ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Петербургский государственный университет путей сообщения

Императора Александра I»

(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

*дисциплины*

«Экономика и организация электронного бизнеса» (Б1.В.ОД.16)

для направления

38.03.02 «Менеджмент»

по профилю

«Управление человеческими ресурсами»

Форма обучения – очная

Санкт-Петербург

2016 год



Рабочая программа рассмотрена и обсуждена на заседании кафедры

«Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 5 от «17»января 2017 г.

Рабочая программа актуализирована и продлена на 2017/2018 учебный год (приложение).



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заведующий кафедрой  Менеджмент и маркетинг» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| «17» января 2017 г. |  |  |

Рабочая программа рассмотрена и обсуждена на заседании кафедры

«Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 1 от «29» августа 2017 г.

Программа актуализирована и продлена на 2017/2018 учебный год (приложение).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заведующий кафедрой  «Менеджмент и маркетинг» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| «29» августа 2017 г. |  |  |

Рабочая программа рассмотрена и обсуждена на заседании кафедры

«Менеджмент и маркетинг»

Протокол № \_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 \_\_ г.

Программа актуализирована и продлена на 201\_\_/201\_\_ учебный год (приложение).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заведующий кафедрой  «Менеджмент и маркетинг» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 \_\_ г. |  |  |

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена, обсуждена на заседании кафедры

«Менеджмент и маркетинг»

Протокол № 6 от «01» марта 2016 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Заведующий кафедрой  «Менеджмент и маркетинг» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Н. К. Румянцев |
| «01» марта 2016 г. |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО |  |  |
| Председатель методической комиссии факультета «Экономика и менеджмент» | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Н. Е. Коклева |
| «01» июня 2016 г. |  |  |
|  |  |  |
| Руководитель ОПОП |  |  |
| «01» марта 2016 | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Н.К. Румянцев |
|  |  |  |

**1. Цели и задачи дисциплины**

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным «12» января 2016 г., приказ № 7 по направлению 38.03.02 «Менеджмент», по дисциплине «Экономика и организация электронного бизнеса».

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2 рабочей программы.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

-приобретение знаний, указанных в разделе 2 рабочей программы;

-приобретение умений, указанных в разделе 2 рабочей программы;

-приобретение навыков, указанных в разделе 2 рабочей программы.

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются: приобретение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**ЗНАТЬ:**

- теоретические основы организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;

-классификации основных направлений электронного бизнеса;

-достоинства и недостатки существующих решений по созданию предприятий электронной коммерции.

**УМЕТЬ:**

- осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

- решать вопросы, связанные с построением эффективной инфраструктуры предприятий электронной коммерции;

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- использовать методики оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса.

**ВЛАДЕТЬ**:

- навыками к самоорганизации и самообразованию;

- целостными представлениями о функционировании интернет-экономики;

- пониманием причин освоения предприятиями и организациями виртуальной среды;

- навыками по организации и поддерживанию связей с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления;

- механизмом взаимодействия фирм с другими субъектами с помощью информационно-коммуникационных систем.

Приобретенные знания, умения, навыки, характеризующие формирование компетенций, осваиваемые в данной дисциплине, позволяют решать профессиональные задачи, приведенные в соответствующем перечне по видам профессиональной деятельности в п. 2.4 основной профессиональной образовательной программы (ОПОП).

Изучение дисциплины направлено на формирование следующей **общекультурной компетенции (ОК):**

- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6).

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **общепрофессиональных компетенций (ОПК)**:

- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **профессиональных компетенций (ПК)**, соответствующих видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

информационно-аналитическая деятельность:

-способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления (ПК-12).

Область профессиональной деятельности обучающихся, освоивших данную дисциплину, приведена в п. 2.1 общей характеристики ОПОП.

Объекты профессиональной деятельности обучающихся, освоивших данную дисциплину, приведены в п. 2.2 общей характеристики ОПОП.

**3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Экономика и организация электронного бизнеса» (Б1.В.ОД.16) относится к вариативной части и является обязательной дисциплиной.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Для очной формы обучения (5 семестр)

| **Вид учебной работы** | **Всего часов** | **Семестр** |
| --- | --- | --- |
| **5** |
| Контактная работа  (по видам учебных занятий) | 54 | 54 |
| В том числе:  лекции (Л) | 36 | 36 |
| практические занятия (ПЗ) | 18 | 18 |
| лабораторные работы (ЛР) | --- | --- |
| Самостоятельная работа (СРС) (всего) | 36 | 36 |
| Контроль | 54 | 54 |
| Форма контроля знаний | экзамен | экзамен |
| Общая трудоемкость: час / з.е. | 144/4 | 144/4 |

**5. Содержание и структура дисциплины**

5.1 Содержание дисциплины

| **№** | **Наименование разделов дисциплины** | **Содержание раздела** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Информационные компьютерные технологии и их роль в становлении и развитии электронного бизнеса | Информационное общество и его особенности. Роль ИКТ в создании информационного общества. ИКТ - основа электронного бизнеса. Сущность электронного бизнеса. Основные этапы развития электронного бизнеса. Пути развития электронного общества. |
| 2 | Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности | Основные понятия интернет. Способы доступа в интернет. Службы хостинга. Технологии сети интернет. Структура интернет-рынка: состояние и прогноз. Факторы, влияющие на развитие интернет технологий: общеэкономические, правовые, инфраструктурные, управленческие. |
| 3 | Правовые аспекты электронного бизнеса | Европейское право. Директивы европейского союза. Принципы использования электронной подписи и сертификации. Заключение договоров с использованием электронных средств. Разрешение споров в электронной коммерции. Федеральный закон РФ об электронной торговле. |
| 4 | Планирование и организация электронного бизнеса | Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса. Структурированная процесс-модель "бизнес-контент-менеджмент". Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы. Структура информационной платформы электронных предприятий. |
| 5 | Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет | Классификация предпринимательской деятельности Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность. Внутрифирменное предпринимательство. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам. Типовая схема систем Business-to-Consumer. Типовой вариант сайта Интернет-магазина. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта. Функции управления фронт-офисом интернет-магазина. Международные классификаторы, используемые в системах электронной коммерции. Подразделения электронного бизнеса несетевых компаний. Корпоративные сайты. Модели бизнеса В2В. Системы управления закупками (e-procurement). Системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM – системы). Системы управления продажами (е-distribution). Системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-системы) |
| 6 | Особенности продажи товаров и предоставления услуг по категориям товаров и услуг | Электронные предприятия, предоставляющие информационные товары и услуги. Электронные предприятия, специализирующиеся на оказании финансовых услуг. Виды предприятий рекламного бизнеса в Интернет. Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса. Туристический бизнес в Интернет. Интернет-страхование. Аукционы и конкурсы в Интернет. Интернет-рекрутинг. Сервисы связи и организации общения. Формы организации сервисов. Интернет-инкубаторы. Венчурные инкубаторы. |
| 7 | Место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании. Реклама в Интернет | Место Интернет-маркетинга в маркетинговом плане компании. Схемы коммуникаций в интернет-маркетинге. Достижимость целевой группы и достижимость коммуникации. Определение целевой аудитории, особенности определения целевой аудитории в Интернет. Методика определения целевой аудитории и поиска ее в Интернет. Виды целевой аудитории в Интернет. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования. Методика составления семантического ядра. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования. Оптимизация сайта для поисковых систем. Связи с общественностью. Вирусный маркетинг. Адвергейминг. Взаимосвязь целевой аудитории и типа рекламной кампании, используемых рекламных инструментов. |
| 8 | Методы медиапланирования в Интернет | Методы медиапланирования в Интернет. Прецендентное медиапланирование, аудиторное медиапланирование. Инструменты для медиапланирования, сводные таблицы, данные исследований. Таргетинг рекламы, виды таргетинга. Системы управления рекламой Сервисы управления рекламой. |
| 9 | Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет | Методики измерения в Интернет. Инструменты измерения в Интернет. Ценовые модели размещения рекламы. Схема анализа эффективности рекламы в Интернет. Анализ эффективности других маркетинговых действий в Интернет. Исследование эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций. |
| 10 | Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса | Структура затрат предприятий электронного бизнеса. Доходная часть предприятий электронного бизнеса. Методики мониторинга функционирования предприятий электронного бизнеса. Программные средства тестирования web-узлов. Модель с обратной связью, ее использование при оценке эффективности предприятий электронного бизнеса. |

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения (5 семестр)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование**  **раздела дисциплины** | **Л** | **ПЗ** | **ЛР** | **СРС** |
| 1 | Информационные компьютерные технологии и их роль в становлении и развитии электронного бизнеса | 3 | 1 | --- | 3 |
| 2 | Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности | 3 | 1 | --- | 3 |
| 3 | Правовые аспекты электронного бизнеса | 3 | 2 | --- | 3 |
| 4 | Планирование и организация электронного бизнеса | 5 | 2 | --- | 5 |
| 5 | Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет | 3 | 2 | --- | 3 |
| 6 | Особенности продажи товаров и предоставления услуг по категориям товаров и услуг | 3 | 2 | --- | 3 |
| 7 | Место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании. Реклама в Интернет | 3 | 2 | --- | 3 |
| 8 | Методы медиапланирования в Интернет | 3 | 2 | --- | 3 |
| 9 | Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет | 5 | 2 | --- | 5 |
| 10 | Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса | 5 | 2 | --- | 5 |
|  | Итого | 36 | 18 | --- | 36 |

**6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование раздела** | **Перечень учебно-методического обеспечения** |
| 1 | Информационные компьютерные технологии и их роль в информационном обществе | 1. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/53881/> 2. Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485> |
| 2 | Интернет как среда ведения предпринимательской деятельности | Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485> |
| 3 | Правовые аспекты электронного бизнеса | 1. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/53881/> 2. Куняев Н. Н. [Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот](http://ibooks.ru/reading.php?productid=29403),  М.: Логос, 2013 . - 452 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=29403> |
| 4 | Планирование и организация электронного бизнеса | Бубнова Г. В., Дроздова И. И. и др. [Информационный менеджмент и электронная коммерция на транспорте](http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900). Москва:  УМЦ ЖДТ, 2013. - 463 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900> |
| 5 | Концепция и модели предпринимательской деятельности в Интернет | 1. Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485> 2. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/53881/> |
| 6 | Особенности продажи товаров и предоставления услуг по категориям товаров и услуг | 1. Ветитнев, А.М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 161 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69235> 2. Епишкин И.А. Электронная коммерция на железнодорожном транспорте, УМЦ ЖДТ (Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте): 2010. - 161 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/35786/> |
| 7 | Место интернет-маркетинга в общем маркетинге компании. Реклама в Интернет | 1. Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485> 2. Бубнова Г. В., Дроздова И. И. и др. [Информационный менеджмент и электронная коммерция на транспорте](http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900). Москва:  УМЦ ЖДТ, 2013. - 463 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900> 3. Ветитнев, А.М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 161 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69235> 4. Епишкин И.А. Электронная коммерция на железнодорожном транспорте, УМЦ ЖДТ (Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте): 2010. - 161 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/35786/> |
| 8 | Методы медиапланирования в Интернет | Лихтенштейн В.Е. Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро- и макроэкономике [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Е. Лихтенштейн, Г.В. Росс. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 512 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/69177/#1> |
| 9 | Анализ эффективности маркетинга и рекламы в Интернет | Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485> |
| 10 | Эффективность функционирования предприятий электронного бизнеса | 1. Бубнова Г. В., Дроздова И. И. и др. [Информационный менеджмент и электронная коммерция на транспорте](http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900). Москва:  УМЦ ЖДТ, 2013. - 463 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900> 2. Епишкин И.А. Электронная коммерция на железнодорожном транспорте, УМЦ ЖДТ (Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте): 2010. - 161 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/35786/> |

**7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлен отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, нормативно-правовой документации и других изданий, необходимых для освоения дисциплины**

8.1. Перечень основной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

1. Бубнова Г. В., Дроздова И. И. и др. [Информационный менеджмент и электронная коммерция на транспорте](http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900). Москва:  УМЦ ЖДТ, 2013. - 463 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=339900>
2. Ветитнев, А.М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Ашкинадзе. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 161 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=69235>
3. Денисова А.Л. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм, Т.М. Уляхин, А.В. Гуськов. – Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 88с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/074/80074/60485>

8.2. Перечень дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

1. Баин А.М. Автоматизированные информационные системы электронных бизнес-отношений. М.: Финансы и статистика, 2009. - 208 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/53881/>
2. Куняев Н. Н. [Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот](http://ibooks.ru/reading.php?productid=29403),  М.:  Логос, 2013 . - 452 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=29403>
3. Епишкин И.А. Электронная коммерция на железнодорожном транспорте, УМЦ ЖДТ (Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте): 2010. - 161 с. [Электронный ресурс], Режим доступа: <http://e.lanbook.com/view/book/35786/>
4. Лихтенштейн В.Е. Информационные технологии в бизнесе. Практикум: применение системы Decision в микро- и макроэкономике [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Е. Лихтенштейн, Г.В. Росс. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 512 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/69177/#1>

8.3. Перечень нормативно-правовой документации, необходимой для освоения дисциплины

При освоении данной дисциплины нормативно-правовая документация не используется.

8.4 Другие издания, необходимые для освоения дисциплины

При освоении данной дисциплины другие издания не используются.

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

1. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://e.lanbook.com/
2. Архив интернет-библиотеки издательского дома «Дело и сервис» по теме «Маркетинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dis.ru/library/507/>
3. Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://window.edu.ru>
4. Электронная библиотека экономической и деловой литературы [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aup.ru/library/

**10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины с помощью учебно-методического обеспечения, приведенного в разделах 6, 8 и 9 рабочей программы.
2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем (см. фонд оценочных средств по дисциплине).
3. По итогам текущего контроля по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. фонд оценочных средств по дисциплине).

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

* технические средства (компьютерная техника, наборы демонстрационного оборудования);
* методы обучения с использованием информационных технологий (демонстрация мультимедийных материалов);
* электронная образовательная среда Петербургского государственного университета путей сообщения Императора Александра I [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://sdo.pgups.ru;
* программное обеспечение:

Microsoft Windows 7;

Microsoft Office Professional 2013.

**12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

* учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
* помещения для самостоятельной работы;
* помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, хранящиеся на электронных носителях и обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Разработчик программы,  доцент  «01» марта 2016 г. | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | А.И. Гончаров |