

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

## Программа дисциплины

### Продвижение товаров на маркетплейсах

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Цифровые коммуникации в продвижении товаров и услуг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

## **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

Программу дисциплины разработал(а)(и): старший преподаватель, б/с Акимов А.А. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), AndrAAkimov@kpfu.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   |
|------------------|---|
| ПК-2             | Способен разрабатывать и модифицировать медиапродукты с учетом особенностей алгоритмов функционирования различных цифровых платформ |

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Особенности функционирования инструментов продвижения в рамках маркетплейсов, представленных на российском рынке.

Должен уметь:

Разрабатывать и модифицировать стратегии продвижения карточек товаров и продавцов, с учётом индивидуальных особенностей алгоритмов маркетплейсов.

Должен владеть:

Навыками анализа результатов работы инструментов продвижения на маркетплейсе, формирования предложений по модификации рекламных кампаний и их тестирование.

### **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Цифровые коммуникации в продвижении товаров и услуг)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 2 курсе в 3 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 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

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

Самостоятельная работа - 98 часа(ов).

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 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  | Се-<br>местр | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                          |  |                                     |                                       |                                     |    | Само-<br>сто-<br>тель-<br>ная<br>ра-<br>бота |
|----|--|--------------|--|--------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|----|--|
|    |  |              | Лекции<br>всего  | Лекции<br>в эл.<br>форме | Практи-<br>ческие<br>занятия,<br>всего | Практи-<br>ческие<br>в эл.<br>форме | Лабора-<br>торные<br>работы,<br>всего | Лабора-<br>торные<br>в эл.<br>форме |    |  |
| 1. | Тема 1. Основы работы маркетплейсов: структура, тренды и ключевые игроки | 3            | 0  | 0                        | 2                                      | 0                                   | 0                                     | 0                                   | 24 |  |

| N  | Разделы дисциплины / модуля   | Се-мestr | Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах) |                    |                              |                           |                             |                           | Само-стое-тель-ная ра-бота |
|----|---|----------|--|--------------------|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
|    |   |          | Лекции, всего  | Лекции в эл. форме | Практи-ческие занятия, всего | Практи-ческие в эл. форме | Лабора-торные работы, всего | Лабора-торные в эл. форме |                            |
| 2. | Тема 2. Оптимизация карточек товаров и внутренние инструменты продвижения | 3        | 0  | 0                  | 4                            | 0                         | 0                           | 0                         | 24                         |
| 3. | Тема 3. Внешнее продвижение и интеграция с digital-маркетингом            | 3        | 0  | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 24                         |
| 4. | Тема 4. Аналитика и управление эффективностью продаж                      | 3        | 0  | 0                  | 2                            | 0                         | 0                           | 0                         | 26                         |
|    | Итого   |          | 0  | 0                  | 10                           | 0                         | 0                           | 0                         | 98                         |

#### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

##### Тема 1. Основы работы маркетплейсов: структура, тренды и ключевые игроки

Е-commerce как растущий сектор экономики. Понятие "Маркетплейс". Отличие маркетплейса от интернет-магазина. Бизнес-модели маркетплейсов. P2P, B2C и B2B форматы маркетплейсов. Ключевые игроки российского рынка: Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Магнит Маркет. Крупнейшие мировые маркетплейсы: Amazon, AliExpress, eBay. Условия регистрации на площадке. Условия работы с селлерами. Форматы взаимодействия продавцов и клиентов.

##### Тема 2. Оптимизация карточек товаров и внутренние инструменты продвижения

Создание карточки товара. Содержание и структура карточки товара. Оптимизация карточки товара. SEO-оптимизация карточки товара. Особенности формирование заголовков и описания. Ключевые слова и фразы. Требования площадок к оформлению заголовков, описания и ключевых слов. Визуальный контент. Оформление инфографики. Демонстрация преимущества товара через визуальную компоненту. Требования к фото. Требования к видео и анимациям. Работа с рейтингом. Значимость отзывов и их роль в управлении репутацией. Внутренние инструменты продвижения: баннеры на маркетплейсах в карточках конкурентов и поисковой выдаче, участие в акциях и работа со скидками, учёт рекомендательных алгоритмов.

##### Тема 3. Внешнее продвижение и интеграция с digital-маркетингом

Значимость продвижения карточки товара при помощи внешних инструментов. Таргетированная реклама. Принципы настройки таргетинговой рекламы для товаров на маркетплейсах. Аудитория социальных сетей. SMM-стратегия для привлечения трафика на маркетплейсы. Привлечение инфлюенсеров для продвижения карточек товаров. Контекстная реклама. Яндекс.Директ.

##### Тема 4. Аналитика и управление эффективностью продаж

Аналитическая деятельность. Применение общенаучных методов анализа. Воронка продаж. Этапы воронки продаж. Показатели эффективности продвижения на маркетплейсах. CR. ROI. LTV. Средний чек. Добавление в избранное. Функция "Отложенные товары". Добавление товара в корзину. Выкуп товара. Возврат товара. Внутренние инструменты аналитики маркетплейсов. Внешние инструменты аналитики маркетплейсов. Анализ отзывов. Отработка основных выражений. Прогнозирование спроса и управление остатками. Автоматизация процессов. Работа с базами данных. A\B тестирование. Анализ конкурентов.

#### 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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996бин/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

## **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).

## **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)**

Платформа для аналитики маркетплейсов "MPSTATS" - <https://mpstats.io/>

Платформа для аналитики маркетплейсов "Маяк" - <https://mayak.bz/>

Платформа для создания мультимедийного контента "Figma" - <https://www.figma.com/>

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

| Вид работ              | Методические рекомендации   |
|------------------------|---|
| практические занятия   | <p>Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.</p> <p>Цель практических занятий - формирование и развитие у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументированно излагать свое мнение и отстаивать его.</p> <p>При подготовке к практическому занятию студенту следует воспользоваться программой курса: прочитать перечень вопросов для обсуждения, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем выписать в специальную тетрадь те идеи и выводы, которые важны для ответа на вопросы плана данного практического занятия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на занятии.</p> |
| самостоятельная работа | <p>Самостоятельная работа включает в себя подготовку к практическим занятиям, выполнение заданий в прикладных программах, а также изучение нового материала по сети Интернет. Изучение нового материала по теме должно обязательно сопровождаться ознакомлением с новейшими достижениями, так как данная сфера относится к быстро развивающимся областям. Приветствуются вопросы во время практических занятий по новейшим достижениям по изучаемой теме, это может поощряться преподавателем дополнительными баллами.</p> <p>При самостоятельной работе стоит учитывать рекомендации преподавателя и требования учебной программы по заданной теме.</p>  |
| зачет                  | <p>Подготовка к зачёту является заключительным этапом изучения дисциплины и является средством текущего контроля. В процессе подготовки к зачёту выявляются вопросы, по которым нет уверенности в ответе либо ответ обучающемуся не ясен. Данные вопросы можно уточнить у преподавателя на консультации, которая проводится перед зачётом.</p>  |

**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.

**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 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе "Цифровые коммуникации в продвижении товаров и услуг".

*Приложение 2*  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
*Б1.В.ДВ.01.01 Продвижение товаров на маркетплейсах*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Цифровые коммуникации в продвижении товаров и услуг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

**Основная литература:**

1. Баланов, А. Н. Е-commerce. Технологии и стратегии : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 472 с. - ISBN 978-5-507-49763-8. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/430130> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г. А. Резник. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 199 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1903657> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство / Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 372 с. - ISBN 978-5-394-04945-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1926422> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.

**Дополнительная литература:**

1. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 'Маркетинг', 080301 'Коммерция (торговое дело)' / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Сысоletин, Е. Г. Проектирование интернет-приложений: учебное пособие / Сысоletин Е.Г., Ростунцев С.Д., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2017. - 92 с.: ISBN 978-5-9765-3249-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959359> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Ткаченко, О. Н. Взаимодействие пользователей с интерфейсами информационных систем для мобильных устройств: исследование опыта : учебное пособие / О.Н. Ткаченко. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. - 152 с. - ISBN 978-5-9776-0457-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1859029> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Черемушкина, И. В. Товарный менеджмент : учебное пособие для вузов / И. В. Черемушкина, О. В. Осенева, Ю. П. Земсков. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 224 с. - ISBN 978-5-507-49564-1. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/422480> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Шамина, И. С. Маркетплейсы: как заработать свой первый миллион. Инструкция для начинающих издание / И. С. Шамина. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: по подписке.
6. Краснов, А.С. Маркетинговая деятельность при выводе нового товара на рынок / А. С. Краснов // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. - 2022. - № 3. - С. 470-475. - ISSN 2226-910X. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/331445> (дата обращения: 10.02.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Приложение 3*  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
**Б1.В.ДВ.01.01 Продвижение товаров на маркетплейсах**

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

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Цифровые коммуникации в продвижении товаров и услуг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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.