовка к текущему контролю	21	21		
Контроль:				
Подготовка к экзамену	53,7	53,7		
Общая трудоёмкость	час.	216	216	-
	в том числе контактная работа	85,3	85,3	
	зач. ед	6	6	

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие, предмет и метод учебной дисциплины «Электронный бизнес»	18	6	10	2	20
2.	Основные этапы построения информационных систем	16	8	8	2	18
3.	Специализированное программное обеспечение информационных систем	20	6	10	2	20
4.	Построение интегрированных информационных систем	20	8	8	2	19

	ИКР	0,3				
	КСР	13				
	Контроль	53,7				
	Итого по дисциплине:	216	28	36	8	77

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, СРС – самостоятельная работа студента, КСР – Контроль самостоятельной работы, ИКР – индивидуальная контактная работа

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие, предмет и метод учебной дисциплины «Электронный бизнес»	Основное содержание дисциплины. Цели и задачи дисциплины. Понятие информатизации и информационного общества. Информация как важный экономический фактор.	Реферат (Р)
2.	Основные этапы построения информационных систем	Особенности маркетинговых исследований в Интернет. Цели маркетинговых исследований в Интернет. Организаторы и заказчики исследований. Интернет как объект исследования.	Эссе (Э)
3.	Специализированное программное обеспечение информационных систем	Основные принципы взаимодействия компьютеров в локальных и глобальных сетях. Основы построения Интернет сетей и организация информационных сетей предприятия с использованием Интернет-технологий.	Реферат (Р)
4.	Построение интегрированных информационных систем	Основы электронной коммерции. Основные определения и концепции. Схемы электронной коммерции. Электронный обмен данными и электронная передача фондов. Электронные рынки. Влияние электронной коммерции на современный бизнес. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Системы «бизнес-потребитель».	Эссе (Э)

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие, предмет и метод учебной дисциплины «Электронный	Основное содержание дисциплины. Цели и задачи дисциплины. Понятие информатизации и информационного общества. Информация как важный экономический фактор.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)

	бизнес»		
2.	Основные этапы построения информационных систем	Особенности маркетинговых исследований в Интернет. Цели маркетинговых исследований в Интернет. Организаторы и заказчики исследований. Интернет как объект исследования.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т), Дискуссия (Д)
3.	Специализированное программное обеспечение информационных систем	Основные принципы взаимодействия компьютеров в локальных и глобальных сетях. Основы построения Интернет сетей и организация информационных сетей предприятия с использованием Интернет-технологий.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)
4.	Построение интегрированных информационных систем	Основы электронной коммерции. Основные определения и концепции. Схемы электронной коммерции. Электронный обмен данными и электронная передача фондов. Электронные рынки. Влияние электронной коммерции на современный бизнес. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Системы «бизнес-потребитель».	Устный опрос (У о), Тестирование (Т), Дискуссия (Д)

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
5.	Понятие, предмет и метод учебной дисциплины «Электронный бизнес»	Основное содержание дисциплины. Цели и задачи дисциплины. Понятие информатизации и информационного общества. Информация как важный экономический фактор.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)
6.	Основные этапы построения информационных систем	Особенности маркетинговых исследований в Интернет. Цели маркетинговых исследований в Интернет. Организаторы и заказчики исследований. Интернет как объект исследования.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)
7.	Специализированное программное обеспечение информационных систем	Основные принципы взаимодействия компьютеров в локальных и глобальных сетях. Основы построения Интернет сетей и организация информационных сетей предприятия с использованием Интернет-технологий.	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)
8.	Построение интегрированных информационных систем	Основы электронной коммерции. Основные определения и концепции. Схемы электронной коммерции. Электронный обмен данными и электронная передача фондов. Электронные рынки. Влияние электронной коммерции на современный бизнес. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Системы «бизнес-потребитель».	Устный опрос (У о), Тестирование (Т)

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

- 1 Особенности Интернет-среды как канала PR-коммуникации.
- 2 Технологии развития PR-коммуникаций в среде Интернета.
- 3 Планирование и организация PR-мероприятий в сети Интернет.
- 4 Методология PR-деятельности в сети Интернет.
- 5 Создание и поддержание web-сайта при проведении PR-кампании в сети Интернет.
- 6 Корпоративный web-сайт как мощный инструмент создания благоприятного имиджа в сети Интернет.
- 7 Корпоративный web-сайт как эффективное средство ведения бизнес-коммуникаций в среде Интернет.
- 8 Корпоративный web-сайт как один из важных компонентов PR-деятельности в сети Интернет.
- 9 Корпоративное web-представительство как канал информирования и изучения целевой аудитории.
- 10 Интернет-технологии в системе управления внутрикорпоративными PR.
- 11 Использование информационных технологий как средства формирования имиджа компании.
- 12 Специфика организации PR-кампании в сети Интернет на примере...
- 13 Планирование и организация PR-кампании в условиях Интернет-среды
- 14 Особенности организации PR-кампании в Интернет-среде.
- 15 Интернет как новая технология PR-коммуникации.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Проработка учебного (теоретического) материала	Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Армавире от 20 мая 2020 г. № 10)
2	Анализ научно-методической литературы	- Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Армавире от 20 мая 2020 г. № 10) - Основная и дополнительная литература по дисциплине.
3	Подготовка рефератов, эссе	Методические рекомендации по подготовке, написанию и порядку оформления рефератов и эссе (рассмотрены и утверждены на заседании кафедры экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Армавире от 20 мая 2020 г. № 10)
4	Подготовка курсовой работы	Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации: учебно-методических указаниях./ сост. М.Б. Астапов, Ж.О. Карапетян, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019. – 52. – URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/normokontrol_2019_c.pdf

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

При реализации учебной работы по дисциплине используются как традиционные образовательные технологии, ориентированные на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения), так и активные и интерактивные формы проведения занятий.

Используемые образовательные технологии по-новому реализуют содержание обучения и обеспечивают реализацию компетенций ОПК-2, ПК-8, ПК-12, ПК-22 подразумевая научные подходы к организации образовательного процесса, изменяют и предоставляют новые формы, методы и средства обучения.

При реализации учебной работы по дисциплине могут использоваться дистанционные образовательные технологии.

При использовании ДОТ обучающийся и преподаватель могут взаимодействовать в образовательном процессе в следующих формах:

- онлайн, которая предусматривает взаимодействие участников образовательного процесса в режиме реального времени (видео-, аудио- конференции, чат и пр.);
- офлайн, которая предусматривает взаимодействие участников образовательного процесса в режиме отложенного (произвольного) времени (электронная почта, форумы, доски объявлений и пр.).

Выбор формы определяется конкретными видами занятий, трудоемкостью дисциплины и техническими возможностями университета и обучающихся.

Семестр	Вид занятия (ПЗ)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
6	ПЗ- Основные этапы построения информационных систем	Дискуссия	2
	ПЗ - Построение интегрированных информационных систем	Дискуссия	2

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

Примерные вопросы для устного опроса

Тема 1. Понятие, предмет и метод учебной дисциплины «Электронный бизнес»

1. Предмет учебной дисциплины «Электронный бизнес».
2. Информационный ресурс предпринимательства.
3. Понятие информационной технологии.

Тема 2. Основные этапы построения информационных систем

1. Интернет как совокупность пользователей.
2. Достоинства и недостатки маркетинговых исследований в Интернет.
3. Особенности методов исследований в Интернет.
4. Предварительный этап.
5. Сбор требований.

Тема 3. Специализированное программное обеспечение информационных систем

1. Системное программное обеспечение.
2. Прикладное программное обеспечение.
3. Операционная система.

Тема 4. Построение интегрированных информационных систем

1. Интерактивный маркетинг.
2. Электронные каталоги.
3. Электронные публикации.
4. Электронный банкинг.
5. Организация и реклама web-сайта фирмы.

Примерные тестовые задания

1. Протокол TCP обеспечивает:
 - 1) сеансовую связь между двумя узлами в сети Интернет ;
 - 2) управление передачей пакетов данных;
 - 3) однозначную адресацию компьютеров в сети;
 - 4) маршрутизацию пакетов.
2. Протокол IP обеспечивает:
 - 1) службу WWW;
 - 2) работу электронной почты;
 - 3) маршрутизацию пакетов информации в сети;

- 4) передачу данных в глобальной вычислительной сети;
- 5) прием информации в сети Интернет.

3. Назовите год и место создания среды WWW:

- 1) 1991 в США;
- 2) 1989 в США;
- 3) 1969 в США;
- 4) 1996 в Европе;
- 5) 1991 в Европе.

4. Существует ли единый центр управления Интернет?

- 1) нет;
- 2) да;
- 3) существует несколько центров.

5. Назовите год начала работ над проектом, заложившим основу сети Интернет:

- 1) 1969;
- 2) 1966;
- 3) 1973;
- 4) 1980;
- 5) 1985.

6. Термин "сервер" обозначает:

- 1) компьютер;
- 2) программу;
- 3) специализированный компьютер, используемый в сетях для управления вычислительным процессом;
- 4) компьютер или программу, предназначенные для обслуживания "клиентов";
- 5) поисковую машину.

7. Традиционные компании могут принять решение об использовании электронного рынка с целью

- 1) Использования уникальных возможностей Интернет;
- 2) Сокращения издержек;
- 3) Увеличения продаж новым сегментам потребителей;
- 4) Всего вышеперечисленного.

8. Процесс систематического сбора информации о происходящих вне компании событиях, с целью выявления и толкования потенциальных тенденций называется:

- 1) внешние источники;
- 2) демография;
- 3) защита компании;
- 4) консьюмеризм;
- 5) сканирование внешней среды.

9. Электронные платежные системы должны обладать следующими качествами:

- 1) конфиденциальностью;
- 2) аутентификацией;
- 3) безопасностью;
- 4) всем вышеперечисленным.

10. Процесс реинтермедиации на электронном рынке связан с

- 1) появлением новых видов посредников;
- 2) устранением посредников из канала распределения;
- 3) преимущественным использованием прямого канала распределения;
- 4) всего вышеперечисленного.

Примерные темы рефератов

1. Что такое интернет-маркетинг?
2. Какие основные элементы комплекса интернет-маркетинга?
3. Какие элементы включает в себя интернет-маркетинг?
4. Что такое конверсия сайта?
5. Какие бизнес модели вы знаете?
6. Какие виды медиамаркетинга бывают?
7. Какие бывают ограничения в интернет-маркетинге?
8. Что такое шифрование?
9. Как расшифровывается термин бренд?
10. Какие два подхода существуют к определению бренда?
11. Что такое интернет-брендинг?
12. Какие инструменты трейд-маркетинга бывают?
13. Какие пять условий необходимо соблюдать для обмена?
14. Что такое маркетинговое исследование?
15. Что такое маркетинговая разведка?

Примерная тематика эссе

1. Какие бывают ограничения в интернет-маркетинге?
2. Что такое шифрование?
3. Как расшифровывается термин бренд?
4. Какие два подхода существуют к определению бренда?
5. Что такое интернет-брендинг?
6. Какие инструменты трейд-маркетинга бывают?
7. Какие пять условий необходимо соблюдать для обмена?
8. Что такое маркетинговое исследование?
9. Что такое маркетинговая разведка?
10. Что такое Торговая площадка?
11. Для чего предназначена торговая площадка?
12. Чему должен следовать участник торгов?
13. Электронная визитная карточка.
14. Электронный каталог.
15. Электронный магазин и электронный киоск.

Примерные темы лабораторных работ Лабораторная работа №1

Задание 1. Сравнение моделей бизнеса, ориентированных на производителя, посредника или потребителя

Под электронным бизнесом понимается реализация бизнеспроцессов с использованием информационных и телекоммуникационных технологий и систем. Электронный бизнес как новая форма бизнеса начал формироваться на фундаменте реструктуризованных предприятий и фирм, стандартизовавших свои бизнес-процессы с развитой внутренней и внешней технической инфраструктурой.

Трансформация форм бизнеса привела к возникновению трех основных моделей, исторически формировавшихся одна за другой, но в настоящее время существующих одновременно.

Первая модель — рынок производителя с господствующим положением производителя.

Вторая модель — рынок посредника с доминирующей ролью посредников.

Третья модель — интерактивный рынок, модель бизнеса, ориентированного на потребителя.

1. Выделите из материалов учебного пособия основные характеристики каждой модели и занесите их в таблицу.

2. Проведите сравнительный анализ по выделенным характеристикам и напишите свое заключение по данному анализу с позиций привлекательности, конкурентоспособности и перспектив развития.

3. Сравните основные характеристики перечисленных моделей, используя графические пакеты или пакеты презентационной графики. Опишите все элементы, составляющие структуру каждой модели.

Задание 2. Определение целей использования электронного бизнеса

Сеть Интернет предоставляет современным компаниям целую совокупность методов для решения определенного круга задач. Интернет нашел применение в деятельности и больших, и малых фирм, а также частных лиц. Решение компании о реализации бизнес-процессов в сети Интернет является стратегическим шагом. Именно на этом этапе важно определить цели, которые компания желает достичь, место компании на электронном рынке, сегменты потенциальных потребителей и т.д. Ниже приведены цели, которые могут преследовать компании при выходе на электронный рынок:

- Получение дополнительного дохода от продажи на электронном рынке товаров и услуг.

- Предоставление информации о своих товарах и услугах (продвижение).

- Получение дополнительных заказов (увеличение сбыта).

- Снижение издержек.

- Сокращение времени совершения сделок.

- Ускорение обслуживания клиентов.

- Повышение качества обслуживания клиентов.

- Укрепление торговой марки.

- Улучшение имиджа компании.

- Установление прямого контакта с клиентом.

- Улучшение коммуникации с целевым клиентом.

- Устранение посредников и др.

Проанализируйте несколько сайтов и ответьте на вопрос, какие цели наиболее часто преследуются компанией.

Задание 3. Соотношение традиционного и электронного видов бизнеса

Одним из наиболее важных факторов, определяющих маркетинговую стратегию компании в сети Интернет, является соотношение традиционного и электронного видов бизнеса. Различное соотношение традиционного и электронного видов бизнеса предполагает разные требования к людям, системам, ресурсам и клиентам. При отсутствии адекватных инструментов измерения результатов перечисленных факторов невозможно достичь стратегических целей предприятия.

1. Найдите и приведите примеры пяти компаний с различным соотношением традиционного и электронного видов бизнеса и опишите задачи, объем и структуру их присутствия в сети Интернет.

2. Определите, к какой группе компаний (традиционные, смешанные или полностью электронные) относятся данные компании.
3. Опишите подробно некоторые из элементов их сайтов (главную страницу, объем и структуру информации, основные задачи сайта, каталог товаров (если есть), систему формирования).
4. Дайте определение электронного маркетинга.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. В каком положении оказались страны — новаторы внедрения Интернета в 90-х годах?
2. В каких странах получил наибольшее распространение Интернет?
3. Что такое электронный бизнес?
4. Идентичны ли понятия электронного бизнеса и Интернет-бизнеса?
5. Чем характеризуется рынок производителя как модель бизнеса?
6. Приведите пример компании, использующей эту бизнес-модель.
7. Чем характеризуется рынок посредника как модель бизнеса? Приведите пример компании, использующей эту бизнес-модель.
8. Чем характеризуется рынок потребителя как модель бизнеса? Приведите пример компании, использующей эту бизнес-модель.
9. Дайте определение электронного рынка. Каковы отличия электронного рынка от традиционного?
10. На какие виды можно разделить все компании по их отношению к электронному бизнесу?
11. Охарактеризуйте потребителей, использующих Интернет. Чем они отличаются от потребителей традиционного рынка?
12. Что может заставить компанию заняться электронным бизнесом? Что может побудить потребителя использовать электронный рынок?
13. Опишите схему отношений традиционного и электронного бизнеса.
14. Какие выгоды дает электронный бизнес компаниям?
15. Какие выгоды дает электронный бизнес потребителям?
16. Каковы обязательные условия выхода компании на электронный рынок?
17. Назовите основные этапы разработки маркетинговой стратегии.
18. Приведите примеры целей компании, которые они преследуют, выходя на электронный рынок. Что является объектом и субъектом маркетинговой деятельности на электронном рынке?
19. Чем отличаются элементы комплекса электронного маркетинга от традиционного маркетинг-микс?
20. Приведите примеры конвергенции в электронном маркетинге.
21. Как влияет электронный маркетинг на потребительскую ценность товаров и услуг?

Лабораторная работа №2.

Задание 1. Ценообразование в сети Интернет

Многие исследователи считают, что цифровые продукты схожи с физическими и установление цен на них осуществляется традиционными методами. Наиболее популярными подходами к ценообразованию на электронном рынке считаются назначение цены на наборы товаров и подписка. Ценообразование на наборы — это назначение единой цены на несколько различных товаров, упакованных вместе. Компоненты набора могут быть неизменными, и потребитель при покупке 10 наборов получит 10 единиц каждого компонента набора. Компоненты набора могут продаваться и отдельно от набора. Такая стратегия называется смешанной. Подписка используется в различных СМИ и средствах связи. Зачастую подписная цена является фиксированной ценой, и контроль за

использованием товара отсутствует. Подписная цена больше нравится потребителям, чем повременная оплата, если они не могут планировать интенсивность использования товара или услуги.

Большинство информационных продуктов также продается наборами (газеты, базы данных). Хотя отдельные компоненты все же могут продаваться вне набора, спрос на них часто не оправдывает затрат на такие продажи. Это происходит потому, что цены на эти индивидуальные компоненты выше тех, что готов заплатить потребитель.

1. Изучите сайты нескольких Интернет-магазинов и приведите примеры использования ценообразования по методу «цена набора» и «цена подписки».

2. Опишите, какие товары/услуги предлагаются с использованием этих методов.

Задание 2. Стратегия компании по использованию возможностей сети Интернет в поддержке реального бизнеса

Традиционные компании, решившие выйти на электронный рынок, руководствуются одной или несколькими из нижеперечисленных целей:

- Стремлением увеличить продажи своих традиционных товаров через новый канал нынешним или новым сегментам потребителей.

- Стремлением получить доход от продажи новых электронных товаров.

- Стремлением сократить издержки за счет использования уникальных возможностей Интернета.

- Стремлением использовать уникальные коммуникационные возможности Интернета для связи с определенными сегментами потребителей.

1. Изучите сайты нескольких компаний, которые ведут свой бизнес как на традиционных рынках, так и на электронном. Определите, что, по вашему мнению, побудило компанию использовать Интернет. Предлагают ли они на электронном рынке те же товары/услуги, что и на традиционном?

2. Представьте, что вам поручили подготовить предложения по использованию Интернета для компании, которая занимается производством модной и недорогой одежды для подростков. Продукция в настоящее время реализуется через один фирменный магазин в Москве, несколько столичных универмагов и сети региональных дистрибьюторов. Стратегической задачей компании является увеличение доли рынка и позиционирование компании как первого выбора для подростка, который хочет одеваться стильно и недорого. Оформите свои предложения в виде тезисов для руководства компании.

Задание 3. Сеть Интернет как канал распределения

Роль сети Интернет как ресурса для развития канала распределения должна определяться стратегией компании или организации. На основании принятых решений Интернет может быть использован в качестве дополнения к существующим каналам распределения для координации информационных потоков в них, либо Интернет становится частью канала, а порой и заменяет собой канал распределения.

В традиционной структуре канала распределения посредники разбивали крупные партии товара, поступающие от производителя, и продавали их частями, обеспечивая хранение, перевозку, составление определенного ассортимента, систему заказа, оплаты и другие функции. Электронный бизнес изменил эту традиционную структуру канала. Производитель получил возможность напрямую связываться с потребителем, учитывать его индивидуальные потребности, поэтому ему стал не нужен целый ряд прежних функций канала распределения.

Компания Dozog.ru занимается продажей книг через Интернет в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Компания решила выйти и на рынок Москвы. В настоящее время у компании есть склад в Петербурге и распределительный центр там же, на который свозятся все заказанные книги, комплектуются заказы и отправляются покупателям. Компания планирует в связи с выходом на московский рынок открыть еще один склад — в Москве, но

сохранить прежнее местоположение распределительного центра. Все перевозки планируется осуществлять, используя имеющиеся у компании два фургона.

1. Оцените планы компании с точки зрения логистики канала распределения. С какими трудностями может столкнуться компания при такой организации канала? На какое время доставки дополнительные услуги может предложить Dozog.ru своим клиентам?

2. Сравните свои предложения с реальной ситуацией на рынке, изучив несколько сайтов Интернет-магазинов, торгующих книгами.

Задание 4. Сеть Интернет как канал маркетинговых коммуникаций

Комплекс маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, как и традиционных коммуникаций, состоит из следующих элементов: рекламы, стимулирования сбыта, прямого маркетинга и связей с общественностью. Использование сети Интернет придает специфические черты этим элементам комплекса продвижения, причем каждый контакт между потребителем и компанией может быть индивидуализирован и персонифицирован.

Важная характеристика сети Интернет — интерактивность.

1. Изучите несколько сайтов известных вам компаний. Перечислите все виды маркетинговых коммуникаций, которые отражены на сайтах.

2. Предлагают ли они дополнительные преимущества по сравнению с традиционными коммуникациями off-line?

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что такое электронный товар?
2. Могут ли услуги предлагаться в цифровом формате? Приведите пример.
3. Как можно классифицировать электронные товары?
4. Какими специфическими качествами обладают электронные товары? Приведите примеры отрицательных и положительных экономических последствий электронных товаров.
5. Что такое кумулятивная полезность электронных товаров?
6. Чем характеризуются электронные товары в цифровом формате?
7. Что такое «проблема лимонов» применительно к электронным товарам? Можно ли ее преодолеть?
8. Приведите примеры стратегии разработки новых электронных товаров.
9. Приведите основные характеристики услуг на электронном рынке.
10. Приведите примеры финансовых услуг на электронном рынке.
11. Какие требования предъявляются к электронным платежным системам?
12. Какие существуют формы электронных расчетов?
13. Приведите примеры туристических услуг в сети Интернет.
14. Приведите примеры информационных услуг в сети Интернет.
15. Как используется Интернет для оказания образовательных услуг?
16. Назовите черты Интернета, которые относят его к неэффективному рынку.
17. Какие стратегии ценообразования чаще используются на электронном рынке?
18. Как Интернет меняет структуру канала-распределения и функции его участников?
19. Как использование Интернета в качестве канала распределения связано с возможностью возникновения конфликта в канале?
20. Каковы новые типы посредников, которые появились в связи с использованием Интернета в качестве канала распределения?
21. Каковы последствия использования Интернета как канала распределения для компаний? Для потребителей?
22. Как Интернет отличается от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций?
23. С какими проблемами может столкнуться компания, принимая решение о переходе от традиционного канала к электронному?

24. Как оценивается эффективность баннерной рекламы?
25. Как меняет Интернет процесс коммуникации? Как он воздействует на отношения между источником и адресатом коммуникации?
26. Определите понятия «бренд» и «брендинг».
27. Что такое марочный капитал?
28. Какие решения по брендингу характерны для компаний на электронном рынке?

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие и сущность электронного бизнеса и его компоненты.
2. Особенности организации бизнес-процессов в электронной среде.
3. Характеристика инфраструктуры электронного бизнеса.
4. Структура и ресурсы сети Интернет и их использование в интересах организации бизнеса в электронной среде.
5. Системы электронного бизнеса и этапы их развития.
6. Понятие и сущность электронной коммерции.
7. Классификация и особенности систем электронного бизнеса.
8. Цели создания и стратегии развития систем электронного бизнеса.
9. Принципы организации систем электронного бизнеса.
10. Принципы функционирования систем электронного бизнеса.
11. Характеристика автоматизированных систем управления ресурсами.
12. Модели организации систем электронного бизнеса.
13. Виртуальные электронные предприятия.
14. Классификация и особенности систем сектора B2C.
15. Особенности Интернет-магазина, витрины.
16. Классификация и особенности Интернет-услуг.
17. Характеристика Интернет-аукционов.
18. Использование систем класса P2P.
19. Электронные платежные системы.
20. Применение пластиковых карт в электронных платежных системах.
21. Система электронного документооборота.
22. Правовое обеспечение сделок в электронной среде и защита информации.
23. Сущность и особенности электронных денег.
24. Основные правоустанавливающие документы в сфере электронного бизнеса.
25. Факторы, влияющие на развитие технологий электронного бизнеса и снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции.
26. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.
27. Понятие и организационные принципы электронного предприятия.
28. Деформации модели архитектуры предприятия Захмана при ее применении к моделированию электронного предприятия.
29. Описание бизнес-архитектуры предприятия в таблице Захмана. Содержание описания ИТ-архитектуры (документы; правила бизнеса; база данных).
30. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».

Критерии оценки экзамена:

Положительные оценки выставляются, если компетенции ОПК-2, ПК-8, ПК-18, ПК-22 освоены, обучающийся владеет материалом, отвечает на основные и дополнительные вопросы.

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по теме, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Могут быть допущены 2–3 неточности или незначительные ошибки, исправленные обучающимся с помощью преподавателя.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется при недостаточно полном и недостаточно развернутом ответе. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если компетенции ОПК-2, ПК-8, ПК-18, ПК-22 не освоены, при несоответствии ответа заданному вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь обсуждаемого вопроса по билету с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Образец билета

**филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кубанский государственный университет» в г. Армавире**

40.03.05 Бизнес-информатика

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Понятие и сущность электронного бизнеса и его компоненты.
2. Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель «бизнес-контент-менеджмент».

Заведующий кафедрой _____ С.Г. Косенко

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины.

5.1 Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 433 с. — URL: <https://urait.ru/viewer/organizaciya-kommercheskoy-deyatelnosti-elektronnaya-kommerciya-447001#page/1>

2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/elektronnaya-kommerciya-450865#page/1>

3. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/innovacionnye-tehnologii-v-kommercii-i-biznese-425884#page/1>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт» и др.

5.2 Дополнительная литература:

1. Ключарев, Г. А. Инновационные предприятия в вузах: вопросы интеграции с реальным сектором экономики / Г. А. Ключарев, М. С. Попов, В. И. Савинков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 382 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-08624-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].: URL: <https://urait.ru/viewer/innovacionnye-predpriyatiya-v-vuzah-voprosy-integracii-s-realnym-sektorom-ekonomiki-454151#page/1>

2. Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5.

— Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]: URL: <https://urait.ru/viewer/innovacionnyu-menedzhment-450087#page/1>

5.3 Периодические издания

1. “Финансовый менеджмент” - https://elibrary.ru/title_about.asp?id=9552
2. “Алгебра и логика” - http://elibrary.ru/title_about.asp?id=7311/

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Academia : видеолекции ученых России на телеканале «Россия К» : сайт. – URL: http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20898/ .
2. Scopus - база данных рефератов и цитирования Elsevier: сайт. – URL: <http://www.scopus.com/>
3. Web of Science (WoS, ISI) : международная аналитическая база данных научного цитирования : сайт. – URL: <http://webofscience.com/>
4. Архивы научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН: сайт. - URL: <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
5. Базы данных компании «Ист Вью» : сайт. – URL: <http://dlib.eastview.com> .
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека : сайт. – URL: <http://cyberleninka.ru>.
7. Лекториум : видеокolleкции академических лекций вузов России : сайт. – URL: <http://www.lektorium.tv/>
8. Научная электронная библиотека статей и публикаций «eLibrary.ru» : сайт. – URL: <http://www.elibrary.ru/>
9. Национальная электронная библиотека (НЭБ): сайт. - URL: <http://нэб.рф/>
10. Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации : сайт. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru> .
11. Российское образование: федеральный портал: сайт — URL: <http://www.edu.ru>
12. Справочно-правовая система «Гарант» : URL: <http://www.garant.ru/>
13. Справочно-правовая система «Консультант» : URL: <http://www.consultant.ru/about/sps/>
14. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) : сайт. – URL: <http://uisrussia.msu.ru>
15. ЭБС «ZNANIUM.COM»: сайт. – URL: www.new.znanium.com
16. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» : сайт. – URL: www.biblioclub.ru
17. ЭБС «Юрайт» : сайт. – URL: <http://www.biblio-online.ru/>
18. ЭБС Издательства «Лань» : сайт. – URL: <http://e.lanbook.com> .
19. Электронная библиотека «Grebennikon» : сайт. – URL: www.grebennikon.ru
20. Электронный каталог Кубанского государственного университета и филиалов. – URL: <http://212.192.134.46/MegaPro/Web/Home/About>.
21. ИПС «Законодательство России»: сайт. - URL: <http://pravo.gov.ru/ips>
22. БД Научного центра правовой информации Минюста России: сайт. - URL: <http://pravo.minjust.ru/>
23. Федеральный образовательный портал "Юридическая Россия" : сайт. - URL: <http://law.edu.ru/>
24. Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент": сайт. - <http://ecsocman.hse.ru/>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

По курсу предусмотрено проведение лекционных занятий, на которых дается основной систематизированный материал. Основной целью лекции является обеспечение теоретической основы обучения, развитие интереса к учебной деятельности и конкретной учебной дисциплине, формирование у обучающихся ориентиров для самостоятельной работы.

Подготовка к практическим занятиям.

Практические занятия ориентированы на работу с учебной и периодической литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Подготовка к лабораторным занятиям.

Лабораторные занятия ориентированы на работу с учебной и периодической литературой, знакомство с содержанием, принципами и инструментами осуществления и решением основных вопросов, приобретение навыков для самостоятельных оценок результатов оценки основных явлений дисциплины. К практическому занятию обучающийся должен ответить на основные контрольные вопросы изучаемой темы, подготовить эссе, решить тесты. Кроме того, следует изучить тему по конспекту лекций и учебнику или учебным пособиям из списка литературы.

Устный опрос. Важнейшие требования к устным ответам обучающихся – самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них. Ответ обучающегося должно соответствовать требованиям логики: четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Тестирование по предложенным темам. Подготовка тестированию предполагает изучение материалов лекций, учебной литературы.

Написание эссе. Эссе – вид самостоятельной работы, представляющий собой небольшое по объему и свободное по композиции сочинение на заданную тему, отражающее подчеркнута индивидуальную позицию автора. Рекомендуемый объем эссе – 2-3 печатные страницы.

Написание реферата – это вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определённую тему на семинарах.

Написание курсовой работы является одной из форм самостоятельной учебной и научно-исследовательской работы студентов. Написание курсовой работы направлено на углубление и закрепление знаний, развитие навыков самостоятельного изучения и анализа источников информации, а также формирование навыков практической работы в области выполнения расчетов и формулирования выводов.

Дискуссия. Для проведения дискуссии все студенты, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия. Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания. Традиционные материальные результаты обсуждения таковы: составление списка интересных мыслей, выступление одного или двух членов подгрупп с докладами, составление методических разработок или инструкций, составление плана действий.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- выполнение домашнего задания, предусматривающих решение ситуационных задач, проверяемых в учебной группе на практических занятиях;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- написание реферата и эссе по заданной проблеме.

Экзамен. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

8.1 Перечень информационных технологий.

- Предоставление доступа всем участникам образовательного процесса к корпоративной сети университета и глобальной сети Интернет.
- Предоставление доступа участникам образовательного процесса через сеть Интернет к справочно-поисковым информационным системам.
- Использование специализированного (Офисное ПО, графические, видео- и аудиоредакторы и пр.) программного обеспечения для подготовки тестовых, методических и учебных материалов.
- Использование офисного и мультимедийного программного обеспечения при проведении занятий и для самостоятельной подготовки обучающихся.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

- Libre Office (свободный офисный пакет);
- Gimp (растровый графический редактор);
- Inkscape (векторный графический редактор);
- Adobe Acrobat Reader, WinDjView, XnView (просмотр документов и рисунков);
- Mozilla FireFox, Adobe Flash Player, JRE. (Internet);
- 7-zip (архиватор);
- Notepad++ (текстовый редактор с подсветкой синтаксиса).
- Microsoft Windows
- Microsoft Office Professional Plus;
- МойОфис Стандартный. Ncloudtech, X2-STDNENUNL-A

8.3 Перечень информационных справочных систем:

Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL:<http://www.elibrary.ru>

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

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа: Аудитория 13 оснащена учебной мебелью; Аудитория 14 оснащена учебной мебелью, Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением. Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение. Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение; Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение; Аудитория 32 оснащена учебной мебелью; Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира), Аудитория 35 оснащена учебной мебелью; Аудитория 36 оснащена учебной мебелью.
2.	Практические занятия (лабораторные занятия)	Аудитории для проведения занятий семинарского типа Аудитория 13 оснащена учебной мебелью; Аудитория 14 оснащена учебной мебелью; Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран

		<p>настенный, персональный компьютер с программным обеспечением.</p> <p>Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер;</p> <p>Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер, программное обеспечение; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира),</p> <p>Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 37 оснащена учебной мебелью, пособия наглядные по иностранному языку: учебные материалы, цветные карты, таблицы.</p>
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	<p>Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций:</p> <p>Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 14 оснащена учебной мебелью,</p> <p>Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными</p>

		<p>компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира), барьер для подсудимого; молоток судьи; табуляторы; портреты выдающихся юристов; наглядные пособия по юриспруденции;</p> <p>Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 37 оснащена учебной мебелью, материалы, цветные карты, таблицы.</p>
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	<p>Аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации:</p> <p>Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 14 оснащена учебной мебелью,</p> <p>Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер;</p> <p>Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение.</p> <p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p>

		<p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, программное обеспечение;</p> <p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением; государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира);</p> <p>Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 37 оснащена учебной мебелью; пособия наглядные по иностранному языку: учебные материалы, цветные карты, таблицы.</p>
5.	Самостоятельная работа	<p>Помещения для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:</p> <p>Помещение для самостоятельной работы № 18 оснащено учебной мебелью, персональными компьютерами – 4 шт., один из персональных компьютеров, оснащен накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками, электронной программой для чтения вслух текстовых файлов «Балаболка» с синтезатором речи с открытым исходным кодом RNVoice. МФУ, программное обеспечение; специализированная мебель: стеллажи библиотечные, шкаф картотечный, библиотечный стол-барьер кафедра для выдачи литературы.</p>
6.	Курсовая работа	<p>Аудитории для выполнения курсовых работ:</p> <p>Аудитория 13 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 14 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 23 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 24 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер;</p> <p>Аудитория 25 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 26 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации с программным обеспечением;</p>

	<p>Аудитория 27 оснащена учебной мебелью, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 28 оснащена учебной мебелью, персональными компьютерами – 18 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации с программным обеспечением;</p> <p>Аудитория 32 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 34 оснащена учебной мебелью, стационарным мультимедийным комплексом в составе: проектор, экран настенный, персональный компьютер с программным обеспечением); государственная символика (герб РФ, флаг РФ; флаг Краснодарского края, флаг г. Армавира);</p> <p>Аудитория 35 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 36 оснащена учебной мебелью;</p> <p>Аудитория 37 оснащена учебной мебелью</p>
--	---