

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 29.08.2025 13:20:58

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

*Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) программы «Торговый менеджмент и маркетинг
(во внутренней и внешней торговле)»*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 Цифровая торговля и маркетплейсы

Направления подготовки 38.03.06
Торговое дело
Направленность (профиль) программы
«Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)»

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Год начала подготовки 2021 г.

Краснодар – 2021 г.

Составитель:

к.к., доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа Л.В. Кухаренко

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры бухгалтерского учета и анализа. протокол № 6 от 28 января 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
Цель и задачи освоения дисциплины	4
Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
Объем дисциплины и виды учебной работы	4
Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
Рекомендуемая литература	13
Перечень информационно-справочных систем.....	13
Перечень электронно-образовательных ресурсов.....	13
Перечень профессиональных баз данных	14
Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины	14
Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения.....	15
Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ	
ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ	
ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ	
ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	16
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И	
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	16
АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	25

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Цифровая торговля и маркетинг» является обучение студентов навыкам разработки продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» формирование умения осуществлять подбор каналов и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализа трафика на веб-сайт формирование знаний, умений и навыков реализации профессиональных задач в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки специалистов.

Задачи учебной дисциплины «Цифровая торговля и маркетинг»: - формирование умения обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке, составлять систему показателей эффективности продвижения;

-изучение основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;

-выработка практических навыков интерпретации показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт, составления алгоритмов улучшения качественных показателей трафика.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.05 «Цифровая торговля и маркетинг» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения	
	очная	очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	4 ЗЕТ	
Объем дисциплины в акад. часах	144	
Промежуточная аттестация: форма	экзамен	экзамен
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	46	30
1. Аудиторная работа (Ауд), акад. Часов всего:	42	26
в том числе:		
• лекции	18	12
• лабораторные занятия	-	-
• практические занятия	24	14
в том числе практическая подготовка		
2. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-
3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-
4. Консультация перед экзаменом (КЭ)	2	2
5. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк)	2	2
Самостоятельная работа (СР), всего:	98	114
в том числе:	-	-
самостоятельная работа в период экз. семестре (СРэк)	32	32
самостоятельная работа в семестре (СРс)	66	82

в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу		
• изучение ЭОР	-	-
• изучение онлайн-курса или его части	-	-
• выполнение индивидуального или группового проекта	-	-

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. У-2. Умеет составлять систему показателей эффективности продвижения
		ПК-5.1. У-3. Умеет обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке
	ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	ПК-5.3. 3-2. Знает основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
		ПК-5.3. У-1. Умеет интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт
		ПК-5.3. У-2. Умеет составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для очной формы обучения

Таблица 3

№ п/ п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достиже- ния компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для аудиторных занятий	Текущий контроль	Задания для творческо- го рейтинга (по теме (ам)/ разделу или по всему курсу в целом)
		Лекции	Практические заня- тия	Лабораторные заня- тия	Практическая подго- товка	Самостоятельная ра- бота/ КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
	Семестр 6											
1.	Тема 1. Теоретические аспекты развития циф- ровой торговли. Цифровая торговля в структуре внутренней роз- ничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли. Исторические ас- пекты и тенденции развития рынка цифровой тор- говли. Классификация электронных транзакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли	2	-			6/-	8	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле. Классификация мо- делей цифровой торговли. Развитие розничной цифровой торговли в России. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле. Зада- чи применения модели B2B в цифровой торговле. Управление процессом в цепочках поставки моде- ли B2B в цифровой торговле. Сущность и значение концепции электронного правительства в совре- менной экономике. Проблемы реализации концеп- ции электронного правительства и стратегия раз- вития. Понятие маркетплейса. Основные процессы:	4	4			10/-	18	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т	Р.

	знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли. Понятие прайс-менеджмента. Экономика и психология цены. Направления оптимизации цен. Наполнение сайта релевантными материалами. Составление контент-плана и графика публикаций. Процесс обработки поступивших заказов. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.											
3.	Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент. Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы перемещения товаров. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли. Фулфилмент, дропшиптинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы. Схема работы фулфилмент-компаний. Использование технологии дропшиппинга предприятиями цифровой торговли. Управление складскими запасами. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».	4	4			10/-	18	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К., Т	Р.
4.	Тема 4. Эффективность в цифровой торговле Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле. Технологическая эффективность цифровой торговли.	2	4			10/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т, ОИ	Р.
5.	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле.	2	4			10/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2.	ЭП	К, Т	Р.

	ле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле. Реклама в цифровой торговле. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг. Омниканальный маркетинг. Поисковая оптимизация (SEO). Юзабилити. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки							ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2				
6.	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли Основы правового регулирования цифровой торговли. Основы правового регулирования дистанционной торговли. Специфика налогообложения в цифровой торговле. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике. Криптовалюта как объект гражданского права. Организация защиты прав потребителей. Права и обязанности участников цифровой торговли. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.	2	4			10/-	16	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О	Т	Р.
7.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле. Риски в цифровой торговле. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей	2	4			10/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	18	24			98/4	44	х	х	х	х	х

Этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций для очно-заочной формы обучения

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Трудоемкость, академические часы						Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Учебные задания для ауди- торных занятий	Текущий контроль	Задания для творческого рейтинга (по теме (ам)/ раз- делу или по всему курсу в це- лом)
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подго- товка	Самостоятельная рабо- та/ КЭ, Каттэк, Катт	Всего					
	Семестр 7											
1.	Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли. Классификация электронных транзакций. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли	2	-			8/-	10	ПК–5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О.	Т.	Р.
2.	Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс. Модели B2C, B2B, G2B, G2C, G2G в цифровой торговле. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле. Классификация моделей цифровой торговли. Развитие розничной цифровой торговли в России. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле. Сущность и значение концепции электронного правительства в совре-	2	4			10/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т	Р.

	менной экономике. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития. Понятие маркетплейса. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли. Понятие прайс-менеджмента. Экономика и психология цены. Направления оптимизации цен. Наполнение сайта релевантными материалами. Составление контент-плана и графика публикаций. Процесс обработки поступивших заказов. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.											
3.	Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент. Организация оплаты товаров в цифровой торговле. Организация доставки товаров в цифровой торговле. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса. Основные технологические схемы перемещения товаров. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли. Фулфилмент, дропшипипинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы. Схема работы фулфилмент-компаний. Использование технологии дропшипипинга предприятиями цифровой торговли. Управление складскими запасами. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».	2	2			12/-	16	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К., Т	Р.
4.	Тема 4. Эффективность в цифровой торговле Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли. Показатели	2	2			14/-	18	ПК–5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	Т, ОИ	Р.

	качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле. Технологическая эффективность цифровой торговли.											
	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле. Реклама в цифровой торговле. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг. Омниканальный маркетинг. Поисковая оптимизация (SEO). Юзабилити. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки	2	2			12/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.
	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли Основы правового регулирования цифровой торговли. Основы правового регулирования дистанционной торговли. Специфика налогообложения в цифровой торговле. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике. Криптовалюта как объект гражданского права. Организация защиты прав потребителей. Права и обязанности участников цифровой торговли. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.	2	2			12/-	16	ПК-5.1	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3	О	Т	Р.
5.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле. Риски в цифровой торговле. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения. Управление	-	2			14/-	16	ПК-5.1 ПК-5.3	ПК – 5.1. У-2 ПК – 5.1. У-3 ПК - 5.3. 3-2. ПК – 5.3. У-1 ПК – 5.3. У-2	ЭП	К, Т	Р.

	информационной безопасностью предприятия цифровой торговли. Способы защиты информации. Международные требования к защите информационных сетей											
	Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Каттэк)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-	-	-/2	2	-	-	-	-	-
	Самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)	-	-	-	-	32/-	32	-	-	-	-	-
	Итого	12	18	-	-	114/4	144	x	x	x	x	x

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Электронный практикум (ЭП)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Кейс (К.)

Операционная игра (ОИ)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат (Р.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**Основная литература:**

1. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, Р. Р. Салихова, В. А. Матосян. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. - 150 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=432294>.

2. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. - 192 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=400267>

3. Лапидус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лапидус. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 381 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=395600>

Дополнительная литература:

1. Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие / Ю. И. Грибанов, М. Н. Руденко. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 213 с. - ISBN 978-5-394-04192-1. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=432256>.

2. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 186 с.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=432877>

Нормативные правовые документы:

1. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 02.07.2021) - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/.

2. Федеральный закон от 06.04.2011 N 63-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об электронной подписи» (с изм. и доп.) – <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=191956-0&req=doc&rnd=YXZtMw&base=LAW&n=363995#Vz6lGwSKM6Wmz89A>

3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» - <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=201168-17&req=doc&rnd=YXZtMw&base=LAW&n=406140#eHDgGwSGwbmF6Ib61>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Справочно - правовая система «Консультант Плюс»

2. Справочно - правовая система «Гарант»

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ1. ЭБС «ИНФРА–М» <http://znanium.com>2. Научная электронная библиотека elibrary.ru <https://elibrary.ru/>

3. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru>
4. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Университетская библиотека online <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС «Grebennikon» <https://grebennikon.ru/>

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. Национальная исследовательская компьютерная сеть России <https://runnet.ru/>
2. Наукометрическая реферативная база данных журналов и конференций. <https://apps.webofknowledge.com>
3. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/>

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) - тематическая электронная библиотека и база данных для исследований и учебных курсов <http://www.uirussia.msu.ru/>
2. Энциклопедиум [энциклопедии, словари, справочники] - справочный портал <http://enc.biblioclub.ru>
3. On-line: газеты и журналы - коллекция гиперссылок на электронные версии СМИ открытого доступа: российские официальные, нормативные, центральные, региональные, местные, отраслевые, научные, образовательные, научно-популярные, литературно-художественные, молодёжные, зарубежные периодические издания на русском и на иностранных языках, размещённая на сайте филиала <http://www.sgpi.ru/?n=934>
4. КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) <http://cyberleninka.ru/>
5. Первое в России исследовательское агентство, специализирующееся на рынке электронной коммерции. <http://DataInsight.ru>
6. Форум Центра информационных технологий. Интернет-маркетинг: электронная коммерция.
7. <http://www.citforum.ru/marketing/e-commerce.shtml>
8. Клуб умных ритейлеров Shopolog о технологиях, трендах и приемах современного ритейла и электронной коммерции. <http://www.shopolog.ru/>
9. Библиотека ресурсов интернет индустрии <http://www.i2r.ru>
10. Энциклопедия маркетинга. Интернет-маркетинг <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/index.htm>
11. Раскрути свой бизнес. Интернет-магазинам об электронной коммерции <http://www.oborot.ru>
12. Региональный Общественный Центр Интернет-Технологий (РОЦИТ) <http://www.rocit.ru>
13. Электронная коммерция и законы <http://ecommercelaw.ru/>
14. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <http://diss.rsl.ru>
15. Энциклопедия маркетинга <http://www.marketing.spb.ru/read.htm>
16. Единое окно доступа к образовательным ресурсам - федеральная информационная система открытого доступа к интегральному каталогу образовательных интернет-ресурсов и к электронной библиотеке учебно-методических материалов для всех уровней образования: дошкольное, общее, среднее профессиональное, высшее, дополнительное <http://window.edu.ru/>

17. <http://www.intuit.ru> – образовательный проект, главными целями которого являются свободное распространение знаний во Всемирной Сети и предоставление услуг дистанционного обучения.

18. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://eios.reakf.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

1. Операционная система Microsoft Windows 8.1; Microsoft Windows 10
2. Пакет офисных программ Microsoft Office Professional Plus 2010 Rus в составе:
 - Microsoft Word
 - Microsoft Excel
 - Microsoft Power Point
 - Microsoft Access
3. Антивирусная программа «Kaspersky Endpoint Security» для бизнеса
4. Файловый архиватор «7Zip»
5. Приложение для просмотра PDF файлов «Acrobat Adobe Reader»
6. Системы электронного обучения и тестирования: Indigo, Moodle

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровая торговля и маркетплейсы» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

– учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия):

учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: ноутбук (переносной) с установленным ПО, подключением к Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, принтер, проектор (переносной), экран для проектора (переносной), учебно-наглядные пособия;

– компьютерным классом;

для самостоятельной работы:

– помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Положение об интерактивных формах обучения

Положение об организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
 Положение об учебно-исследовательской работе студентов
 Методические указания по подготовке и оформлению рефератов
 Методическом пособии по проведению практических занятий и организации самостоятельной работы по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы».

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 5

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
ИТОГО	100

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных заданий. Обучающиеся в течение семестра получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Тематика курсовых работ/проектов

Курсовая работа/проект по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы» учебным планом не предусмотрена.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Цифровая торговля в структуре внутренней розничной торговли России.
2. Цифровая торговля — элементы внутренней торговли.
3. Исторические аспекты и тенденции развития рынка цифровой торговли.
4. Классификация электронных транзакций.
5. Факторы, способствующие развитию, и проблемы становления цифровой торговли
6. Модель B2C в цифровой торговле.
7. Модели B2B в цифровой торговле.
8. Модели G2B, G2C, G2G в цифровой торговле.
9. Специфика торгово-технологического процесса в цифровой торговле.
10. Классификация моделей цифровой торговли.
11. Развитие розничной цифровой торговли в России.
12. Характеристика и сущность модели B2B в цифровой торговле.
13. Задачи применения модели B2B в цифровой торговле.
14. Управление процессом в цепочках поставки модели B2B в цифровой торговле.
15. Сущность и значение концепции электронного правительства в современной экономике.
16. Проблемы реализации концепции электронного правительства и стратегия развития.
17. Понятие маркетплейса.
18. Основные процессы: знакомство пользователя с продуктом, построение стратегии, методы онбординга.
19. Управление ассортиментом предприятия цифровой торговли.
20. Понятие прайс-менеджмента.
21. Экономика и психология цены.
22. Направления оптимизации цен.
23. Наполнение сайта релевантными материалами.
24. Составление контент-плана и графика публикаций.
25. Процесс обработки поступивших заказов.
26. Управление взаимоотношениями с клиентами. CRM-системы.
27. Организация клиентского сервиса. Послепродажное обслуживание.
28. Организация оплаты товаров в цифровой торговле.
29. Организация доставки товаров в цифровой торговле.
30. Факторы, влияющие на организацию торгово-технологического процесса.
31. Основные технологические схемы перемещения товаров.
32. Организации приемки товаров предприятием цифровой торговли.
33. Фулфилмент, дропшипинг, кросс-докинг. Преимущества и недостатки. Основные процессы.
34. Схема работы фулфилмент-компаний.
35. Использование технологии дропшипинга предприятиями цифровой торговли.
36. Управление складскими запасами.
37. Управление современным дарк-стором: от процессов к продуктовому решению.
38. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».
39. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.
40. Оценка экономической эффективности организаций в цифровой торговле.
41. Комплексный подход к оценке экономической эффективности организаций цифровой торговли.
42. Показатели качества торгового обслуживания как элемент социальной эффективности в цифровой торговле.
43. Технологическая эффективность цифровой торговли.

44. Понятие интернет-маркетинга в цифровой торговле, его функции, задачи и методы.
45. Особенности маркетинга услуг в цифровой торговле.
46. Реклама в цифровой торговле.
47. Внедрение цифровой торговли в деятельность традиционных розничных торговых сетей.
48. Маркетинговая поддержка предприятия цифровой торговли.
49. Настройка контекстной рекламы. SMM-маркетинг.
50. Омниканальный маркетинг.
51. Поисковая оптимизация (SEO).
52. Юзабилити.
53. Веб-аналитика. Методы и показатели оценки.
54. Основы правового регулирования цифровой торговли.
55. Основы правового регулирования дистанционной торговли.
56. Специфика налогообложения в цифровой торговле.
57. Нормативно-правовые акты, регламентирующие сферу цифровой торговли на международном и федеральном уровне.
58. Международный опыт правового регулирования и налогообложения цифровой торговли.
59. Концепция комплексного правового регулирования отношений в цифровой экономике.
60. Криптовалюта как объект гражданского права.
61. Организация защиты прав потребителей.
62. Права и обязанности участников цифровой торговли.
63. Понятие, виды и применение электронной цифровой подписи.
64. Понятие, виды, проблемы обеспечения безопасности в цифровой торговле.
65. Риски в цифровой торговле.
66. Организация защиты персональных данных. Ответственность предприятия цифровой торговли за нарушения.
67. Управление информационной безопасностью предприятия цифровой торговли.
68. Способы защиты информации.
69. Международные требования к защите информационных сетей

Типовые тестовые задания:

Тестовый вопрос 1: Выберите критичные для бизнеса группы сайтов

- а) веб-представительство;
- б) веб-сервис;
- в) сайт компании смешанного бизнеса;
- г) сайт компании электронного бизнеса;
- д) корпоративный портал.

Тестовый вопрос 2: Укажите решения для организации торгового представительства в сети Интернет.

- а) аренда интернет-магазина;
- б) покупка интернет-магазина;
- в) регистрация электронной почты;
- г) открытие страницы в электронной торговом ряду;
- д) аренда торгового места в торговом комплексе.

Тестовый вопрос 3: Расположите действия по созданию веб-сайта в порядке выполнения.

- а) мероприятия по продвижению сайта;
- б) реализация дизайна сайта;
- в) проведение маркетинговых исследований и определение целевого сегмента потребителей;

- г) оценка эффективности веб-сайта;
- д) реализация дизайна сайт и информационное наполнение.

Типовые кейсы

Кейс по теме 7 «Безопасность в цифровой торговле»

Задание

1. Исследовать сервис, обеспечивающий безопасность платежей в Интернет (Assist, ChronoPay, Payment, Robokassa и т.п.).
2. Ответить на следующие вопросы:
 - историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;
 - технологии обеспечения безопасности платежей;
 - спектр предлагаемых услуг;
 - крупнейшие участники системы;
3. Сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.
4. Результаты исследования оформить в виде презентации, в которой обязательно представить ссылки на источники информационных данных.
5. Презентацию представить на занятии.

Примеры вопросов для опроса:

Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.

1. Дайте определение цифровой торговли.
2. Назовите и обоснуйте причины вхождения цифровой торговли в состав дистанционной торговли.
3. В чем отличие электронной коммерции от цифровой торговли?
4. Есть ли явные преимущества у каждой модели цифровой торговли? Ответ обоснуйте.
5. Какие модели цифровой торговли, на ваш взгляд, являются наиболее перспективными?
6. Приведите классификацию субъектов цифровой торговли в России.
7. С чем связаны проблемы развития цифровой торговли в России?
8. Охарактеризуйте правовое обеспечение цифровой торговли в России.

Типовые задания для электронного практикума:

Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетплейс.

Задания для выполнения практикума:

1. Используя таблицу 1 с адресами Internet-ресурсов, укажите принадлежность каждого сайта к той или иной разновидности классификации по типу взаимодействия бизнес-субъектов электронной коммерции.

В текстовом редакторе создайте таблицу, в которой отметьте принадлежность сайта путем размещения любого знака в соответствующей ячейке. Сохраните созданный документ в своей папке на диске под именем Классификация СЭК.doc.

Таблица-1

Классификация систем в цифровой торговле

WWW-адрес	Классификация систем электронной коммерции			
	B2B	B2C	C2C	B2G, G2B, G2G
http://meshok.ru				
http://www.auction.nn.ru				

WWW-адрес	Классификация систем электронной коммерции			
	B2B	B2C	C2C	B2G, G2B, G2G
http://metalinfo.ru				
http://www.gz-spb.ru				
http://www.aufood.ru				
http://www.aptekaonline.ru				
http://www.polypipe.ru				
http://techhome.ru				
http://www.gagen.ru/				
http://www.ozon.ru				
http://molotok.ru				
http://krab.ru				
http://www.mosregzakaz.ru				
http://NGE.ru				
http://www.colibri.ru				

2. В сети Интернет войдите на сайты систем B2B по адресам из таблицы 1 и определите их организационную принадлежность и тип. Результаты анализа представьте в виде таблицы 2 с помощью текстового редактора.

Таблица-2

Системы «бизнес-бизнес»

WWW-адрес	Тип				Модель организации			
	корпоративная	многоотраслевая	отраслевая	продуктовая	каталог	аукцион	биржа	сообщество

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2B.doc.

3. В сети Интернет войдите на сайты систем B2C по адресам из таблицы 1 и определите их классификационную принадлежность. Результаты анализа представьте в виде таблицы 3 с помощью текстового редактора.

Таблица-3

Системы «бизнес-потребитель»

WWW-адрес	По ассортименту				По уровню использования технологий		
	узкоспециализированный	специализированный	комбинированный	универсальный	Интернет-витрина	автоматизированный магазин	электронный торговый ряд

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем B2C.doc.

4. В сети Интернет войдите на сайты систем C2C по адресам из таблицы 1 и определите используемые на сайте виды аукционов. Результаты анализа представьте в виде таблице 4 с помощью текстового редактора.

Таблица-4

Системы «потребитель-потребитель»

WWW-	Вид аукциона
------	--------------

адрес	стан- дартный	гол- ланд- ский	одновре- менного предложе- ния	двой- ной	закрыто- го пред- ложения	с фикси- рован- ной це- ной	сканди- навский

Подготовленный документ сохраните в своей папке на диске под именем C2C.doc.

Типовые задания для операционной игры:

Операционная игра по дисциплине «Цифровая торговля и маркетплейсы»

1. Тема (проблема) «Использование и анализ торговых Интернет-систем»

2. Концепция игры

Занятие проводится в компьютерном классе.

Студенты делятся на малые группы по 2-3 человека.

Каждая группа должна выбрать одно из направлений торговой деятельности и самостоятельно найти в сети интернет торговую систему, осуществляющую этот вид деятельности (продающую указанные товары или оказывающую данные услуги).

Группы должны симитировать действия посетителя при совершении покупки в интернет-магазине и по результатам своих действий подготовить отчет-презентацию.

В конце занятия каждая группа представляет свой отчет и делится выводами о процедуре совершения покупки.

Подводится итог занятия путем составления общей таблицы оценки интернет магазинов по указанным в задании критериям.

Студентам предлагается в процессе дискуссии:

- расположить критерии оценки магазинов по убыванию их важности для покупателя;
- расположить электронные магазины по степени удовлетворения критериям.

По результатам составления итоговой таблицы выбирается «лучший» и «худший» магазин.

Зачет выставляется участникам игры, которые подробно проанализировали процесс совершения покупки в магазине и представили полный, качественно оформленный отчет-презентацию.

Дополнительными баллами поощряется оригинальность презентации, активное участие в процессе составления итоговой таблицы.

3. Роли:

- покупатель;

4. Ожидаемые результаты

Студенты должны научиться совершать покупки в торговых системах, уметь анализировать достоинства и недостатки в построении торговых Интернет-систем.

Тематика рефератов:

Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.

1. Технологии NFC в системе электронных платежей.
2. Биткойн - инновационная платежная сеть.
3. Брэнддинг в среде Интернета.
4. Особенности рекламы в Интернете.
5. CRM как компонент обслуживания потребителей.

Типовая структура экзаменационного задания

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
1. Построение логистических цепочек при доставке «день-в-день».	10
2. Понятие экономического эффекта, экономической эффективности в цифровой торговле.	10
Кейс-задание	20

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Умеет верно и в полном объеме: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Продвинутый
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает верно и в полном объеме: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Умеет верно и в полном объеме: интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Умеет с незначительными замечаниями: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Повышенный
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает с незначительными замечаниями: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Умеет с незначительными замечаниями: интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии про-	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности про-	Умеет на базовом уровне, с ошибками: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зре-	Базовый

		движения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	движения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ния общей эффективности работы организации на рынке	
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает на базовом уровне, с ошибками: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Умеет на базовом уровне, с ошибками: интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Не умеет на базовом уровне: составлять систему показателей эффективности продвижения; обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	Компетенции не сформированы
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Не знает на базовом уровне: основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов Не умеет на базовом уровне: интерпретировать показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт; составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра бухгалтерского учета и анализа

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 ЦИФРОВАЯ ТОРГОВЛЯ И МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Направления подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) программы
Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования *Бакалавриат*

Краснодар – 2021 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины «*Цифровая торговля и маркетинг*» является ... обучение студентов навыкам разработки продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» формирование умения осуществлять подбор каналов и формировать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализа трафика на web-сайт формирование знаний, умений и навыков реализации профессиональных задач в профессиональной деятельности в рамках концепции непрерывной компьютерной подготовки специалистов

Задачи учебной дисциплины «*Цифровая торговля и маркетинг*»:

- формирование умения обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке, составлять систему показателей эффективности продвижения;
- изучение основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- выработка практических навыков интерпретации показатели количественных и качественных характеристик трафика на веб-сайт, составления алгоритмов улучшения качественных показателей трафика.

2. Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов / тем дисциплины
1.	Тема 1. Теоретические аспекты развития цифровой торговли.
2.	Тема 2. Бизнес-модели в цифровой торговле. Маркетинг.
3.	Тема 3. Инфраструктура в цифровой торговле. Фулфилмент.
4.	Тема 4. Эффективность в цифровой торговле
5.	Тема 5. Интернет-технологии продвижения товаров и услуг в цифровой торговле
6.	Тема 6. Нормативно-правовое регулирование цифровой торговли
7.	Тема 7. Безопасность в цифровой торговле
Трудоемкость дисциплины составляет 43.е. / 144 часа	

Форма контроля – экзамен

Составитель:

Доцент кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Л.В. Кухаренко