

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

| Код модуля | Модуль  |
|------------|---|
| 1149658    | Технологии продвижения промышленной продукции |

Екатеринбург

| <b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>   | <b>Учетные данные</b>                                     |
|---|---|
| <b>Образовательная программа</b><br>1. Машиностроение | <b>Код ОП</b><br>1. 15.03.01/33.01                        |
| <b>Направление подготовки</b><br>1. Машиностроение    | <b>Код направления и уровня подготовки</b><br>1. 15.03.01 |

Программа модуля составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b> | <b>Ученая степень, ученое звание</b> | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                         |
|--------------|-----------------------------|--------------------------------------|------------------|--|
| 1            | Вернова Татьяна Николаевна  | к.э.н., доцент                       | доцент           | Организации машиностроительного производства |
| 2            | Дашкова Татьяна Евгеньевна  | к.э.н., доцент                       | доцент           | Организации машиностроительного производства |
| 3            | Подоляк Ольга Олеговна      | к.э.н., доцент                       | доцент           | Организации машиностроительного производства |

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии продвижения промышленной продукции

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Технологии продвижения промышленной продукции» направлен на формирование компетенций в области маркетинга промышленных рынков, технологий продвижения продукции, работы с клиентами на конкурентном рынке, ценообразования, работы в электронной среде в рамках организационно-управленческой деятельности предприятия. Цель модуля – сформировать комплексный подход к продвижению промышленной продукции, учитывая особенности работы на рынке B2B и B2G, принятия решений о приобретении промышленной продукции, ценообразования и работы с клиентами на разных площадках. В модуль «Технологии продвижения промышленной продукции» входят три дисциплины: «Промышленный маркетинг», «Ценообразование промышленной продукции», «Электронная коммерция». В ходе изучения дисциплины «Промышленный маркетинг» рассматриваются рынок продукции производственно-технического назначения, маркетинговые исследования, маркетинговые стратегии и особенности их реализации, инструменты воздействия на рынок, а также стадии жизненного цикла продукта и отрасли и особенности реализации маркетинговых действий на каждой из стадий жизненного цикла. В рамках дисциплины «Ценообразование промышленной продукции» формируются компетенции в области ценообразования промышленной продукции (особенности и условия использования разных методов ценообразования; подходы к ценообразованию на открытом рынке и рынке государственного оборонного заказа); продвижения промышленной продукции (рассматриваются методы и инструменты продвижения, особенности сегментирования рынка промышленной продукции, каналы сбыта и «точка контакта» с потенциальными потребителями). Дисциплина «Электронная коммерция» направлена на особенности продвижения продукции с использованием электронных средств и коммуникаций, условий и алгоритмов участия в электронных торгах, особенностей работы на разных электронных площадках.

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

| № п/п            | Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения | Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах |
|------------------|--|---|
| 1                | Промышленный маркетинг                                     | 3   |
| 2                | Ценообразование промышленной продукции                     | 3   |
| 3                | Электронная коммерция                                      | 3   |
| ИТОГО по модулю: |  | 9   |

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Пререквизиты модуля                | 1. Экономика инженерии                          |
| Постреквизиты и кореквизиты модуля | 1. Актуальные проблемы экономики машиностроения |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

**1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю**

Таблица 2

| <b>Перечень дисциплин модуля</b>       | <b>Код и наименование компетенции</b>  | <b>Планируемые результаты обучения (индикаторы)</b>  |
|--|--|--|
| 1                                      | 2  | 3  |
| Промышленный маркетинг                 | ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации | <p>З-2 - Формулировать особенности рынка продукции промышленно-производственного назначения</p> <p>З-3 - Воспроизводить основные инструменты исследования рынка, воздействия на целевой рынок</p> <p>З-4 - Объяснять специфику реализации разных стратегии маркетинга</p> <p>У-2 - Устанавливать последовательность мероприятий при проведении маркетингового исследования</p> <p>У-3 - Систематизировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований для принятия соответствующего управленческого решения.</p> <p>П-2 - Создавать анкеты для проведения опроса потребителей</p> <p>П-3 - Создавать план маркетингового исследования</p> <p>П-4 - Выполнять сегментирование на основе результаты маркетингового исследования</p> |
| Ценообразование промышленной продукции | ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации | <p>З-1 - Излагать правила формирования бюджета на продвижение и давать оценку эффективности программ продвижения промышленной продукции;</p> <p>У-1 - Выбирать оптимальный метод ценообразования и способов продвижения промышленной продукции в зависимости от специфики товара и предприятия</p>   |

|                              |   |   |
|------------------------------|---|---|
|                              |   | <p>П-1 - Различать особенности продвижения продукции в зависимости от факторов (особенности продукции, особенности предприятия, рынок, бюджет продвижения и т.д.), а также выполнять расчеты и обоснование цен на техническую продукцию различными методами</p>   |
| <p>Электронная коммерция</p> | <p>ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации</p> | <p>З-5 - Излагать особенности использования электронных площадок в качестве продавца и покупателя;</p> <p>У-4 - Систематизировать информацию для подготовки документов для участия в электронных площадках;</p> <p>П-5 - Разрабатывать рекомендации по повышению эффективности мероприятий в интернет-среде</p> |

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Промышленный маркетинг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>   | <b>Ученая степень,<br/>ученое звание</b> | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                                |
|--------------|-------------------------------|--|------------------|---|
| 1            | Дашкова Татьяна<br>Евгеньевна | к.э.н., доцент                           | доцент           | Организации<br>машиностроитель<br>ного производства |
| 2            | Подоляк Ольга Олеговна        | к.э.н., доцент                           | доцент           | Организации<br>машиностроитель<br>ного производства |

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Новых материалов и технологий**

Протокол № 20210531-01 от 31.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

## Авторы:

- Дашкова Татьяна Евгеньевна, доцент, Организации машиностроительного производства
- Подоляк Ольга Олеговна, доцент, Организации машиностроительного производства

### 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- С применением электронного обучения на основе электронных учебных курсов, размещенных на LMS-платформах УрФУ
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

### 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины*                                | Содержание  |
|-------------------|---|---|
| 1.                | Рынок продукции производственно-технического назначения | Основные понятия маркетинга. Особенности рынка промышленной продукции. Способы сегментирования промышленного рынка. Стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. Основные маркетинговые инструменты для воздействия на целевой рынок.  |
| 2.                | Рыночные стратегии                                      | Стратегии развития предприятия. Определение фазы жизненного цикла товара. Анализ хозяйственного портфеля предприятия, матрица БКГ.<br>Базовые конкурентные стратегии. Матрица пяти сил конкуренции М.Портера. Построение карты стратегических групп отрасли. Определение конкурентных преимуществ предприятия. Определение конкурентоспособности продукции.<br>Оценка состояния рынка и конкурентной среды. |
| 3.                | Сегментирование рынка                                   | Методы исследования рынка. Опрос как основной метод маркетинговых исследований. Требования к анкете, определению размера выборки и процедуре проведения опроса. Сегментирование рынка: выделение сегментов, работа с разными сегментами   |

|    |  |  |
|----|--|--|
| 4. | Основные средства продвижения промышленной продукции | Средства продвижения продукции производственно-технического назначения на рынке: личная продажа, реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью. |
|----|--|--|

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности | Технология воспитательной деятельности   | Компетенция  | Результаты обучения  |
|---|---------------------------------|--|--|--|
| Профессиональное воспитание             | профориентационная деятельность | Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности | ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации | У-2 - Устанавливать последовательность мероприятий при проведении маркетингового исследования<br>П-2 - Создавать анкеты для проведения опроса потребителей<br>П-3 - Создавать план маркетингового исследования<br>П-4 - Выполнять сегментирование на основе результаты маркетингового исследования |

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Промышленный маркетинг

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Осташков, А. В.; Маркетинг : учебное пособие.; Пензенский государственный университет, Пенза; 2005; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39398> (Электронное издание)
2. Ласковец, С. В.; Прикладной маркетинг : учебно-практическое пособие.; Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Москва; 2003; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90452> (Электронное издание)
3. Власов, А. В.; Коммерциализация и маркетинг инноваций : монография.; Креативная экономика,

Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132621> (Электронное издание)

4. Шайхутдинова, Г. Ф.; Маркетинг : учебно-методическое пособие.; Уфимский государственный университет экономики и сервиса, Уфа; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272506> (Электронное издание)

5. Гавриленко, Н. И.; Маркетинг : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611> (Электронное издание)

6. Бабушкин, С. Н.; Маркетинг в системе менеджмента на предприятии; Лаборатория книги, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141278> (Электронное издание)

7. Альтшулер, И. Г.; Стратегия и маркетинг. Две стороны одной медали, или Про-сто о сложном : научное издание.; Дело (РАНХиГС), Москва; 2011; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442873> (Электронное издание)

8. Нагапетьянц, Р. Н.; Маркетинг в сфере производства и обращения : монография.; Юнити-Дана : Закон и право, Москва; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448076> (Электронное издание)

9. Куц, С. П.; Маркетинг на B2B рынках: отношенческий подход : учебное пособие.; Высшая школа менеджмента, Санкт-Петербург; 2010; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457953> (Электронное издание)

10. Чернопятков, А. М.; Маркетинг персонала : учебник.; Директ-Медиа, Москва|Берлин; 2019; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564386> (Электронное издание)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

<http://lib.urfu.ru> – зональная научная библиотека УрФУ.

FIRA-PRO доступ на <http://www.fira.ru/>

Маркетинг промышленных рынков, статус «ЭОР УрФУ», режим доступа по процедуре идентификации пользователя на сайте [learn.urfu.ru](http://learn.urfu.ru), [https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject\\_id/3000](https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/3000)

### **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Промышленный маркетинг**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

| № п/п | Виды занятий                                | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|---|--|
| 1     | Лекции                                      | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 2     | Практические занятия                        | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 3     | Консультации                                | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 4     | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Ценообразование промышленной**  
**продукции**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>   | <b>Ученая степень,<br/>ученое звание</b> | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                                |
|--------------|-------------------------------|--|------------------|---|
| 1            | Дашкова Татьяна<br>Евгеньевна | к.э.н., доцент                           | доцент           | Организации<br>машиностроитель<br>ного производства |
| 2            | Подоляк Ольга Олеговна        | к.э.н., доцент                           | доцент           | Организации<br>машиностроитель<br>ного производства |

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Новых материалов и технологий**

Протокол № 20210531-01 от 31.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Дашкова Татьяна Евгеньевна, доцент, Организации машиностроительного производства
- Подоляк Ольга Олеговна, доцент, Организации машиностроительного производства

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- С применением электронного обучения на основе электронных учебных курсов, размещенных на LMS-платформах УрФУ
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины*  | Содержание   |
|-------------------|---|--|
| 1.                | Особенности рынка продукции производственно-технического назначения     | Особенности рынка B2B в связи с характером продаваемых товаров, кругом участников рынка, кругом факторов, влияющих на продажи. Влияние уровня цен на продукцию при ее продажах в основных сегментах покупателей промышленного рынка.   |
| 2.                | Цена как инструмент комплекса маркетинга                                | Эластичность спроса по цене. Факторы, оказывающие влияние на эластичность спроса по цене. Учет показателей эластичности спроса при корректировке цен на продукцию. Влияние структуры затрат при изменении уровня цены на достижение планируемых показателей прибыли.   |
| 3.                | Методы ценообразования в практике деятельности промышленных предприятий | Основные группы методов ценообразования на рынке B2B: краткая характеристика, особенности применения, достоинства и недостатки отдельных методов.<br><br>Затратные методы ценообразования: на основе полных затрат, на основе переменных затрат, метод на основе рентабельности инвестиций, на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Достоинства и недостатки затратных методов ценообразования.<br><br>Нормативно-параметрические методы ценообразования на технически сложную продукцию. Метод удельных |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | показателей. Индексный метод. Метод регрессионного анализа. Балльный метод. Агрегатный метод. Оценка степени важности для потребителя отдельных характеристик продукции с применением метода парных сравнений.<br><br>Рыночные методы ценообразования: на основе спроса и предложения, следования за лидером и др. |
|--|--|--|

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности   | Технология воспитательной деятельности   | Компетенция  | Результаты обучения  |
|---|---|--|--|--|
| Профессиональное воспитание             | профориентационная деятельность<br><br>целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях | Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности | ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации | У-1 - Выбирать оптимальный метод ценообразования и способов продвижения промышленной продукции в зависимости от специфики товара и предприятия<br><br>П-1 - Различать особенности продвижения продукции в зависимости от факторов (особенности продукции, особенности предприятия, рынок, бюджет продвижения и т.д.), а также выполнять расчеты и обоснование цен на техническую продукцию различными методами |

### 1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## **2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Ценообразование промышленной продукции**

#### **Электронные ресурсы (издания)**

1. , Тактаров, Г. А.; Ценообразование : учебное пособие.; Финансы и статистика, Москва; 2014; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63607> (Электронное издание)
2. ; Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебно-практическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2008; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93152> (Электронное издание)
3. Лев, М. Ю.; Цены и ценообразование : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446413> (Электронное издание)
4. Горина, Г. А.; Ценообразование : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118196> (Электронное издание)
5. Косинова, Е. А.; Ценообразование: теория и практика : учебное пособие.; Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь; 2012; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233076> (Электронное издание)
6. Магомедов, М. Д.; Ценообразование : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2017; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454085> (Электронное издание)
7. Забелина, Е. А.; Ценообразование: практикум : пособие.; РИПО, Минск; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463702> (Электронное издание)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

<http://lib.urfu.ru> – зональная научная библиотека УрФУ.

FIRA-PRO доступ на <http://www.fira.ru/>

Ценообразование промышленной продукции и результатов научно-технической деятельности, статус «ЭОР УрФУ», режим доступа по процедуре идентификации пользователя на сайте [learn.urfu.ru](http://learn.urfu.ru), [https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject\\_id/1957](https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/1957)

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Ценообразование промышленной продукции**

**Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий                                | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы   | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|---|--|
| 1     | Лекции                                      | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 2     | Практические занятия                        | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 3     | Консультации                                | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 4     | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Электронная коммерция**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>   | <b>Ученая степень,<br/>ученое звание</b> | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                                |
|--------------|-------------------------------|--|------------------|---|
| 1            | Вернова Татьяна<br>Николаевна | к.э.н., доцент                           | доцент           | Организации<br>машиностроитель<br>ного производства |

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Новых материалов и технологий**

Протокол № 20210531-01 от 31.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Вернова Татьяна Николаевна, доцент, Организации машиностроительного производства

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины*         | Содержание  |
|-------------------|----------------------------------|---|
| 1.                | Введение в электронную коммерцию | Основные технологии электронной коммерции. Становление и развитие информационных технологий. Технологии Big Data. Тенденции развития электронной коммерции в РФ и мировой опыт. Виды электронного бизнеса и электронной коммерции, достоинства и ограничения. Системы электронной коммерции в промышленном секторе B2B. Регулирование электронной коммерции в РФ.                               |
| 2.                | Организация электронной торговли | Правовые основы и развитие электронной торговли в РФ. Организация взаимоотношений покупателей и продавцов в системах электронной торговли. Электронный обмен данными. Электронные торговые площадки на конкурентных и регулируемых рынках (B2B, B2G, G2B). Электронные аукционы, запросы котировок, конкурсные торги. Государственное регулирование площадок, подготовка документов участников. |
| 3.                | Интернет-маркетинг               | Клиенты интернет-маркетинга, основные преимущества для различных групп клиентов. Организация рекламы и продвижения промышленной продукции в интернете. Разработка и оптимизация сайта: постановка задач, определение пользователей, выбор систем управления сайтом, оценка эффективности. Поисковая оптимизация сайта.  |

## 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности | Технология воспитательной деятельности  | Компетенция  | Результаты обучения   |
|---|---------------------------------|---|--|---|
| Профессиональное воспитание             | профориентационная деятельность | Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности | ПК-2 - Способен определять плановые и фактические затраты и формировать цены (тарифы) на продукцию, работы и услуги машиностроительной организации | У-4 - Систематизировать информацию для подготовки документов для участия в электронных площадках;<br>П-5 - Разрабатывать рекомендации по повышению эффективности мероприятий в интернет-среде |

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## **2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Электронная коммерция**

#### **Электронные ресурсы (издания)**

1. Кобелев, О. А., Пирогов, С. В.; Электронная коммерция : учебное пособие.; Дашков и К°, Москва; 2018; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127> (Электронное издание)
2. Макаренкова, Е. В.; Электронная коммерция : учебно-практическое пособие.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90905> (Электронное издание)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

#### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

#### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

<http://lib.urfu.ru> – зональная научная библиотека УрФУ.

FIRA-PRO доступ на <http://www.fira.ru/>

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Электронная коммерция

Сведения об оснащении дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

| № п/п | Виды занятий                                | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы  | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|-------|---|--|--|
| 1     | Лекции                                      | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 2     | Практические занятия                        | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 3     | Консультации                                | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |
| 4     | Текущий контроль и промежуточная аттестация | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная | Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG<br>SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES                     |