

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления и территориального развития



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины
Электронная коммерция ФТД.ф.11

Специальность: 080111.65 - Маркетинг
Специализация: Маркетинг в сфере услуг
Квалификация выпускника: Маркетолог
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский

Автор(ы):

Сайдашева В.А.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления и территориального развития:

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2013

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Сайдашева В.А. кафедра маркетинга. коммерции и предпринимательства отделение менеджмента и маркетинга ,
Venera.Sajdasheva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса - дать студентам базовую подготовку по технологиям электронной коммерции и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " ФТД.ф.11 Факультативы" основной образовательной программы 080111.65 Маркетинг и относится к факультативу. Осваивается на 5 курсе, 9 семестр.

Изучению дисциплины "Электронная коммерция" предшествует освоение следующих дисциплин: "Маркетинг", "Производственный менеджмент", "Менеджмент рекламы".

Знания, полученные в процессе изучения данного курса, будут использованы для освоения таких дисциплин, как "Коммерческая деятельность", "Поведение потребителя", "Маркетинговые коммуникации", "Международный маркетинг", "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|------------------|---|
| ц 1 | исследования для решения задач, связанных процессами анализа, прогнозирования, моделирования и создания информационных процессов, технологий в рамках профессионально-ориентированных информационных систем |
| ц 2 | автоматизированное решение прикладных задач; создание новых конкурентоспособных информационных технологий и систем |
| ц 3 | информационное обеспечение прикладных процессов; внедрение, адаптация, настройка и интеграция проектных решений по созданию информационных систем, сопровождению и эксплуатации современных информационных систем |
| ц 4 | организационно-управленческой деятельности при выполнении междисциплинарных проектов в профессиональной области, в том числе в интернациональном коллективе, умение работать в команде |
| ц 5 | самообучение и непрерывное профессиональное самосовершенствование |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- современные тенденции развития информатики и вычислительной техники, компьютерных технологий;

- принципы создания баз данных и способы использования новых информационных технологий обработки данных;
- модели электронной коммерции и формы их организации,
- виды электронных платежных систем,
- принципы и особенности маркетинга и рекламы в сети Интернет,
- риски электронной коммерции и способы их предотвращения

2. должен уметь:

- пользоваться понятийным аппаратом и современными средствами информационных технологий электронной коммерции;
- осуществлять поиск, сбор и систематизацию информации в сети Интернет, работу с программным обеспечением электронной коммерции;
- использовать средства новых информационных технологий, программного обеспечения и общих подходов при организации бизнеса в Интернет

3. должен владеть:

- навыками поиска, сбора и систематизации информации в сети Интернет, работы с программным обеспечением электронной коммерции;
 - навыками осуществления покупок в системе Интернет
- использовать современные технологии в сфере коммерческой деятельности, как основу для построения новой формы коммерческих отношений - электронной коммерции.
- организовать операции купли-продажи в области электронной коммерции и осуществлять коммерческую деятельность в рамках новой парадигмы информационного экономического сообщества, как основы современной экономики.
- использовать средства вычислительной техники, программного обеспечения и общие методические подходы к организации процесса коммерческой деятельности в глобальном информационном пространстве.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 64 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 9 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю **Тематический план дисциплины/модуля**

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|---|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции | 9 | 1 | 2 | 2 | 0 | дискуссия |
| 2. | Тема 2. Классификация и построение бизнес-моделей электронной коммерции | 9 | 2 | 2 | 2 | 0 | презентация |
| 3. | Тема 3. Формирование управляемых параметров коммерческих операций в секторе B2C | 9 | 3 | 2 | 2 | 0 | контрольная работа |
| 4. | Тема 4. Организация розничной торговли в системе Интернет | 9 | 4 | 2 | 2 | 0 | домашнее задание |
| 5. | Тема 5. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет | 9 | 5 | 2 | 2 | 0 | научный доклад |
| 6. | Тема 6. Модель B2B в электронной коммерции | 9 | 6 | 2 | 2 | 0 | |
| 7. | Тема 7. Безопасность электронного бизнеса | 9 | 7 | 2 | 2 | 0 | презентация |
| 8. | Тема 8. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции | 9 | 8 | 2 | 2 | 0 | устный опрос |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 9 | | 0 | 0 | 0 | зачет |
| | Итого | | | 16 | 16 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие коммерческой деятельности и ее субъектов. Коммерческая деятельность в системе Интернет, как альтернативный канал распределения. Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие коммерческой деятельности и ее субъектов. Коммерческая деятельность в системе Интернет, как альтернативный канал распределения. Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции. Факторы развития электронной коммерции.

Тема 2. Классификация и построение бизнес-моделей электронной коммерции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Сущность и содержание понятия ?бизнес-модели? в электронной коммерции. Виды взаимодействующих сторон электронной коммерции, положенные в основу классификации бизнес-моделей. Бизнес-модели для решения задач сбыта и материально-технического снабжения. Преимущества и недостатки использования бизнес-модели определенного типа. Разработка модели структур данных, определяющей перечень и форматы документов, сопровождающих процессы в компании. Создание системы справочников, на основании которых формируются пакеты необходимых документов и отчетов.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Сущность и содержание понятия ?бизнес-модели? в электронной коммерции. Виды взаимодействующих сторон электронной коммерции, положенные в основу классификации бизнес-моделей. Разработка модели структур документов, сопровождающих процессы в компании. Создание системы справочников для формирования пакета необходимых документов и отчетов.

Тема 3. Формирование управляемых параметров коммерческих операций в секторе B2C

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цель коммерческих операций в секторе B2C. Сущность и содержание коммерческих операций, осуществляемых в секторе B2C. Ценообразование в электронной коммерции. Конкуренция и политика ведения конкурентной борьбы в секторе B2C. Налогообложение, проблемы его регулирования и торговая политика электронной коммерции коммерческих операций в секторе B2C. Использование трудовых ресурсов и рынка труда.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Цель и составляющие коммерческих операций в секторе B2C. Сущность коммерческих операций, осуществляемых в секторе B2C. Ценообразование в электронной коммерции. Конкуренция и политика ведения конкурентной борьбы в секторе B2C. Налогообложение, его регулирование и политика коммерческих операций в секторе B2C. Принципы использования трудовых ресурсов и рынка труда.

Тема 4. Организация розничной торговли в системе Интернет

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Содержание понятия "интернет-магазин" и его основные преимущества. Недостатки "интернет-магазина", необходимость их учета в электронной коммерции. Бизнес-модели "чистой" интернет-торговли. Интернет-подразделение офлайновой торговой компании. Модель ограниченной индивидуализации. Сбор предварительных заказов. Виртуальный аукцион. Классификация моделей розничной интернет-торговли по степени автоматизации торгово-технологических процессов. Основные функции и структурные разделы сайта интернет-магазина.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основные функции интернет-магазина. Информационные атрибуты web-сайта ?виртуального магазина?. Этапы технологии продаж в торговом зале интернет-магазина. Розничная интернет-торговля в России: состояние, тенденции, проблемы и перспективы развития.

Тема 5. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Содержание понятия ?оплата товаров? в системе Интернет. Технологии электронных платежей. Механизмы оплаты в системе Интернет, их характеристики. Платежные системы Интернета: основные требования и разновидности. Дебетовые системы. Кредитные системы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Содержание понятия ?оплата товаров? в системе Интернет. Технологии электронных платежей. Механизмы оплаты в системе Интернет, их характеристики. Платежные системы Интернета: основные требования и разновидности. Дебетовые системы. Электронный эквивалент бумажных чеков. Достоинства и недостатки. Цифровые наличные. Аналог наличных денег. Использование ?слепого подписи?. Возможность оплаты вне банковских сетей. Пригодность для микроплатежей. Кредитные системы. Расчеты с использованием кредитных карточек. Условия проведения платежей в системе Интернет. Факторы, влияющие на внедрение платежных систем в Интернет. Системы электронных платежей в России, их достоинства и недостатки, тенденции и перспективы развития. Сущность и особенности виртуальных аукционов, их отличия от традиционных видов деятельности. Задачи и функции виртуальных аукционов. Принципы классификации и виды виртуальных аукционов. Разновидности аукционов в системе Интернет: обычный (абсолютный) аукцион, публичный аукцион, приватный аукцион, тихий аукцион, аукцион с минимальной ценой, аукцион с зарезервированной ценой, датский аукцион. Участники аукциона. Регистрация покупателя. Рекомендации относительно товаров для аукционной торговли в системе Интернет.

Тема 6. Модель B2B в электронной коммерции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Факторы, повышающие эффективность осуществления бизнес-операций. Пути повышения экономического эффекта от посредников в сделках, совершаемых по модели B2B. Консолидация спроса и предложения через организационный обмен. Особенности построения бизнес-модели B2B.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Факторы, повышающие эффективность осуществления бизнес-операций. Повышение эффективности затрат за счет автоматизации сделок (транзакций). Организация закупок через систему Интернет. Развитие сектора B2B в России и факторы, на него влияющие.

Тема 7. Безопасность электронного бизнеса

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основы безопасности электронной коммерции. Факторы, влияющие на состояние безопасности электронной коммерции. Направления обеспечения безопасности ведения бизнеса методами электронной коммерции и их характеристика. Информационная безопасность и ее роль в обеспечении безопасности электронной коммерции. Безопасность электронных платежей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Основы безопасности электронной коммерции. Информационная безопасность и ее роль в обеспечении безопасности электронной коммерции. Интересы субъектов электронной коммерции в сфере обеспечения безопасности. Виды и источники угроз информационной безопасности. Методы обеспечения информационной безопасности электронного бизнеса. Комплексная система обеспечения информационной безопасности. Модель потенциального нарушителя. Объекты защиты. Основные способы и принципы защиты. Технические средства защиты информации от несанкционированного доступа: системы управления доступом; системы регистрации и учета; системы обеспечения целостности. Общие требования к средствам защиты. Безопасность электронных платежей.

Тема 8. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Состояние и проблемы правового регулирования. Законодательные документы, регулирующие электронную коммерцию. Понятие и назначение коммерческой информации. Проблемы правового регулирования информационной безопасности электронной коммерции. Состояние нормативной правовой базы, регламентирующей вопросы обеспечения информационной безопасности электронной коммерции. Практика формирования законодательства в области электронной коммерции за рубежом.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Законодательные документы, регулирующие электронную коммерцию. Понятие и назначение коммерческой информации. Права и обязанности обладателя коммерческой тайны. Практика формирования законодательства в области электронной коммерции за рубежом. Типовое соглашение об обмене для международного коммерческого использования электронного обмена данными.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|---|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции | 9 | 1 | подготовка к дискуссии | 4 | дискуссия |
| 2. | Тема 2. Классификация и построение бизнес-моделей электронной коммерции | 9 | 2 | подготовка к презентации | 4 | презентация |
| 3. | Тема 3. Формирование управляемых параметров коммерческих операций в секторе B2C | 9 | 3 | подготовка к контрольной работе | 4 | контрольная работа |
| 4. | Тема 4. Организация розничной торговли в системе Интернет | 9 | 4 | подготовка домашнего задания | 4 | домашнее задание |
| 5. | Тема 5. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет | 9 | 5 | подготовка научного доклада | 6 | научный доклад |
| 7. | Тема 7. Безопасность электронного бизнеса | 9 | 7 | подготовка к презентации | 6 | презентация |
| 8. | Тема 8. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции | 9 | 8 | подготовка к устному опросу | 4 | устный опрос |
| | Итого | | | | 32 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное устройство

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции

дискуссия , примерные вопросы:

Тема 2. Классификация и построение бизнес-моделей электронной коммерции

презентация , примерные вопросы:

Тема 3. Формирование управляемых параметров коммерческих операций в секторе B2C

контрольная работа , примерные вопросы:

Тема 4. Организация розничной торговли в системе Интернет

домашнее задание , примерные вопросы:

Тема 5. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет

научный доклад , примерные вопросы:

Тема 6. Модель B2B в электронной коммерции

Тема 7. Безопасность электронного бизнеса

презентация , примерные вопросы:

Тема 8. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции

устный опрос , примерные вопросы:

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Организационно-методологические аспекты формирования коммерческой деятельности в системе Интернет.
2. Коммерческая активность в электронном рыночном пространстве и факторы, ее определяющие.
3. Принципы организации и развития коммерческой деятельности предприятий в системе Интернет.
4. Особенности организации электронного бизнеса в секторе B2B.
5. Особенности электронной коммерции в секторе B2C.
6. Особенности электронной коммерции в секторе B2G.
7. Технология осуществления коммерческих сделок предприятиями в системе Интернет.
8. Влияние коммерческих сделок в системе Интернет на результативность коммерческого предприятия.
9. Риск в электронной коммерции и его распределение между сторонами договоров.
10. Характеристика и оценка, предлагаемого на сайте.
11. Услуги в системе Интернет: виды, содержание, затратный механизм, получение прибыли.
12. Методы и принципы проведения коммерческих сделок по закупке и продаже товаров в системе Интернет.
13. Формирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка в электронной коммерции.
14. Планирование и прогнозирование объема закупок и продаж товаров коммерческими предприятиями через систему Интернет.
15. Организационные аспекты закупок и товаров в сфере B2B через систему Интернет.
16. Организация складского хранения в электронной коммерции.
17. Организация доставки товаров со склада в электронной коммерции.
18. Логистические принципы организации электронной коммерции.
19. Сервисное обслуживание в электронной коммерции и перспективы его развития в современных условиях.
20. Организация и развитие электронных аукционов в условиях конкурентного рынка.

21. Организация и управление товароснабжением в электронной коммерции.
22. Организация и развитие оптовой торговли и перспективы ее развития через систему Интернет.
23. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в торговых сетях в России.
24. Оптовая торговля продовольственными товарами в системе Интернет и перспективы ее развития.
25. Организация и технология коммерческих операций на электронных аукционах.
26. Особенности электронной коммерции в сфере услуг.

7.1. Основная литература:

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и КО", 2011. - 496 с.
2. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие - М.: Дело, 2010. - 480 с.
3. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. - М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2013. - 240 с.
4. Соколова А.Н. Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. - М.: Открытые системы, 2010. - 224 с.
5. Соловенко Н. Компьютерные сделки и электронный оборот юридических документов // Компьютерная экономика. Т. 1. 2008. ♦ 5 июнь-июль.
6. Успенский И.В. Энциклопедия Интернет-бизнеса. - СПб.: Питер, 2009. - 432 с.
7. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. - СПб.: Питер, 2012. - 240 с. (Серия "Учебники для вузов")
8. Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. - М.: Вильямс, 2011. - 320 с.
9. Электронная коммерция: Учебное пособие / Под ред. Пирогова С.В. - М.: Издательский дом "Социальные отношения", издательство "Перспектива", 2008. - 428с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. - СПб.: Питер, 2011. - 336 с. (Серия "Учебники для вузов")
2. Волокитин А.В., Манюшкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.Л., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) - М.: НТЦ "ФИОРД-ИНФО", 2009. - 272 с.
3. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. - СПб.: Питер, 2011. - 240 с.
4. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. - Перевод с англ. Илайес Э. - СПб.: "ДиаСофт ЮП", 2012. - 608 с.
5. Козье Д. Электронная коммерция. - М.: Издательско-торговый дом "Русская редакция", 2009. - 288 с.
6. Мэт Хэйг Основы электронного бизнеса. - Перевод с англ. С. Косихина - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2012. - 208 с.
7. Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. Безопасность электронного бизнеса / Под ред. действительного члена РАЕН д.т.н., проф. Минаева В.А. - М.: Гелиос АРВ, 2012. - 432 с.
8. Саммер А. и Дункан Гр. E-COMMERCE. Электронная коммерция. Маркетинг: Пятая волна. М., 2007.

7.3. Интернет-ресурсы:

база данных - <http://art.thelib.ru/business/safety>
база данных - <http://business.admin.smolensk.ru>
база данных - <http://www.roche-duffay.ru/articles>
информационно-справочная система - www.garant.ru
поисковая система - www.rambler.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Электронная коммерция" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по специальности: 080111.65 "Маркетинг" и специализации Маркетинг в сфере услуг .

Автор(ы):

Сайдашева В.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Лист согласования

| N | ФИО | Согласование |
|---|--|--------------|
| 1 | Каленская Н. В. | Согласовано |
| 2 | Внимание! Согласующий на данном этапе не определен. Обратитесь в отдел внедрения, обучения и сопровождения ДИИС по тел. 233-73-30. | |
| 3 | Фазлыева Е. П. | |
| 4 | Чижанова Е. А. | |
| 5 | Соколова Е. А. | |
| 6 | Тимофеева О. А. | |