МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Институт цифровой экономики и инноваций
Цифровой экономики



УТВЕРЖДЕНО
Директор
Семидоцкий В.А.
Протокол от 04.05.2026 № 24

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ЭЛЕКТРОННЫЙ ТУРИЗМ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)подготовки: Умный туризм и развитие территорий

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

2026

Разработчики:
Директор института, институт цифровой экономики и инноваций Семидоцкий В.А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2023 № 821н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н; "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 08.11.2023 № 790н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Цифровой экономики	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яроцкая Е.В.	Согласовано	04.05.2026, № 24
2	Институт цифровой экономики и инноваций	Председатель методической комиссии/совета	Семидоцкий В.А.	Согласовано	04.05.2026, № 10
3	Цифровой экономики	Руководитель образовательной программы	Романец И.И.	Согласовано	04.05.2026, № 24

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование комплекса профессиональных компетенций для успешной работы на стыке индустрии гостеприимства, цифровых технологий и маркетинга. Программа готовит специалистов, способных продвигать туристические продукты, управлять репутацией брендов и организовывать продажи в цифровой среде.

Задачи изучения дисциплины:

- Освоить теоретические основы современного электронного туризма (e-tourism).;
- Изучить структуру цифрового рынка туристических услуг.;
- Научиться создавать контент для различных социальных медиа.;
- Научиться оптимизировать конверсию на туристических сайтах..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П1 Способен выполнять расчёты и анализировать экономическую эффективность туристских продуктов и проектов развития территорий с использованием современных программных средств

ПК-П1.1 Выполняет расчёты себестоимости, точки безубыточности, NPV, IRR

Знать:

ПК-П1.1/Зн1 Методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов в сфере туризма (NPV, IRR, срок окупаемости).

Уметь:

ПК-П1.1/Ум1 Выполнять расчёты себестоимости, точки безубыточности и рентабельности туристского продукта

Владеть:

ПК-П1.1/Нв1 Навыками работы в табличных процессорах для финансового моделирования турпродукта

ПК-П1.2 Использует отраслевое ПО (RMS, PMS, CRM) для финансового моделирования

Знать:

ПК-П1.2/Зн1 Принципы автоматизации экономических расчётов на предприятиях туризма и гостеприимства

Уметь:

ПК-П1.2/Ум1 Использовать отраслевые программные продукты (RMS, PMS, CRM с экономическими модулями) для анализа выручки и затрат

Владеть:

ПК-П1.2/Нв1 Инструментами бизнес-аналитики (BI-системы) для визуализации экономических показателей деятельности туристской дестинации

ПК-П1.3 Применяет BI-системы и методы для прогнозирования

Знать:

ПК-П1.3/Зн1 Методики расчёта налоговой нагрузки и вклад туризма в бюджет территории

Уметь:

ПК-П1.3/Ум1 Прогнозировать финансовые потоки сезонного туристского бизнеса с учётом колебаний спроса

Владеть:

ПК-П1.3/Нв1 Приёмами экономико-статистического анализа для оценки эффективности использования ресурсов в туризме

ПК-П2 Способен проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегии продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства на основе анализа потребительского опыта и впечатлений

ПК-П2.1 Проводит сбор и анализ маркетинговой информации (опросы, CJM)

Знать:

ПК-П2.1/Зн1 Методы сбора и анализа маркетинговой информации о туристских предпочтениях (опросы, фокус-группы, анализ отзывов)

Уметь:

ПК-П2.1/Ум1 Сегментировать туристский рынок и позиционировать дестинацию на основе ценностных предложений впечатлений

Владеть:

ПК-П2.1/Нв1 Техниками анализа потребительского опыта (CJM – карта пути клиента) для туристских услуг

ПК-П2.2 Разрабатывает стратегию продвижения дестинации с учётом эмоциональных триггеров

Знать:

ПК-П2.2/Зн1 Инструменты цифрового маркетинга в туризме (SMM, контекстная реклама, таргетинг по геолокации)

Уметь:

ПК-П2.2/Ум1 Разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения территории с учётом эмоциональных триггеров (эффект впечатлений)

Владеть:

ПК-П2.2/Нв1 Методами оценки ROI маркетинговых активностей в туризме и гостеприимстве

ПК-П2.3 Оценивает ROI маркетинга и формирует меры по повышению лояльности

Знать:

ПК-П2.3/Зн1 Психологические основы формирования лояльности и потребительской приверженности в креативных индустриях

Уметь:

ПК-П2.3/Ум1 Проводить бенчмаркинг конкурентных дестинаций по критерию «стоимость – качество впечатлений»

Владеть:

ПК-П2.3/Нв1 Навыками создания и тестирования гипотез для повышения повторных продаж туристских услуг

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Электронный туризм и социальные сети» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	72	2	33	1		16	16	39	Зачет
Всего	72	2	33	1		16	16	39	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Основы электронного туризма	**28**	**1**	**6**	**6**	**15**	ПК-П2.1 ПК-П2.3
Тема 1.1. История развития электронного туризма	8		2	2	4	
Тема 1.2. Технологии и платформы электронного туризма	9		2	2	5	
Тема 1.3. Маркетинговые стратегии в электронном туризме	11	1	2	2	6	
Раздел 2. Социальные сети и туризм	**22**		**5**	**5**	**12**	ПК-П1.3 ПК-П2.2
Тема 2.1. Социальные медиа и туризм	6		1	1	4	
Тема 2.2. Использование социальных сетей в управлении репутацией	8		2	2	4	
Тема 2.3. Влияние социальных сетей на поведение туристов	8		2	2	4	
Раздел 3. Интеграция технологий и анализа данных	**22**		**5**	**5**	**12**	ПК-П1.1 ПК-П1.2
Тема 3.1. Большие данные и аналитика в туризме	6		1	1	4	

Тема 3.2. Программные решения и инструменты для анализа данных	8		2	2	4	
Тема 3.3. Применение искусственного интеллекта в туризме	8		2	2	4	
Итого	**72**	**1**	**16**	**16**	**39**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Основы электронного туризма
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

Тема 1.1. История развития электронного туризма
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Этапы эволюции электронного туризма; понятие е-туризма; особенности современного рынка электронных туристических услуг.

Тема 1.2. Технологии и платформы электронного туризма
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 5ч.)
Интернет-ресурсы и онлайн-платформы для бронирования туров; электронные системы управления туризмом; цифровые маркетинговые инструменты.

Тема 1.3. Маркетинговые стратегии в электронном туризме
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 6ч.)
Цифровые каналы продвижения туристских продуктов; анализ целевой аудитории; разработка контент-стратегий.

Раздел 2. Социальные сети и туризм
(Лекционные занятия - 5ч.; Практические занятия - 5ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

Тема 2.1. Социальные медиа и туризм
(Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Функции социальных сетей в продвижении туризма; влияние социальных платформ на туристский спрос.

Тема 2.2. Использование социальных сетей в управлении репутацией
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Мониторинг отзывов и обратной связи; управление негативными отзывами; формирование положительного имиджа бренда.

Тема 2.3. Влияние социальных сетей на поведение туристов
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Анализ поведения пользователей в социальных сетях; тренды и тенденции использования соцсетей туристами.

Раздел 3. Интеграция технологий и анализа данных
(Лекционные занятия - 5ч.; Практические занятия - 5ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

Тема 3.1. Большие данные и аналитика в туризме
(Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Сбор и обработка больших данных; использование аналитики для принятия решений в туризме.

Тема 3.2. Программные решения и инструменты для анализа данных
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Инструменты и технологии обработки данных; примеры специализированных программных решений.

Тема 3.3. Применение искусственного интеллекта в туризме
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)
Искусственный интеллект и машинное обучение в туризме; персонализация предложений и рекомендаций.

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Основы электронного туризма

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какие методы анализа потребительского опыта наиболее полезны для разработки маркетинговой стратегии в туризме?

a. Анализ финансовых отчетов дестинаций
b. Исследование потребительских предпочтений в социальных сетях
c. Оценка инфраструктуры дестинации
d. Анализ потребительских отзывов и мнений
e. Исследование туристических рейтингов и наград

2. Какой метод анализа потребительского опыта наиболее эффективен для маркетинговых исследований в туризме?

a. Анализ финансовых отчетов дестинаций
b. Исследование потребительских предпочтений в социальных сетях
c. Оценка инфраструктуры дестинации
d. Анализ потребительских отзывов и мнений
e. Исследование туристических рейтингов и наград

3. Упорядочите этапы процесса разработки маркетинговой стратегии в туризме, начиная с определения целевых аудиторий и заканчивая оценкой эффективности продвижения

Определение целевых аудиторий - a
Анализ потребительских отзывов - d
Мониторинг упоминаний в социальных сетях - c
Разработка маркетинговых кампаний - e
Оценка эффективности продвижения - b

4. Сопоставьте методы анализа потребительского опыта с источниками данных для маркетинговых исследований в туризме

Анализ отзывов в социальных сетях - Анализ отзывов в социальных сетях
Исследование онлайн-репутаций дестинаций - Исследование онлайн-репутаций дестинаций
Мониторинг упоминаний в блогах и форумах - Мониторинг упоминаний в блогах и форумах
Изучение отзывов на туристических платформах - Изучение отзывов на туристических платформах
Сегментация аудитории по потребительским предпочтениям - Сегментация аудитории по потребительским предпочтениям

Раздел 2. Социальные сети и туризм

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какие программные средства используются для анализа экономической эффективности туристских продуктов и проектов? Выберите все правильные ответы.

a. Программное обеспечение для анализа экономической эффективности туристских продуктов

b. Программное обеспечение для анализа социально-экономической среды

c. Программное обеспечение для анализа туристических маршрутов

2. Какое программное средство используется для анализа экономической эффективности туристских продуктов? Выберите один правильный ответ.

a. Программное обеспечение для анализа экономической эффективности туристских продуктов

b. Программное обеспечение для анализа социально-экономической среды

3. Упорядочите этапы расчёта экономической эффективности туристских продуктов и проектов в правильном порядке.

Расчёт окупаемости туристского проекта - 1

Анализ рентабельности туристского продукта - 2

Оценка экономической эффективности туристского продукта - 3

4. Сопоставьте методы анализа экономической эффективности с программными средствами, используемыми в электронном туризме.

SWOT-анализ - Программное обеспечение для анализа туристических маршрутов

PEST-анализ - Программное обеспечение для анализа социально-экономической среды

5. Какие подходы наиболее эффективны для разработки стратегии продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства? Выберите все правильные ответы.

a. Использование традиционных рекламных каналов

b. Фокус на продвижение через социальные сети

c. Разработка стратегии на основе анализа потребительского опыта и впечатлений

6. Какой подход наиболее эффективен для разработки стратегии продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства? Выберите один правильный ответ.

a. Использование традиционных рекламных каналов

b. Фокус на продвижение через социальные сети

c. Разработка стратегии на основе анализа потребительского опыта и впечатлений

7. Упорядочите этапы разработки стратегии продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства в правильном порядке.

Определение целевой аудитории дестинации - a

Разработка стратегии продвижения на основе анализа потребительского опыта - b

Сбор и анализ данных о потребительском опыте и впечатлениях - c

8. Сопоставьте методы анализа потребительского опыта с подходами к продвижению туристских дестинаций и услуг гостеприимства.

Метод анализа отзывов клиентов - Разработка персонализированных предложений для клиентов

Метод контент-анализа социальных сетей - Создание позитивного имиджа дестинации в социальных сетях

Метод анализа онлайн-репутаций - Формирование положительного опыта клиентов через отзывы

Раздел 3. Интеграция технологий и анализа данных

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какие из перечисленных критериев являются основными при оценке экономической эффективности туристских проектов развития территорий? Выберите все правильные ответы.

a. Уровень занятости местного населения

b. Эстетическая привлекательность территории

c. Уровень инвестиций в инфраструктуру

d. Экологическая устойчивость территории

2. Какое из программных средств чаще всего используется для расчёта экономической эффективности туристских продуктов? Выберите один ответ.

a. Microsoft Excel
b. PowerPoint
c. Word

3. Упорядочите этапы анализа экономической эффективности туристских продуктов в правильной последовательности.

Расчёт экономической эффективности тура - a
Анализ затрат на продвижение продукта - b
Оценка спроса на туристский продукт - c
Определение целевой аудитории продукта - d

4. Сопоставьте туристские продукты и их экономическую эффективность. Высокую посещаемость и низкий бюджет следует отнести к каким продуктам?

Туристский маршрут с высокой посещаемостью - Высокая
Экскурсионный тур с низким бюджетом - Низкая

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Седьмой семестр, Зачет
Контролируемые ИДК: ПК-П1.1 ПК-П2.1 ПК-П1.2 ПК-П2.2 ПК-П1.3 ПК-П2.3
Вопросы/Задания:

1. Какая программа используется для расчёта экономической эффективности туристских продуктов?

A. Программа A используется для расчёта экономической эффективности туров.
B. Программа B используется для анализа туристических потоков.

2. Какие программные средства используются для анализа экономической эффективности туристских продуктов?

3. Какова полная формулировка компетенции ПК-П2?

4. Какие из следующих технологий и методов наиболее часто используются для анализа больших данных в туризме? Выберите все правильные варианты.

a. Hadoop
b. Python
c. R
d. SPSS

5. Какое из следующих программных решений наиболее эффективно используется для анализа данных в туризме?

a. Google Analytics
b. Microsoft Excel
c. Tableau

6. Каким образом применение искусственного интеллекта может способствовать повышению экономической эффективности туристских продуктов?

7. Упорядочите следующие технологии и методы электронного туризма по степени их важности и влияния на экономическую эффективность туристских продуктов. Начните с наиболее важного.

использование социальных сетей для продвижения туристических продуктов - a
анализ больших данных для прогнозирования туристических потоков - b
применение искусственного интеллекта для персонализации туристических предложений - c

маркетинговые стратегии в электронном туризме - e

8. Сопоставьте технологии и платформы электронного туризма с их основными функциями и характеристиками.

TripAdvisor - Платформа для бронирования гостиниц и туров, предоставляет пользователям отзывы и рейтинги других путешественников.

Booking.com - Платформа для бронирования гостиниц и туров, предоставляет пользователям возможность сравнения цен и условий проживания.

9. Какие из следующих технологий и методов наиболее часто используются для анализа больших данных в туризме? Выберите все правильные варианты.

a. Hadoop
b. SQL
c. Python
d. R
e. Tableau
f. Power BI

10. Какое из следующих программных решений наиболее эффективно используется для анализа данных в туризме?

a. Tableau
b. Power BI
c. Excel

11. Какая из следующих тем наиболее важна для разработки маркетинговых стратегий и продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства на основе анализа потребительского опыта и впечатлений?

12. Упорядочите следующие темы по степени их значимости для разработки маркетинговых стратегий и продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства. Начните с наиболее важной.

Использование социальных сетей для управления репутацией - a
Большие данные и аналитика в туризме - b
Маркетинговые стратегии в электронном туризме - c
История развития электронного туризма - d
Программные решения и инструменты для анализа данных - e

13. Сопоставьте технологии и платформы электронного туризма с их основными функциями и характеристиками.

TripAdvisor - Платформа для отзывов и рекомендаций туристов
Booking.com - Онлайн-платформа для бронирования гостиниц и туров

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Салдаева А.А., Белаш В.Ю. Социальные сети как инструмент образовательной деятельности в условиях цифровой трансформации образования / Салдаева А.А., Белаш В.Ю. — Ай Пи Ар Медиа, 2026. — ISBN 978-5-4497-5557-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/161777.html (дата обращения: 16.06.2026). — Режим доступа: по подписке

2. Чернышева,, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Т. Л. Чернышева,. - Реклама в социально-культурном сервисе и туризме - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. - 92 c. - 978-5-7782-3193-1. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/91413.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Безрутченко,, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / Ю. В. Безрутченко,. - Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 233 c. - 978-5-394-01664-6. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/75219.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации: коллективная монография / А. П. Глухов,, И. П. Кужелева-Саган,, Т. А. Булатова, [и др.]; под редакцией И. П. Кужелевой-Саган. - Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. - 220 c. - 978-5-94621-654-8. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/109075.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве - 2021: Материалы конференций / . - Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2021. - 424 c. - 978-5-00048-037-3. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1861/1861569.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме : учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев ; под ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 152 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006294-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1630190 (дата обращения: 21.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Электронное обучение и дистанционные образовательные технологии в сфере физической культуры, спорта и туризма: Монография / Н.В. Соболева, В.В. Тельных, Н.Н. Демидко, С.В. Соболев, Н.В. Сурикова. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2021. - 172 c. - 978-5-7638-4520-4. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/2088/2088761.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Федорова, Т. А. Управление рисками и страхование в туризме: Учебное пособие / Т. А. Федорова.; Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого. - 1 - Москва: Издательство "Магистр", 2020. - 192 c. - 978-5-16-006560-1. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1067/1067532.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Современные проблемы сервиса и туризма, 2019, том 13, № 2: научно-практический журнал / Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2019. - 132 c. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/1860/1860718.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. https://znanium.com/ - Znanium.com*
2. http://1-fin.ru/ - Финансовый анализ (официальный сайт программы «ФинЭкАнализ»)
3. https://www.elibrary.ru/ - Научная электронная библиотека

4. https://edu.kubsau.ru/ - Образовательный портал КубГАУ*

5. https://rosstat.gov.ru/ - Росстат

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodl.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)