

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.09.2022 17:44:44

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfd603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Факультет экономики и управления

Кафедра «Управление и бизнес-информатика»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление электронным предприятием

Направление подготовки

38.04.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника

Магистр

Для всех

форм обучения

Симферополь 2022

АННОТАЦИЯ	
Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02	Управление электронным предприятием
Цель изучения дисциплины	Формирование у обучающихся знаний, умений и навыков по руководству проектированием, разработкой, внедрением, эксплуатацией технологической инфраструктуры, планированию и организации деятельности электронных предприятий и подразделений электронного бизнеса несетевых компаний
Место дисциплины в структуре ОПОП	Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. «Дисциплины (модули)» программы магистратуры
Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины	ПК-2
Содержание дисциплины	Тема 1. Понятие, виды и структура электронного предприятия. Тема 2. Создание, функционирование и управление электронным предприятием. Тема 3. Моделирование деятельности электронного предприятия. Тема 4. Автоматизация управления электронным предприятием Тема 5. Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия. CRM-система электронного предприятия
Общая трудоемкость дисциплины	Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов)
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Содержание

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотношенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
5. Контроль качества освоения дисциплины	12
6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины	12
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	13
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	13
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	14
11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	15
Приложение 2 Критерии оценивания для ФОС	22

1. Цель и перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы магистратуры

Целью изучения дисциплины «Управление электронным предприятием» является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков по руководству проектированием, разработкой, внедрением, эксплуатацией технологической инфраструктуры, планированию и организации деятельности электронных предприятий и подразделений электронного бизнеса несетевых компаний

В результате освоения ОПОП магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты Освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2	Способен руководить проектированием, разработкой, внедрением, эксплуатацией технологической инфраструктуры, планированием и организацией деятельности электронных предприятий и подразделений электронного бизнеса несетевых компаний	ПК-1.1 Знает методы и инструменты создания и развития электронного предприятия ПК-1.2 Умеет управлять электронным предприятием и подразделением электронного бизнеса несетевых компаний ПК-1.3 Владеет приемами проектирования, разработки, внедрения, эксплуатации технологической инфраструктуры, планирования и организации деятельности электронных предприятий и подразделений электронного бизнеса несетевых компаний

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Управление электронным предприятием» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1.«Дисциплины (модули)» учебного плана ОПОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика. Дисциплина «Управление электронным предприятием» изучается обучающимися очной формы обучения в 4 семестре, заочной формы обучения – в 4 семестре.

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются параллельно в процессе изучения дисциплин: «Теория систем и системный анализ», «Бизнес-моделирование и интернет-предпринимательство».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Управление электронным предприятием» будут необходимы для углубленного и осмысленного восприятия дисциплин: «Современная цифровая экономика», «Современные технические средства информатизации бизнеса».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 6 зачетных единиц (з.е.), 216 академических часов.

3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц 216 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	216
Контактная работа	52
Аудиторная работа(всего):	52
Лекции	10
Семинары, практические занятия	42
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	128
Курсовая работа	-
Зачет	-
Экзамен	36

Для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц 216 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	216
Контактная работа	10
Аудиторная работа(всего):	10
Лекции	2
Семинары, практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	200
Курсовая работа	-
Зачет с оценкой	-
Экзамен	6

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ темы	Наименование темы	Всего		Количество часов		
		ОФО	ОЗФО	Контактная работа		Внеаудит. работа Самост.
				Лекции	Практичес	

			кие				работа		
			ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	
1.	Понятие, виды и структура электронного предприятия	32	32	2	2	10	2	20	28
2.	Создание, функционирование и управление электронным предприятием	42	42	2		10	2	30	40
3.	Моделирование деятельности электронного предприятия	34	34	2		8	2	24	32
4.	Автоматизация управления электронным предприятием	32	48	2		8	2	22	46
5.	Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия. CRM-система электронного предприятия	40	54	2		6		32	54
	Всего по дисциплине	180	210	10	2	42	8	128	200
	Контроль	36	6						
	Итого	216	216	10	2	42	8	128	200

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам(разделам)

Тема 1. Понятие, виды и структура электронного предприятия.

Цели и задачи курса. Основные цели и задачи создания электронных предприятий и компонент электронного бизнеса несетевых предприятий. Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет. Проблемы и направления исследований в области поиска новых методов управления электронными предприятиями и расширения сферы их деятельности. Инновации в электронном предпринимательстве.

Интернет-коммерция (i-Commerce), телевизионная коммерция (t-Commerce), (Мобильная коммерция) m-Commerce.

Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деятельности. B2B (Business-to-Business, бизнес-бизнес или бизнес-партнёр). B2C (Business-to-Consumer, бизнес-потребитель). B2A (Business-to-Administration, бизнес-администрация), C2A (Consumer-to-Administration, потребитель-администрация), C2C (Consumer-to-Consumer, потребитель-потребитель).

Тема 2. Создание, функционирование и управление электронным предприятием.

Формирование концепции предприятия. Основные процессы электронных предприятий. Анализ и моделирование бизнес-процессов несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность. Анализ возможности реализации бизнес-процессов в электронной среде. Фронт-офис и бэк-офис электронного предприятия. Персонал электронного предприятия.

Этапы создания электронного предприятия.

Планирование предпринимательской деятельности. Управление финансами предприятия. Особенности финансового менеджмента в электронных предприятиях. Основные подходы к оценке стоимости электронных предприятий. Управление маркетинговой деятельностью электронного предприятия. Особенности интернет-

маркетинга. Бизнес-планирование в интернет-компании. Основные компоненты управления электронным предприятием. Производство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Кадры. Научные исследования и конструкторские разработки. Финансы.

Маркетинг-менеджмент в системе управления электронным предприятием. Маркетинговые и рекламные стратегии на глобальном электронном рынке.

Методы формирования потребительской аудитории.

Важность измерения потребительской аудитории на глобальном рынке. Анализ поставщиков и партнеров. Используемые оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории.

Методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории. Сегментация потребительской аудитории.

Тема 3. Моделирование деятельности электронного предприятия

Цели и задачи моделирования деятельности предприятия. Управленческие задачи, решаемые с использованием моделирования. Технологии компьютерного моделирования. Имитационное моделирование. Моделирование системной динамики.

Комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования.

Моделирование на основе когнитивных карт при стратегическом управлении электронным предприятием. Особенности задач управления предприятием (СЭС) и методов их решения в различных условиях: определенности, предсказуемости – нестабильности, неопределенности на различном уровне: тактическом – стратегическом. Цикл формирования управленческих решений при решении сложных, слабоструктурированных проблем управления СЭС. О подходах к решению таких проблем (системный (мягкий), когнитивный) и основных научных школах, развивающих методы решения сложных проблем. Место методов качественного (когнитивного) моделирования при решении таких проблем, особенности этапа структуризации знаний субъектов при их решении. Суть их использования в цикле формирования управленческих решений.

Требования к технологиям поддержки решения сложных проблем. О роли экспертов в формировании управленческих решений: типология ошибок и преимущества против количественных подходов. Практика применения современных информационных технологий: проблемы, перспективы.

Обзор применяемых в России и за рубежом современных моделей и методов на основе слабоформализованных и формальных когнитивных карт. Особенности задач, решаемых на их основе в цикле формирования управленческих решений. Методы и проблемы построения когнитивных карт и особенности использования информационных технологий в этом процессе. Модели и методы решения проблем на основе когнитивных карт (структурно-целевой анализ, анализ конфликтов, SWOT-анализ, сценарное моделирование, решение обратных задач, аналитические методы). Применение когнитивных карт в системах поддержки решения задач государственного управления (ситуационных центров, информационно-аналитических систем).

Тема 4. Автоматизация управления электронным предприятием

Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM. Торгово-закупочные B2B системы. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B.

Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах. Смарт-карты. Системы управления счетом. Электронные наличные. Интернет-банкинг. Электронные деньги.

Доставка товаров. Доставка информационного товара. Курьерская доставка. Сдача-приемка товаров. Доставка почтой. Организация собственной службы доставки.

Тема 5. Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия. CRM-система электронного предприятия.

Система сбыта электронного предприятия. Бизнес-процессы электронного предприятия, поддерживающие сбыт товаров и услуг.

Процесс работы с клиентами предприятия. Методы и модели взаимодействия персонала предприятия с потребителем

CRM-системы. Виды CRM-систем. Обзор существующих продуктов для создания CRM-систем электронных предприятий. Основные функции CRM-систем: управление контактами; организация рабочих групп и распределение ролей для работы с клиентами; планирование маркетинговых мероприятий и кампаний; поддержка презентаций и подготовка брошюр и коммерческих предложений; поддержка каталогов продукции; подбор конфигурации товаров и сложных заказов; поддержка встречных продаж; управление прохождением заявки и согласованием условий сделки; маркетинговые энциклопедии; оформление договоров, счетов, ведомостей, накладных; исполнение обязательств обеими сторонами; анализ результативности маркетинга; статистика и прогноз; генерация послепродажной активности; расчет вознаграждений сотрудников по результатам продаж; репликация и синхронизация с базами данных и системами управления складированием и доставкой; интеграция с ERP-системой предприятия.

4.3.Содержание практических занятий (очная форма обучения)

Практическое занятие 1-2. Планирование и организация электронного предприятия. (4 часа)

1. Основные цели и задачи создания электронных предприятий и компонент электронного бизнеса несетевых предприятий.
2. Тенденции и динамика роста и развития предпринимательства в среде Интернет.
3. Инновации в электронном предпринимательстве.

Практическое занятие 3. Характеристики электронного бизнеса (2 часа)

1. Интернет-коммерция (i-Commerce),
2. телевизионная коммерция (t-Commerce),
3. (Мобильная коммерция) m-Commerce.

Практическое занятие 4-5. Типы электронных предприятий (4 часа)

1. Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деятельности.
2. B2B (Business-to-Business, бизнесбизнес или бизнес-партнёр).
3. B2C (Business-to-Consumer, бизнеспотребитель).
4. B2A (Business-to-Administration, бизнес-администрация),
5. C2A (Consumer-to-Administration, потребитель-администрация),
6. C2C (Consumerto-Consumer, потребитель-потребитель).

Практическое занятие 6. Основные процессы электронных предприятий.. (2 часа)

1. Основные процессы электронных предприятий.
2. Анализ и моделирование бизнес-процессов несетевого предприятия, осуществляющего аналогичную деятельность.
3. Анализ возможности реализации бизнес-процессов в электронной среде.

Практическое занятие 7. Этапы создания электронного предприятия (2 часа)

1. Этапы создания электронного предприятия

Разработка проекта сайта для электронного предприятия.

Практическое занятие 8. Бизнес-планирование в Интернет-компании. (2 часа)

1. Бизнес-планирование в Интернет-компании. Основные компоненты управления электронным предприятием. Производство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Финансы.
2. Кадры.
3. Научные исследования и конструкторские разработки.

Практическое занятие 9-10. Методы формирования потребительской аудитории. (4 часа)

1. Анализ поставщиков и партнеров. Используемые оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории.
2. Методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории.
3. Сегментация потребительской аудитории.

Практическое занятие 11-12. Комплексное моделирование деятельности предприятия (4 часа)

1. Управленческие задачи, решаемые с использованием моделирования.
2. Технологии компьютерного моделирования. Имитационное моделирование. Моделирование системной динамики.
3. Комплексное моделирование деятельности предприятия. Ситуационное управление электронным предприятием на основе технологий компьютерного моделирования.

Практическое занятие 13-14. Моделирование на основе когнитивных карт при стратегическом управлении электронным предприятием (4 часа)

1. Моделирование на основе когнитивных карт при стратегическом управлении электронным предприятием. Особенности задач управления предприятием (СЭС) и методов их решения в различных условиях.
2. Место методов качественного (когнитивного) моделирования при решении таких проблем, особенности этапа структуризации знаний субъектов при их решении.
3. О роли экспертов в формировании управленческих решений: типология ошибок и преимущества против количественных подходов. Практика применения современных информационных технологий: проблемы, перспективы.

Практическое занятие 15-16. Создание системы автоматизации управления ресурсами электронных предприятий (4 часа)

1. Системы автоматизации управления ресурсами предприятия в управлении электронными предприятиями: MRP, MRPII, ERP, CSRP, ECM.
2. Создание системы автоматизации управления ресурсами электронных предприятий

Практическое занятие 17. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B. (2 часа)

1. Торгово-закупочные B2B системы.
2. Автоматизация основных процессов электронной торговли в секторе B2B.

Практическое занятие 18. Электронные системы взаиморасчетов. (2 часа)

1. Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах.
2. Смарт-карты. Системы управления счетом. Электронные наличные. Интернет-банкинг. Электронные деньги.

Практическое занятие 19. Взаимодействием с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия. (2 часа)

1. Система сбыта электронного предприятия. Бизнес-процессы электронного предприятия, поддерживающие сбыт товаров и услуг.
2. Процесс работы с клиентами предприятия. Методы и модели взаимодействия персонала предприятия с потребителем

Практическое занятие 20-21. Создание CRM-систем электронных предприятий (4 часа)

1. CRM-системы. Виды CRM-систем. Обзор существующих продуктов для создания CRM-систем электронных предприятий. Основные функции CRM-систем
2. Создание CRM-систем электронных предприятий

4.4. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Понятие, виды и структура электронного предприятия

Интернет-коммерция (i-Commerce), телевизионная коммерция (t-Commerce), (Мобильная коммерция) m-Commerce.

Типы электронных предприятий по моделям взаимоотношений между субъектами и объектами предпринимательской деятельности. B2B (Business-to-Business, бизнесбизнес или бизнес-партнёр). B2C (Business-to-Consumer, бизнеспотребитель). B2A (Business-to-Administration, бизнес-администрация), C2A (Consumer-to-Administration, потребитель-администрация), C2C (Consumerto-Consumer, потребитель-потребитель).

Тема 2. Создание, функционирование и управление электронным предприятием

Планирование предпринимательской деятельности. Управление финансами предприятия. Особенности финансового менеджмента в электронных предприятиях. Основные подходы к оценке стоимости электронных предприятий. Управление маркетинговой деятельностью электронного предприятия. Особенности интернет-маркетинга. Бизнес-планирование в интернет-компаниях. Основные компоненты управления электронным предприятием. Производство. Снабжение и сбыт. Управление запасами. Техобслуживание оборудования. Послепродажное обслуживание произведенной продукции. Кадры. Научные исследования и конструкторские разработки. Финансы.

Маркетинг-менеджмент в системе управления электронным предприятием. Маркетинговые и рекламные стратегии на глобальном электронном рынке.

Методы формирования потребительской аудитории.

Важность измерения потребительской аудитории на глобальном рынке. Анализ поставщиков и партнеров. Используемые оценки потребительской аудитории. Жизненный цикл потребителя. Методы сбора статистических данных о потребительской аудитории.

Методы и инструментальные средства измерения потребительской аудитории. Сегментация потребительской аудитории.

Тема 3. Моделирование деятельности электронного предприятия

Требования к технологиям поддержки решения сложных проблем. О роли экспертов в формировании управленческих решений: типология ошибок и преимущества против

количественных подходов Практика применения современных информационных технологий: проблемы, перспективы.

Обзор применяемых в России и за рубежом современных моделей и методов на основе слабоформализованных и формальных когнитивных карт. Особенности задач, решаемых на их основе в цикле формирования управленческих решений. Методы и проблемы построения когнитивных карт и особенности использования информационных технологий в этом процессе. Модели и методы решения проблем на основе когнитивных карт (структурно-целевой анализ, анализ конфликтов, SWOT-анализ, сценарное моделирование, решение обратных задач, аналитические методы). Применение когнитивных карт в системах поддержки решения задач государственного управления (ситуационных центров, информационно-аналитических систем).

Тема 4. Автоматизация управления электронным предприятием

Электронные системы взаиморасчетов. Пластиковые карты. Виды систем, основанных на пластиковых картах. Смарт-карты. Системы управления счетом. Электронные наличные. Интернет-банкинг. Электронные деньги.

Доставка товаров. Доставка информационного товара. Курьерская доставка. Сдача-приемка товаров. Доставка почтой. Организация собственной службы доставки.

Тема 5. Взаимодействие с потребителем продуктов и услуг электронного предприятия. CRM-система электронного предприятия

Обзор существующих продуктов для создания CRM-систем электронных предприятий. Основные функции CRM-систем: управление контактами; организация рабочих групп и распределение ролей для работы с клиентами; планирование маркетинговых мероприятий и кампаний; поддержка презентаций и подготовка брошюр и коммерческих предложений; поддержка каталогов продукции; подбор конфигурации товаров и сложных заказов; поддержка встречных продаж; управление прохождением заявки и согласованием условий сделки; маркетинговые энциклопедии; оформление договоров, счетов, ведомостей, накладных; исполнение обязательств обеими сторонами; анализ результативности маркетинга; статистика и прогноз; генерация послепродажной активности; расчет вознаграждений сотрудников по результатам продаж; репликация и синхронизация с базами данных и системами управления складированием и доставкой; интеграция с ERP-системой предприятия.

5. Контроль качества освоения дисциплины

Текущий контроль и промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Автономной некоммерческой организации «Образовательная организация высшего образования» «Университет экономики и управления».

Вид промежуточной аттестации – экзамен. Форма проведения промежуточной аттестации – письменный экзамен.

Оценочные средства по дисциплине приведены в Приложении 1.

Критерии оценивания для ФОС приведены в Приложении 2.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Сизова, О. В. Управление электронным предприятием : учебное пособие / О. В. Сизова, О. П. Смирнова. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 143 с. — ISBN 978-5-4497-0209-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83659.html> (дата обращения: 11.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература:

1. Леонов, С. А. Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия : учебное пособие / С. А. Леонов, Ю. А. Попов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 86 с. — ISBN 978-5-7937-1809-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102898.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102898>
2. Михеев, А. Г. Процессное управление на свободном программном обеспечении / А. Г. Михеев. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 230 с. — ISBN 978-5-4486-0518-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79716.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Звягинцев, С. А. Бизнес с нуля. Как заявить о себе на рынке? : практическое пособие / С. А. Звягинцев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 125 с. — ISBN 978-5-394-04003-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99363.html> (дата обращения: 11.06.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Информационно-правовой портал «Гарант»: официальный сайт. — URL: <http://www.garant.ru> — Текст: электронный.
2. Цифровой образовательный ресурс «IPRsmart»: официальный сайт. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/> — Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека «elibrary.ru»: официальный сайт. — URL: <http://www.elibrary.ru> — Текст: электронный.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, семинарских (практических) занятий, самостоятельной работе обучающихся применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения обучающихся в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и обучающиеся) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

- творческое задание. Выполнение творческих заданий требует от обучающегося воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода;

- групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

В ходе освоения дисциплины при проведении контактных занятий используются следующие формы обучения, способствующие формированию компетенций: лекции-дискуссии; кейс-метод; решение задач; ситуационный анализ; обсуждение рефератов и докладов; разработка групповых проектов; встречи с представителями государственных и общественных организаций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

*программы, обеспечивающие доступ к «Интернет» (например, «Googlechrome»);

*программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows MediaPlayer»);

*программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»).

*табличный процессор (например, «Microsoft Excel»).

11. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала, мультимедийные проекторы Epson, BenqViewSonic; экраны для проекторов; ноутбуки Asus, Lenovo, микрофоны.