

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет - экономический

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хатуров

«31» мая 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.В.02 ГРАЖДАНСКОЕ И НАЛОГОВОЕ ПРАВО В
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки/специальность: 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль)/специализация: Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде
Форма обучения : очная, заочная
Квалификация: МАГИСТР

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины **Б1.В.02 Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) профиль «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде».

Программу составил:

Омельяненко А.В.

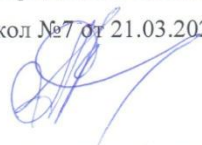
доцент кафедры маркетинга и торгового дела



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол №7 от 21.03.2024 г

Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол УМК № 9 от 14.05.2024г.

Председатель УМК факультета,

д-р экон.наук. проф.

Л.Н. Дробышевская



Рецензенты:

Казанджян С.М., заместитель директора ООО «Профессионал Юга»

Гетман Е.П., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

Содержание

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).....	6
1.1 Цель освоения дисциплины.....	6
1.2 Задачи дисциплины	6
1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	7
2. Структура и содержание дисциплины.....	10
2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ	10
2.2 Структура дисциплины.....	11
2.3 Содержание тем дисциплины.....	13
2.3.1 Занятия лекционного типа	13
2.3.2 Занятия семинарского типа.....	14
2.3.3 Лабораторные занятия	16
2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов).....	16
2.3.5 Методические указания к практическим занятиям.....	17
2.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины	17
2.4.1 Организация самостоятельного изучения разделов дисциплины.....	17
2.4.2 Темы для самостоятельного изучения	18
2.4.3 Формы контроля за выполнением самостоятельной работы	18
2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	19
2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	20
3. Образовательные технологии.....	21

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	22
4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.....	27
4.1.1. Примеры тем для разработки эссе.....	27
4.1.2. Примеры тестовых вопросов.....	27
4.1.3 Примеры практических заданий	27
4.1.4 Пример кейса для коллоквиума	30
4.1.5 Перечень примеров контрольных вопросов.....	30
4.1.6 Список тем для рефератов	30
4.1.7 Примеры ситуационных задач	32
4.1.8 Проектные задания.....	32
4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	32
Вопросы для подготовки к зачету	32
Критерии оценивания результатов обучения	35
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	36
5.1 Основная литература	36
5.2 Дополнительная литература	36
5.3. Периодические издания.....	38
5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	38
Электронно-библиотечные системы (ЭБС):.....	38
Профессиональные базы данных:.....	38
Информационные справочные системы:.....	39
Ресурсы свободного доступа:	39
Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:	40
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	40

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	43
7.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения	43
7.2 Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины	43
8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)...	44

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: формирование у магистров теоретических знаний и практических навыков правового регулирования отношений, возникающих в процессе осуществления коммерческой деятельности, в сфере торгового оборота, в системе хозяйственных связей и овладения механизма регулирования маркетинговых отношений.

1.2 Задачи дисциплины

Задачи дисциплины: усвоение общих положений российского законодательства, регулирующего предпринимательские отношения; формирование умения анализировать действующее законодательство при принятии обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности; выработка навыков правильного применения предпринимательского законодательства; анализе системы договорных отношений и способов обеспечения обязательств как условия укрепления хозяйственных связей.

Изучение курса «**Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности**» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг).

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности» относится к Блоку 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана «части формируемой участниками образовательных отношений». Изучение дисциплины опирается на знания основных правовых, экономических и

управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Торговое дело», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др.

По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программы бакалавриата, как «Торгово-коммерческая деятельность», «Правоведение», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Налоги и налогообложение».

Изучение дисциплины «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности» запланировано в 1 семестре 1 курса.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность. Знает: нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность при разработке и реализации маркетинговых программ торгового предприятия.
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения товарной политики в торговой организации
ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций
	Знает: правовую регламентацию свободных рыночных цен
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию с учетом ценовой политики организации
	Умеет: применять нормативные правовые акты при формировании ценовой политики в коммерческой организации
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при формировании ценовой политики в коммерческой организации
ИПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы ценообразования на предприятии
	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации
	Знает: правовую регламентацию каналов товародвижения в маркетинге
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регулиющую сбытовую деятельность организации
	Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие сбытовую деятельность организации
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения сбытовой политики в коммерческой организации
ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации
	Знает: законодательство о рекламной деятельности
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регулиющую систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
	Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
ПК-3 - Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
ИПК-3.1- Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: основы рекламы, гражданского права, налогообложения
	Знает: систему налогообложения для субъектов электронной коммерции
	Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	Умеет: согласовывать условия договора на реализацию стратегии продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде.
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
	Владеет: навыками разработки договорной документации по реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.
ПК-4 - Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	
ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Знает: основы права, налогообложения
	Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: разрабатывать систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде
	Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде
ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Знает: основы налогообложения и права
	Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: оценивать результативность труда специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Умеет: разрабатывать организационно-правовую документацию по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
	Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
ИПК-4.3 Применяет инструменты управления	Знает: основы права, налогообложения

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
и контроля персонала в интернет-торговле	Знает: основы трудового законодательства
	Умеет: применять инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле
	Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке организационно-правовой документации по управлению и контролю персонала
	Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
	Владеет: навыками по применению инструментов управления и контроля персонала по интернет-маркетингу

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **2** зачетные единицы (**72** часов) для очной и очно-заочной формы обучения их распределение по видам работ представлено в таблице.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		Очная		очно-заочная	заочная
		2 семестр (часы)	X семестр (часы)	2 семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:		24,2		12,2	
Аудиторные занятия (всего):		24,0		12,0	
занятия лекционного типа		6,0		4,0	
лабораторные занятия		18,0		8,0	
практические занятия					
семинарские занятия					
<i>Указываются виды работ в соответствии с учебным планом</i>					
Иная контактная работа:		0,2		0,2	
Контроль самостоятельной работы (КСР)		0		3,8	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2		0,2	

Самостоятельная работа, в том числе:			47,8		56,0	
<i>Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)</i>						
<i>Контрольная работа</i>						
<i>Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)</i>						
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>						
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>						
Контроль:			зачет		зачет	
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.		72,0		72,0	
	в том числе контактная работа		24,2		12,2	
	зач. ед		2		2	

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре для очной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	13	1	4	-	8
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	14	2	4	-	8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
3.	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	13	1	4	-	8
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	13	1	4	-	8
5.	Организационно -управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	18,8	1	2	-	15,8
	<i>Итого:</i>	71,8	6	18	-	47,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	13	1	2	-	10
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	13	1	2	-	10
3.	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	13	1	2	-	10
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	12	1	1	-	10
5.	Организационно -управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	17	-	1	-	16
	<i>Итого:</i>	68	4	8	-	56

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа СРС
			Л	ПЗ	ЛР	
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	<i>72</i>				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание тем дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
	Правовое обеспечение товарной политики в маркетинге	Нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации. Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги). Законодательство, определяющее правовой статус товара. Понятие товарной политики. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Стандартизации цели и принципы. Документы в области стандартизации, сертификации продукции и услуг: основные понятия, сертификат и знаки соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации. Бренды как стратегические механизмы воздействия на потребителя, выделяющие товар, услуги среди конкурентов и создающих образ. Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарных знаков. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака. Лицензионный договор. Договор об отчуждении исключительного права. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.	
	Правовое обеспечение каналов товародвижения	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации. Понятие и виды каналов товародвижения в маркетинге. Правовой статус посредников в канале товародвижения. Договор поручения в сфере товародвижения. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг. Правовое регулирование агентирования как способа взаимодействия звеньев канала	

		товародвижения. Договор коммерческой концессии (франчайзинга) как форма, опосредующая вертикальную маркетинговую систему каналов товародвижения.	
	Правовое регулирование ценообразования как функции маркетинга	Правовое регулирование цен. Правовая регламентация свободных рыночных цен. Ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование. Цена в возмездных гражданско-правовых договорах. Изменение цены в договорах. Особенности цены, определяемой условиями поставки.	
	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации. Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Законодательство о рекламной деятельности. Правовое положение участников рекламной деятельности. Нормативно-правовые требования к рекламе. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Государственный контроль в области рекламы. Правовое регулирование public relations. Правовое регулирование рекламной деятельности при проведении переговоров с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде. Разграничение рекламы и иной маркетинговой информации. Электронная реклама. Система налогообложения для субъектов электронной коммерции.	
	Организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	Понятие системы мотивации и стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала в цифровой среде. Виды стимулирования. Факторы формирования системы мотивации и стимулирования персонала организации. Политика мотивации и стимулирования персонала. Материальное и нематериальное стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала. Мотивационное значение оценки персонала. Требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга. Деловая оценка персонала. Оценка результативности труда специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет маркетинга. Профессиограммы, описание должности, должностные инструкции. Методы деловой оценки персонала. Аттестация специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга. Современные инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле.	

О – опрос, ПЗ- практические задания , Э-эссе, З - задачи, ТЗ – тестовые задания, К-коллоквиум, Р – реферат, ДИ – деловая игра, РГЗ - расчетно-графические задания, СП – сквозной проект

2.3.2 Занятия семинарского типа

На основе лекционного материала, изучения основной и дополнительной научной литературы бакалавры продолжают изучение дисциплины на семинарских занятиях. Основная цель этих занятий состоит в углубленном изучении наиболее значимых разделов курса, приобретении

практических навыков создания и ведения маркетинговой деятельности в правовом поле российского и международного законодательства, а также навыков сбора, обработки и анализа правовой информации для принятия управленческих решений.

+На лабораторное семинарского типа занятие отводится 2-6 ч. учебного времени.

Содержание занятий семинарского типа, структурировано по темам учебного курса:

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1.	Правовое обеспечение товарной политики маркетинга	Нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации. Понятие товара как категории маркетинга и его виды (собственно товар и услуги). Законодательство, определяющее правовой статус товара. Понятие товарной политики. Законодательство, обеспечивающее безопасность и уровень качества товара. Стандартизации цели и принципы. Документы в области стандартизации, сертификации продукции и услуг: основные понятия, сертификат и знаки соответствия, виды сертификации. Правила и порядок проведения сертификации в Российской Федерации. Бренды как стратегические механизмы воздействия на потребителя, выделяющие товар, услуги среди конкурентов и создающих образ. Товарный знак: понятие и функции. Правовая охрана товарного знака. Виды товарных знаков. Субъекты товарного знака. Исключительное право владельца товарного знака. Использование товарного знака. Лицензионный договор. Договор об отчуждении исключительного права. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.	О
2.	Правовое обеспечение каналов товародвижения	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации. Понятие и виды каналов товародвижения в маркетинге. Правовой статус посредников в канале товародвижения. Договор поручения в сфере товародвижения. Комиссия и консигнация как договоры посреднических услуг. Правовое регулирование агентирования как способа взаимодействия звеньев канала товародвижения. Договор коммерческой концессии (франчайзинга) как форма, опосредующая вертикальную маркетинговую систему каналов товародвижения.	З, Т
3.	Правовое Регулирование ценообразования как функции маркетинга	Правовое регулирование цен. Правовая регламентация свободных рыночных цен. Ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование. Цена в возмездных гражданско-правовых договорах. Изменение цены в договорах. Особенности цены, определяемой условиями поставки.	О, Т.
4.	Правовое регулирование маркетинговых коммуникаций	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.	Р, О

		<p>Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Законодательство о рекламной деятельности. Правовое положение участников рекламной деятельности. Нормативно-правовые требования к рекламе. Ответственность за ненадлежащую рекламу. Государственный контроль в области рекламы. Правовое регулирование public relations. Правовое регулирование рекламной деятельности при проведении переговоров с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде. Разграничение рекламы и иной маркетинговой информации. Электронная реклама. Система налогообложения для субъектов электронной коммерции.</p>	
5.	<p>Организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга</p>	<p>Понятие системы мотивации и стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала в цифровой среде. Виды стимулирования. Факторы формирования системы мотивации и стимулирования персонала организации. Политика мотивации и стимулирования персонала. Материальное и нематериальное стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала. Мотивационное значение оценки персонала. Требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга. Деловая оценка персонала. Оценка результативности труда специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет маркетинга. Профессиограммы, описание должности, должностные инструкции. Методы деловой оценки персонала. Аттестация специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга. Современные инструменты управления и контроля персонала в интернет торговле.</p>	Э

О – опрос, ПЗ- практические задания, Э-эссе, З - задачи, ТЗ – тестовые задания, К-коллоквиум, Р – реферат, ДИ – деловая игра, РГЗ - расчетно-графические задания, СП – сквозной проект

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

В соответствии с учебным планом курсовые работы по дисциплине не предусмотрены.

2.3.5 Методические указания к практическим занятиям

Бакалавр может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции в своей практической деятельности при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;
- 5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;
- 6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по проблемам дисциплины.

2.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

2.4.1 Организация самостоятельного изучения разделов дисциплины

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины — закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки по пониманию сущности и современному видению организационного поведения, его значимости и роли.

Самостоятельная работа студентов в процессе освоения дисциплины **«Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности»** включает в себя: изучение основной и дополнительной литературы по курсу; работу с электронными учебными ресурсами (КОПР); изучение материалов

периодической печати, интернет-ресурсов; выполнение реферативной работы; подготовку к деловой игре; подготовку к тестированию; индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам.

2.4.2 Темы для самостоятельного изучения

1.

2.4.3 Формы контроля за выполнением самостоятельной работы

Для промежуточного контроля студенты пишут самостоятельную работу (возможные варианты представлены ниже).

Участие в проводимых формах контроля в течение семестра является обязательным для всех студентов. Результаты данного контроля – составная часть оценки знаний студента в ходе итогового зачета.

Варианты контрольных заданий:

Содержание самостоятельной работы:

1 вариант

1. Налоговые правоотношения: понятие, состав, содержание
2. Характеристика объекта и предмета налоговых правоотношений
3. Субъекты налоговых правоотношений, понятие, характерные признаки
4. Где и в какие сроки осуществляется постановка на учет нотариусов и адвокатов?
5. Защита прав налогоплательщиков: гарантии, способы
6. На основе положения действующего законодательства рассмотрите вопрос о соотношении понятий «налоговая тайна» и «коммерческая тайна»

Задача

Нормативные правовые акты и учебная литература

2 вариант

1. Характеристика налога на доходы физических лиц: понятие, плательщики налога, объект налогообложения, виды налоговых вычетов, налоговая база, ставка налогов, порядок и способы исчисления и уплаты налогов. Декларирование доходов
2. Права и обязанности субъектов налоговых правоотношений: налогоплательщиков, сборщиков налогов, налоговых агентов, государственных органов, органов местного самоуправления
3. Каковы сроки составления акта проведения налоговой проверки?
4. Как определяется налоговая база имущества организаций, признаваемого объектом налогообложения?
5. Земельный налог: плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и уплаты
6. Налоговая политика РФ

Задача

Нормативные правовые акты и учебная литература

2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
	2	3
	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов и эссе.	Ресурсы (в т.ч. и электронные) библиотеки КубГУ <ol style="list-style-type: none"> 1. Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya 2. Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

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,

2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Зид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы <i>(выбрать в соответствии с видом СРС)</i>
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Выполнение лабораторных работ	Методические указания по выполнению лабораторных работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	Написание и оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
7	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (дипломной работы). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
8	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа:

		https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya .
9	Подготовка и оформление отчета по практике	Методические указания по подготовке и оформлению отчета по практике. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

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,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

В процессе изучения дисциплины лекции, лабораторные занятия, консультации являются основными формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме тестовых заданий, расчетно-графических заданий, сквозного проекта и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
2		Знает: нормативные правовые акты, регулирующие обеспечение товарной политики в торговой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
3		Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
4		Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность при разработке и реализации маркетинговых программ торгового предприятия.	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
5		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения товарной политики в торговой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
6		Трудовое действие: Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг)	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 8-11
7	ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 41-44
8		Знает: правовую регламентацию свободных рыночных цен	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 41-44
9		Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию с учетом ценовой политики организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 41-44
10		Умеет: применять нормативные правовые акты при формировании ценовой политики в коммерческой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 41-44

11		Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы ценообразования на предприятии	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 41-44
12	ИПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
1		Знает: правовую регламентацию каналов товародвижения в маркетинге	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
2		Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регулиющую сбытовую деятельность организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
3		Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие сбытовую деятельность организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
4		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации с использованием инструментов комплекса маркетинга	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
5		Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения сбытовой политики в коммерческой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 1-4; 10-23; 35-40
6	ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Знает: законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 5-6; 17-18; 29-30
7		Знает: законодательство о рекламной деятельности	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 5-6; 17-18; 29-30
8		Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию, регулиющую систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 5-6; 17-18; 29-30
9		Умеет: применять нормативные правовые акты, регулирующие систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 5-6; 17-18; 29-30
10		Владеет: навыками разработки организационно-правовой	Устный (письменный)	Вопросы на зачет с 5-6; 17-

		документации с использованием инструментов комплекса маркетинга	опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	18; 29-30
11		Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов в процессе обеспечения системы маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 5-6; 17-18; 29-30
12	ИПК-3.1- Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: основы рекламы, гражданского права, налогообложения	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
13		Знает: систему налогообложения для субъектов электронной коммерции	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
14		Умеет: разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
15		Умеет: согласовывать условия договора на реализацию стратегии продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде.	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
16		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
17		Владеет: навыками разработки договорной документации по реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 45-48
18	ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Знает: основы права, налогообложения	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50
19		Знает: основы трудового законодательства	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50
20		Умеет: разрабатывать систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50
21		Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50
22		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50

		процессе реализации стратегии интернет-маркетинга		
23		Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке системы мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 49-50
24	ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Знает: основы налогообложения и права	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
25		Знает: основы трудового законодательства	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
26		Умеет: оценивать результативность труда специалистов по подразделениям онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
27		Умеет: разрабатывать организационно-правовую документацию по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
28		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
29		Владеет: навыками применения нормативно-правовых актов при разработке организационно-правовой документации по формированию требований к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 51-52
30	ИПК-4.3 Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	Знает: основы права, налогообложения	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 53-54
31		Знает: основы трудового законодательства	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 53-54
32		Умеет: применять инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 53-54
33		Умеет: применять нормативные правовые акты при разработке организационно-правовой	Устный (письменный) опрос. Рефераты-	Вопросы на зачет с 53-54

		документации по управлению и контролю персонала	презентации, ТЗ	
34		Владеет: навыками разработки организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 53-54
35		Владеет: навыками по применению инструментов управления и контроля персонала по интернет-маркетингу	Устный (письменный) опрос. Рефераты-презентации, ТЗ	Вопросы на зачет с 53-54

* Вид индекса индикатора соответствует учебному плану

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля

4.1.1. Примеры тем для разработки эссе

В соответствии с программой дисциплины эссе не предусмотрены.

4.1.2. Примеры тестовых вопросов

В соответствии с программой дисциплины тестовые вопросы не предусмотрены.

4.1.3 Примеры практических заданий

В соответствии с программой дисциплины практические задания не предусмотрены.

Задача № 1

В ФАС России обратились граждане с жалобой на рекламу стоматологической клиники «Все свои». Заявители указали, что в июне - августе 2023 года на их московские домашние телефоны посредством автоматического дозвона поступали рекламные сообщения об услугах стоматологической клиники «Все свои» с приглашением посетить клинику и воспользоваться услугами высокого качества по доступным ценам. В рекламе сообщался телефон клиники 789-44-44, цены на медицинские услуги и

предлагалось в случае заинтересованности остаться на линии, чтобы соединиться со справочной службой клиники. Между тем заявители не давали согласия на получение подобной рекламы. Укажите нарушение.

Задача 2

При проверке налоговой инспекцией хозяйственной деятельности общества с ограниченной ответственностью выяснилось, что один из магазинов принадлежащих Обществу, закупил крупную партию ликероводочных изделий. В связи с тем, что у Общества не было лицензии на торговлю ликероводочными изделиями, налоговая инспекция объявила совершенную сделку ничтожной и потребовала взыскания всего полученного по сделке в доход государства.

Продавец, ликероводочный комбинат, заявил, что с его стороны никаких нарушений закона допущено не было. Кроме того, в уставе общества, предъявленном при заключении договора, предусмотрен такой вид деятельности, как торговля ликероводочными изделиями.

Правомерны ли действия налоговой инспекции?

ЗАДАНИЯ

1. Составить протокол учредительного собрания об учреждении:
 - полного товарищества и товарищества на вере,
 - общества с ограниченной ответственностью,
 - закрытого или открытого акционерного общества,
 - производственного кооператива.
2. Составьте проект решения о реорганизации коммерческой организации, существующей в одной из организационно-правовых форм, имея в виду проведение реорганизации путем присоединения, слияния, выделения, разделения, преобразования.
3. Какие документы необходимо составить при проведении реорганизации юридического лица? Какие вопросы необходимо отразить в этих документах?
4. Составьте проект решения о самоликвидации коммерческой организации. Какие вопросы должны быть отражены в решении о самоликвидации?
5. Составьте проект дополнительного соглашения а) об изменении какого-либо условия договора, б) о расторжении договора.

Примерные тесты

Гражданское правоотношение - это:

- а) отношение между гражданами;
- б) отношение между гражданином и государством;
- в) отношение, регулируемое нормами гражданского права

Дееспособность возникает:

- а) с момента рождения;
- б) по достижении определенного возраста;
- в) с момента вступления гражданина в конкретное гражданское

правоотношение.

Коммерческой организацией является:

- а) полное товарищество;
- б) учреждение;
- в) потребительский кооператив.

Ликвидация юридического лица считается завершенной:

- а) после внесения об этом записи в государственный реестр;
- б) после утверждения ликвидационного баланса органом, принявшим решение о ликвидации юридического лица;
- в) после утверждения ликвидационного баланса учредителями по согласованию с органом, осуществляющим государственную регистрацию юридических лиц.

Сделка - это:

- а) правонарушение;
- б) действие по исполнению договора;
- в) действие, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

Исковая давность - это:

- а) срок для подачи искового заявления в суд;
- б) срок для защиты нарушенного права;

в) срок, по истечении которого субъективное право прекращает свое действие.

Под моральным вредом подразумеваются:

- а) только нравственные страдания;
- б) нравственные и физические страдания;
- в) иные последствия.

К оспоримым сделкам относятся:

- а) притворная сделка;
- б) нарушение формы сделки;
- в) вне уставная деятельность юридического лица

4.1.4 Пример кейса для коллоквиума

В соответствии с программой курса коллоквиумы не предусмотрены.

4.1.5 Перечень примеров контрольных вопросов

4.1.6 Список тем для рефератов

1. Основные правовые категории управленческих правоотношений
2. Конституционно-правовые основы государственного регулирования публичных и частных управленческих отношений
3. Понятие права и основные отрасли, регулирующие управленческую деятельность современных организаций
4. Источники правового регулирования производственного менеджмента
5. Основные функции управления и их законодательная поддержка
6. Понятие и признаки организации. Виды организационно-правовых и экономических форм организаций

7. Правовые основы производственной, маркетинговой, финансовой, кадровой политики организаций
8. Юридические отношения собственности - правовая основа организации
9. Порядок создания и прекращения деятельности организации
10. Признание предприятия банкротом (несостоятельным)
11. Механизм правового регулирования предпринимательской деятельности
12. Основные законодательные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность
13. Рекламная деятельность предприятия
14. Методы и средства государственного регулирования предпринимательской деятельности в РФ
15. Лицензирование в сфере предпринимательства
16. Государственное прогнозирование и планирование предпринимательской деятельности
17. Налогообложение в сфере предпринимательской деятельности
18. Стандартизация и сертификация товаров, работ и услуг
19. Правовые основы публичного контроля за деятельностью организации
20. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства (МСП)
21. Защита прав потребителей
22. Управленческая деятельность по организации поставок товаров государственным и муниципальным учреждениям
23. Административная ответственность за правонарушения против порядка управления
24. Основания и порядок заключения государственных и муниципальных контрактов
25. Основания и порядок поставки товаров для государственных и муниципальных нужд.
26. Понятие обязательств, основания их возникновения и прекращения
27. Ответственность за нарушение или ненадлежащее исполнение обязательств
28. Договор как основание возникновения обязательств в е управленческой деятельности (условия договора, заключение, изменение и расторжение договора)

29. Способы обеспечения обязательств в управленческой деятельности
30. Обязательства, возникающие из причинения вреда

4.1.7 Примеры ситуационных задач

В соответствии с программой дисциплины ситуационные задачи не предусмотрены.

4.1.8 Проектные задания

В соответствии с программой дисциплины проектные задания не предусмотрены.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету

1. Торговое посредничество (особенности, виды, общая характеристика)
2. Договоры по информационному обеспечению
3. Конкуренция торговых организаций (понятие, формы)
4. Особенности предпринимательских договоров и их классификация
5. Правовые требования к рекламе
6. Правовое положение участников рекламной деятельности
7. Участники оптового товарооборота
8. Правовое обеспечение сертификации и стандартизации товаров
9. Средства индивидуализации бизнеса, товара

10. Договор по передаче прав на товарные знаки и знаки обслуживания
11. Бренды как стратегические механизмы воздействия на потребителя
12. Договор коммерческой концессии: понятие, виды, условия
13. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности
14. Информационные продукты для бизнеса (виды, информационный рынок)
15. Особенности заключения договоров на оптовых ярмарках, товарных биржах
16. Договор коммерческой концессии (понятие, существенные условия, ответственность)
17. Субъекты рекламных правоотношений и их ответственность
18. Ответственность за нарушения законодательства в сфере рекламы
19. Договоры, содействующие торговле (понятие, виды, условия)
20. Понятие и правовое регулирование торговой деятельности
21. Организационные договоры, способствующие торговле (виды, характеристика)
22. Договоры купли-продажи (понятие, виды, особенности каждого вида)
23. Порядок создания и реорганизации торговых организаций
24. Заключение договоров на ярмарках и биржах
25. Ликвидация и признание торговой организации банкротом
26. Способы обеспечения договорных обязательств по коммерческим сделкам
27. Гражданско-правовая ответственность партнеров при осуществлении торговой деятельности
28. Понятие рекламы, признаки, классификация по экономико-правовым признакам
29. Гражданско-правовые договоры в сфере рекламной деятельности
30. Условия действительности и недействительности торговых сделок
31. Порядок заключения и расторжения торгового договора
32. Применение неустойки и залога в торговых сделках
33. Договор по передаче прав на товарные знаки, знаки обслуживания
34. Лицензионный договор и договор простого товарищества

35. Дистрибьютерский договор и договор консигнации
36. Договоры купли-продажи недвижимости и предприятия
37. Маркетинговый договор (понятие, условия, ответственность)
38. Преимущества и особенности франчайзинга как вида предпринимательской деятельности.
39. Договоры по НИР и маркетинговому подряду (характеристика, особенности)
40. Правовая регламентация свободных рыночных цен.
41. Ответственность за нарушение законодательства, регулирующего ценообразование.
42. Цена в возмездных гражданско-правовых договорах
43. Изменение цены в договорах. Особенности цены, определяемой условиями поставки.
44. Правовое регулирование рекламной деятельности при проведении переговоров с потенциальными заказчиками по продвижению благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде.
45. Разграничение рекламы и иной маркетинговой информации.
46. Электронная реклама.
47. Система налогообложения для субъектов электронной коммерции.
48. Понятие системы мотивации и стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала в цифровой среде. Виды стимулирования.
49. Материальное и нематериальное стимулирования персонала торгового и маркетингового персонала
50. Требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн- торговли и интернет-маркетинга
51. Деловая оценка персонала
52. Аттестация специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
53. Современные инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 (модулю) 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.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература

Устинова А. В. Гражданское право: учебник
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444157>

Борисов А. Б. Комментарий к ГК РФ. (постатейный), Ч. 1-2-3-4
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89851>

Российское предпринимательское право Учебник. Под ред. В.В. Гущина, Ю. А. Дмитриева. М., Эксмо, 2021.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах

1. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE"
2. Электронная библиотечная система издательства "Лань"
3. Электронная библиотечная система "Юрайт"
4. Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"

5.2 Дополнительная литература

Нормативно-правовые акты

Гражданский кодекс РФ (части первая, вторая и третья) (с изм. и доп. от 20 февраля, 12 августа 1996 г., 24 октября 1997 г., 8 июля, 17 декабря 1999 г., 16 апреля, 15 мая, 26 ноября 2001 г., 21 марта, 14, 26 ноября 2002 г., 10 января, 26 марта, 11 ноября, 23 декабря 2003 г., 29 июня, 29 июля, 2, 29, 30 декабря 2004 г., 21 марта, 9 мая, 2, 18, 21 июля 2005 г.);

Арбитражный процессуальный кодекс РФ от 24 июля 2002 г. (с изм. и доп. от 28 июля 2004 г., 2 ноября 2004 г., 31 марта 2005 г., 27 декабря 2005 г., 16 июля 2004 г., 17 ноября 2005 г.)// СЗ РФ. 2002. № 30. Ст. 3012;

Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изм. и доп. от 24 июня 1992 г., от 15 июля 1992 г., от 25 мая 1995 г., от 6 мая 1998 г., от 2 января 2000, от 30 декабря 2001 г., от 21 марта 2002 г., от 9 октября 2002 г., от 7 марта 2005 г.)// Ведомости СНД И ВС РСФСР. 1991 г. № 16. Ст. 499;

Закон РСФСР от 26 июня 1991 г. № 1488-1 «Об инвестиционной деятельности в РСФСР» (с изм. и доп. 19 июня 1995 г., от 25 февраля 1999 г. от 10 января 2003 г.)// Ведомости РСФСР. 1991 г. № 29. Ст. 105; СЗ РФ. 1995 г. № 26. Ст. 2397; 1999 г. № 9. Ст. 196; 2003 г. № 2. Ст. 167;

Указ Президента РФ от 28 февраля 1995 г. № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» (с изм. и доп. от 8 июля 1995 г., от 8 апреля 2003 г.) // СЗРФ, 1995 г. № 10. Ст. 859;

Постановление Правительства РФ от 7 марта 1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен» (с изм. и доп. от 8 февраля 1996 г., от 15 апреля 1996 г., от 31 июля 1996 г., от 30 июня 1997 г., от 30 июля 1998 г., от 28 декабря 1998 г., от 6 февраля 2001 г., от 7 мая 2001 г., от 16 июня 2001 г., от 20 августа 2001 г., от 2 апреля 2002 г., от 12 декабря 2004 г., от 12 июля 2005 г., с изм., внесенными Определением Верховного Суда РФ от 30 июля 2002 г. N КАС 2-381)// СЗ РФ. 1995 г.

№ 11. Ст. 997;

5.3. Периодические издания

1. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Маркетолог», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир», «Маркетинг в России и за рубежом» (<http://www.mavriz.ru/>) и др. электронные периодические издания, с указанием адреса сайта электронной версии журнала, из баз данных, доступ к которым имеет КубГУ:

1. Базы данных компании «Ист Вью»<http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU
<https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ»<https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»
www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов
НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>

7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
10. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
11. Springer Journals <https://link.springer.com/>
12. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
13. Springer Nature Protocols and Methods
14. <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
15. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
16. zbMath <https://zbmath.org/>
17. Nano Database <https://nano.nature.com/>
18. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
- 19.
20. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
21. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка(<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование"<http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"<http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов<http://school-collection.edu.ru/> .

8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Программа дисциплины включает лекционный материал, практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием

лекций и рекомендованной литературы, подготовка эссе, рефератов, выполнение практических и тестовых заданий.

Форма итогового контроля – зачет.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях. Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по важнейшим проблемам курса;
- закрепление знаний и умения излагать сущность анализируемых мирохозяйственных явлений и процессов;
- формирование навыков аналитической работы.

Все это позволит студенту приобрести навыки профессионального мастерства, выработать свое собственное отношение к происходящим процессам в процессе организации и проектировании предприятий торговли сферы услуг, самостоятельно подбирать информационные источники, формулировать рекомендации относительно возможных сценариев динамики коммерческих процессов и управления предприятием.

Практические занятия шлифуют профессиональное мастерство, дают возможность правильно формулировать ответы на вопросы, свободно изъясняться при помощи экономической лексики, тренироваться в публичных выступлениях, чувствовать себя уверенно в дискуссиях.

Практические занятия позволяют обобщить изученный материал, получить результат анализируемой ситуации, решить задачу или разобраться в экономической ситуации, модели.

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

а) для текущей успеваемости:

- вопросы для подготовки к практическим занятиям (прилагаются)
- темы для подготовки рефератов и эссе (прилагаются);
- тестовые задания (прилагаются);
- вопросы для дискуссий (прилагаются)

б) для промежуточной аттестации:

- вопросы для подготовки к экзамену (прилагаются).

Основным видом изучения курса «Организация, технология и проектирование предприятий» является самостоятельная работа студентов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

Цель самостоятельной работы:

- систематизация и закрепления получения теоретических знаний и умений;
- формирования умений использовать нормативную и правовую, справочную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности студентов;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа студентов в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
- выполнение эссе, рефератов;
- индивидуальные и групповые консультации.

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.

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

7.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

1. Среда Модульного Динамического Обучения КубГУ <http://moodle.kubsu.ru>

2. Электронная библиотека КубГУ <http://212.192.134.46/MegaPro/Web>

<https://openedu.kubsu.ru/ОСМДО> КубГУ

<https://www.kaggle.com> публичная веб-платформа Kaggle

программная платформа статистического анализа SPSS Statistics

7.2 Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия).
Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих. 4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих

5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.myilibrary.com>

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics

Лаборатория управления в технических системах 207Н	Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А	Панель интерактивная, Конференц-система, Микшер-усилитель, Подавитель акустической обратной связи, Настенный громкоговоритель, Радиосистема, Микрофон на гибком держателе, Моноблок НР, Документ-камера, Беспроводная точка доступа, Система видеотображения, ЖК панель, Сплитер, Мультимедийная трибуна лектор, Система видеоконференцсвязи, Плакаты	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С:Предприятие 8
Лаборатория экономики и управления 212Н	Презентации и плакаты, Многофункциональный профессиональный видео детектор банкнот и ценных бумаг, Счетчики банкнот, Инфракрасный детектор банкнот и ценных бумаг, Универсальный детектор банкнот и ценных бумаг, Детектор подлинности банкнот, Ящик денежный, Планшетный импринтер, Усилитель автономный беспроводной	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А	Лабораторные стенды, Типовой комплект учебного оборудования, Стенды-тренажеры, Стенд-планшет, Тренажерный комплекс по применению первичных средств пожаротушения, Комплекс – тренажер по оказанию первой доврачебной помощи, Робот-тренажер, Комплект плакатов, Комплект демонстрационных пособий, Комплект аудиовизуальных пособий	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и

обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus