МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр заочного и дистанционного обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____ «___»_____20__г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Диджитал - маркетинг

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

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

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

4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

4.2. Содержание дисциплины (модуля)

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

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

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

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

13. Приложение №1. Фонд оценочных средств

14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Белобородова А.Л. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), ALBeloborodova@kpfu.ru ; доцент, к.н. Палякин Р.Б. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), roman.palyakin@yandex.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- формулирует понятие контент-маркетинга и его значение при решении профессиональных задач
- определяет этапы разработки и реализации маркетинговых цифровых технологий
- различает рекламные каналы в цифровой среде
- называет цели и задачи web-аналитики
- различает показатели эффективности маркетинговых информационных технологий при решении профессиональных задач

Должен уметь:

- использует маркетинговые информационные технологии по изученному шаблону
- анализирует корректность настройки рекламных инструментов в цифровой среде

Должен владеть:

- самостоятельно примененяет маркетинговых информационных инструментов при решении профессиональных задач
- составляет семантическое ядро сайта и формирует его структуру
- настраивает рекламные инструменты в цифровой среде

Должен демонстрировать способность и готовность:

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "ФТД.ДВ.01.09.02 Факультативные дисциплины" основной профессиональной образовательной программы 38.03.01 "Экономика (Экономика предприятий и организаций (реализация с применением дистанционных технологий))" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 10 часа(ов), практические занятия - 8 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 семестре.

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

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие диджитал-маркетинг. Место маркетинговой цифровой стратегии в иерархии стратегий организации	8	2	0	0	6
2.	Тема 2. Разработка стратегии диджитал-маркетинга	8	2	2	0	6
3.	Тема 3. Контент-маркетинг и его место в диджитал-стратегии	8	2	2	0	6
4.	Тема 4. Процесс создания сайтов	8	2	2	0	6
5.	Тема 5. Поисковая оптимизация сайта (SEO-оптимизация)	8	2	2	0	6
6.	Тема 6. Рекламные каналы в цифровой среде	8	0	0	0	6
7.	Тема 7. Формы и методы настройки контекстной рекламы. Рекламная кампания в РСЯ и КМС.	8	0	0	0	6
8.	Тема 8. Продвижение в социальных медиа	8	0	0	0	6
9.	Тема 9. Системы сбора статистики и web-аналитика	8	0	0	0	6
	Итого		10	8	0	54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие диджитал-маркетинг. Место маркетинговой цифровой стратегии в иерархии стратегий организации

Понятие, цели, возможности и перспективы digital-маркетинга.

Преимущества цифрового маркетинга.

Краткий сравнительный обзор инструментов интернет-маркетинга.

Выбор цифровых каналов продвижения.

Особенности интернет-аудитории.

Омниканальность.

Приемы и необходимость интеграции цифровых и офлайн каналов. Этапы построения digital-стратегии.

Место маркетинговой цифровой стратегии в иерархии стратегий организации.

Роль маркетинговой цифровой стратегии в обеспечении конкурентоспособности организации

Тема 2. Разработка стратегии диджитал-маркетинга

Задачи, которые решает менеджер по диджитал-маркетингу

Виды стратегий для разных брендов. Тактическое регулирование внутри стратегии

Полезные ресурсы для диджитал-маркетолога

Этапы разработки стратегии диджитал-маркетинга

Лидогенерерация: понятие, роль в стратегии диджитал-маркетинга, виды лидов и способы оплаты.

Тема 3. Контент-маркетинг и его место в диджитал-стратегии

Сегментация потребителей.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Составление портрета потребителя.
Создание эффективной контент-стратегии.
Методы генерации контента.
Виды и формы контента.
Правила создания продающего текста.
Работаем с текстом, как и что писать в тексте, чтобы люди покупали именно у вас.
Продающие тексты для социальных сетей.

Тема 4. Процесс создания сайтов

Краткий обзор конструкторов и CMS для создания сайтов.
Сравнительная характеристика конструкторов для создания сайтов.
Сравнительная характеристика систем управления сайтам (CMS)
Проектирование сайта.
Наполнение страниц сайта.
Usability сайта.
Подключение и настройка аналитики.
landing page - цель и правила создания.

Тема 5. Поисковая оптимизация сайта (SEO-оптимизация)

Понятие поискового продвижения, SEO-процесса.
Цели поисковой оптимизации.
Принцип работы поисковой системы.
Факторы ранжирования.
Внутренняя оптимизация сайта: техническая оптимизация, подбор ключевых слов, создание и оптимизация контента.
Внешняя оптимизация сайта с помощью наращивания ссылочной массы.
Санкции поисковых систем.
Сниппет: понятие, элементы, входящие в сниппет
Метатеги: title, description, keywords, заголовки h1...hn (назначение и правила составления)
Аналитика в SEO, основные KPI.

Тема 6. Рекламные каналы в цифровой среде

Краткий сравнительный обзор рекламных каналов в цифровой среде.
Поисковое продвижение
Контекстная реклама: поисковая и тематическая
Социальные сети (SMM продвижение)
Партнерские программы
Банерная и тизерная реклама
Таргетированная реклама
Медийная реклама
Мессенджеры как рекламный канал
E-mail маркетинг
и т.д.

Тема 7. Формы и методы настройки контекстной рекламы. Рекламная кампания в РСЯ и КМС.

Цели и KPI контекстной рекламы.
Основные этапы создания контекстной рекламной кампании.
Сбор ключевых запросов с помощью систем Wordstat, мультипликатора Воздух и программы Key Collector.
Структура рекламного аккаунта в Яндекс.Директ и Google Реклама.
Правила настройки поисковой контекстной рекламы в Яндекс.Директ
Правила настройки поисковой контекстной рекламы в Google Реклама
Запуск рекламы в РСЯ и КМС.
Ретаргетинг, ремаркетинг: понятие, назначение, правила настройки объявлений
Использование utm-меток.
Прогнозирование бюджета на рекламную кампанию.
Расчет эффективности контекстной рекламы

Тема 8. Продвижение в социальных медиа

Виды социальных сетей и блог-платформ.

Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях.

Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.

Правила оформления аккаунта и группы в социальных сетях.

Методы набора подписчиков.

Контент-план: понятие, правила составления.

Запуск таргетированной рекламы.

Мессенджеры как новые социальные медиа -Whatsapp, Viber, Telegram.

Интеграция сайта с социальными медиа.

Тема 9. Системы сбора статистики и web-аналитика

Задачи и возможности веб-аналитики.

Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.

Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий.

Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний с использованием UTM-меток.

Карта кликов от Яндекс.Метрики. Работа с системами веб-аналитики.

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

Журнал "Бизнес-online" - www.bizon.ru

Информационный сайт по компьютерным технологиям - www.citforum.ru

Поисковые серверы - www.yandex.ru

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Журнал "Бизнес-online" - www.bizon.ru

Журнал "Бизнес-online" - www.bizon.ru

Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу - www.e-commerce.ru

Информационный сайт по компьютерным технологиям - www.citforum.ru

Поисковые серверы - www.yandex.ru, www.rambler.ru, www.yahoo.ru, www.altavista.ru

Процессинговая компания по обслуживанию электронных сделок между клиентами банков - www.faktura.ru

Сайт разработчика программного обеспечения для электронной коммерции и дистанционного обучения - www.hypermethod.ru

Сайты с информацией, статистикой по Интернет-торговле и ссылками на электронные магазины - www.magazin.ru, www.siter.ru, www.rushops.ru, rumetrica.rambler.ru

Электронный центр малого бизнеса - www.tradecenter.ru

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекция излагается преподавателем с предоставлением наглядного материала (презентации). В ходе лекционных занятий обучающийся должен вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.
практические занятия	В рамках практических занятий обучающиеся выполняют одну из трех форм контроля: устный опрос, письменная работа, проверка практических навыков. При необходимости поясняются особенности выполнения задания или описываются необходимые мероприятия предварительной подготовки. При необходимости используется мультимедийное оборудование и компьютерный класс с доступом к сети Интернет.
самостоя-тельная работа	Самостоятельная работа выполняется обучающимся без конкретного контакта с преподавателем. Самостоятельная работа может включать в себя предварительную подготовку обучающегося к семинарскому занятию или завершение выполнения задания, начатого в рамках семинарского занятия. Для выполнения самостоятельного блока обучающийся может пользоваться рекомендуемой литературой

Вид работ	Методические рекомендации
зачет	Зачет сдается в устной форме, по билетам. Билет содержит два теоретических вопроса и одну задачу. За ответ на теоретические вопросы студент может получить максимум 30 баллов, по 15 баллов за каждый соответственно. За решение задачи - максимум 20 баллов. На подготовку каждому обучающемуся дается 15 мин.

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.01 "Экономика" и профилю подготовки "Экономика предприятий и организаций (реализация с применением дистанционных технологий)".

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.09.02 Диджитал - маркетинг

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091183 (дата обращения: 16.04.2021)

2. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - Москва: КУРС: ИНФРА-М, 2019. - 352 с. - ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1027551 (дата обращения: 10.04.2021)

3. Петин, В. А. Сайт на AJAX под ключ. Готовое решение для интернет-магазина: Практическое руководство / В.А.Петин . - СПб: БХВ-Петербург, 2011. - 427 с. - ISBN 978-5-9775-0629-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/355013 (дата обращения: 10.04.2021)

Дополнительная литература:

1. Годин, А.А. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2012. - 168 с. - ISBN 978-5-394-00465-0. - Текст: электронный. - URL: http://znanium.com/bookread.php?book=337799 (дата обращения: 10.04.2021)

2. Баранов, А.Е. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг. Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А.Е. Баранов. - Москва: РИОР, 2017. - 85 с. - (Практическое руководство). - ISBN 978-5-369-00776-1. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/615199 (дата обращения: 10.04.2021)

3. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М.Эйнштейн. - Москва: Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1003009 (дата обращения: 10.04.2021)

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.09.02 Диджитал - маркетинг

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.01 - Экономика

Профиль подготовки: Экономика предприятий и организаций (реализация с применением дистанционных технологий)

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.