

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Учетно-финансовый факультет
Кафедра коммерции и таможенного дела

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«17» апреля 2025 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы	Управление коммерческой деятельностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа дисциплины **«Инновационные технологии в коммерческой деятельности»** для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 982 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры коммерции и таможенного
дела, канд. экон. наук

В. В. Колесник

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела.
Протокол от 11.04.2025 г. № 8а.

Заведующий кафедрой

О. Н. Головинов

СОГЛАСОВАНО:

Декан учетно-финансового факультета
16.04.2025 г.

Н. В. Алексеенко

Учебно-методическая комиссия учетно-финансового факультета.
Протокол от 15.04.2025 г. № 6
Председатель

А. А. Блажевич

Руководитель основной образовательной
программы, д-р экон. наук, проф.
11.04.2025 г.

О. Н. Головинов

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы магистратуры: Коммерческая деятельность в условиях глобализации, Психотехнологии продажи в коммерции, Управление конкурентоспособностью.

Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Производственные практики: преддипломная.

Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация).

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы (далее – ОП)	38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.М2.6 Инновационные технологии в коммерческой деятельности
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	34	–	17	57	108	экзамен
Заочная	2	4	6	–	4	98	108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Получение студентами теоретических основ и практических знаний в области организации коммерческой деятельности в условиях инновационной деятельности и выработка навыков принятия решений при заключении экспортно-импортных сделок и ведении товарообменных операций с использованием инноваций.

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Обще- профессиональные компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.	ОПК-5.1. Применяет современные информационные технологии, информационно-аналитические системы для разработки и оценки инновационных решений в коммерческой деятельности.	ОПК-5.1.1. Знает принципы цифровой трансформации и роль информационных технологий в инновационной коммерческой деятельности. ОПК-5.1.2. Умеет подбирать и обосновывать выбор информационных технологий и аналитических систем для решения конкретных профессиональных задач. ОПК-5.1.3. Владеет навыками работы с прикладными программными продуктами (CRM, ERP, BI-системами, инструментами анализа больших данных).

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Теоретические основы и процессы инновационной деятельности в коммерции	
Понятие и сущность инноваций в коммерческой деятельности	Понятие инноваций: виды, классификация, жизненный цикл. Особенности инноваций в сфере торговли и коммерции. Роль инноваций в повышении конкурентоспособности. Инновационная стратегия предприятия.
Инновационные процессы в коммерческой организации	Этапы инновационного процесса. Участники и ресурсы инновационной деятельности. Организация и управление инновационными проектами. Методы стимулирования инновационной активности.
Цифровая трансформация и ее влияние на коммерческую деятельность	Понятие цифровой трансформации. Влияние цифровизации на бизнес-модели. Цифровые технологии в коммерческой деятельности. Примеры цифровой трансформации в торговле.
Раздел 2. Цифровые технологии, инструменты и оценка инноваций в коммерческой деятельности	
Современные информационные технологии в коммерческой деятельности	Современные информационные технологии в бизнесе. Назначение и функции CRM, ERP, BI, SCM-систем. Интеграция ИТ в бизнес-процессы. Примеры успешного применения ИТ в коммерции.
Информационно-аналитические системы и большие данные в инновационной деятельности	Понятие информационно-аналитических систем. Роль больших данных (Big Data) в коммерции. Методы анализа и интерпретации данных. Использование BI-систем для поддержки принятия решений.
Электронная коммерция и	Форматы электронной коммерции: B2C, B2B, C2C.

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
инновационные бизнес-модели	Платформенные бизнес-модели и маркетплейсы. Мобильная коммерция и омниканальные стратегии. Инновации в логистике и клиентском сервисе.
Оценка и внедрение инновационных решений в коммерческой деятельности	Методы оценки эффективности инновационных проектов: NPV, IRR, SWOT. Анализ рисков и барьеров внедрения. Этапы внедрения инноваций. Постинновационный контроль и анализ результатов.
Тенденции и перспективы развития инноваций в коммерции	Глобальные тренды в инновациях: искусственный интеллект, автоматизация, блокчейн. Устойчивое развитие и экологические инновации. Персонализация и клиентский опыт. Будущее профессий в коммерции.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теоретические основы и процессы инновационной деятельности в коммерции					
Тема 1. Понятие и сущность инноваций в коммерческой деятельности	4	–	2	7	13
Тема 2. Инновационные процессы в коммерческой организации	4	–	2	7	13
Тема 3. Цифровая трансформация и ее влияние на коммерческую деятельность	4	–	2	7	13
Раздел 2. Цифровые технологии, инструменты и оценка инноваций в коммерческой деятельности					
Тема 4. Современные информационные технологии в коммерческой деятельности	4	–	2	7	13
Тема 5. Информационно-аналитические системы и большие данные в инновационной деятельности	4	–	2	7	13
Тема 6. Электронная коммерция и инновационные бизнес-модели	6	–	3	8	17
Тема 7. Оценка и внедрение инновационных решений в коммерческой деятельности	4	–	2	7	13
Тема 8. Тенденции и перспективы развития инноваций в коммерции	4	–	2	7	13
ИТОГО ЗА 3 СЕМЕСТР	34	–	17	57	108

6.2. Форма обучения – заочная, семестр 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теоретические основы и процессы инновационной деятельности в коммерции					
Тема 1. Понятие и сущность инноваций в коммерческой деятельности	0,75	–	0,5	11,75	13

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Тема 2. Инновационные процессы в коммерческой организации	0,75	–	0,5	11,75	13
Тема 3. Цифровая трансформация и ее влияние на коммерческую деятельность	0,75	–	0,5	11,75	13
Раздел 2. Цифровые технологии, инструменты и оценка инноваций в коммерческой деятельности					
Тема 4. Современные информационные технологии в коммерческой деятельности	0,75	–	0,5	11,75	13
Тема 5. Информационно-аналитические системы и большие данные в инновационной деятельности	0,75	–	0,5	11,75	13
Тема 6. Электронная коммерция и инновационные бизнес-модели	0,75	–	0,5	15,75	17
Тема 7. Оценка и внедрение инновационных решений в коммерческой деятельности	0,75	–	0,5	11,75	13
Тема 8. Тенденции и перспективы развития инноваций в коммерции	0,75	–	0,5	11,75	13
ИТОГО ЗА 4 СЕМЕСТР	6	–	4	98	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1. Теоретические основы и процессы инновационной деятельности в коммерции

1. Что понимается под инновацией в коммерческой деятельности?
2. Какие существуют виды инноваций и как они классифицируются?
3. В чем заключается отличие продуктовых и процессных инноваций?
4. Какова роль инноваций в повышении конкурентоспособности коммерческой организации?
5. Что такое жизненный цикл инновации и какие его основные этапы?
6. Какие факторы способствуют успешному внедрению инноваций в коммерции?
7. Чем инновационная деятельность отличается от традиционной предпринимательской?
8. Какие примеры инноваций можно привести в сфере торговли и услуг?
9. Как инновации влияют на поведение потребителей и рыночную стратегию?
10. Какие барьеры и риски могут возникать при реализации инновационных решений?
11. Что такое инновационный процесс и каковы его ключевые этапы?
12. Кто является основными участниками инновационного процесса в коммерческой организации?
13. Какие ресурсы необходимы для реализации инновационного проекта?
14. Как осуществляется планирование и управление инновационными проектами?
15. Какие методы используются для стимулирования инновационной активности персонала?

16. Какова роль менеджера по инновациям в коммерческой структуре?
17. Какие организационные формы могут использоваться для управления инновациями?
18. Как осуществляется взаимодействие между отделами в процессе внедрения инноваций?
19. Какие показатели используются для оценки эффективности инновационного процесса?
20. Каковы особенности внедрения инноваций в малом и среднем бизнесе?
21. Что такое цифровая трансформация и как она влияет на коммерческую деятельность?
22. Какие ключевые технологии лежат в основе цифровой трансформации бизнеса?
23. Как цифровизация изменяет бизнес-модели коммерческих организаций?
24. В чем заключается отличие цифровой трансформации от автоматизации?
25. Какие преимущества получает компания от внедрения цифровых решений?
26. Как цифровая трансформация влияет на клиентский опыт и поведение потребителей?
27. Какие риски и вызовы связаны с цифровой трансформацией в коммерции?
28. Какова роль данных и аналитики в процессе цифровой трансформации?
29. Какие примеры успешной цифровой трансформации можно привести в торговле?
30. Как цифровая трансформация влияет на структуру и функции персонала в коммерческой организации?

Раздел 2. Цифровые технологии, инструменты и оценка инноваций в коммерческой деятельности

1. Какие современные информационные технологии применяются в коммерческой деятельности?
2. Как использование CRM-систем влияет на эффективность взаимодействия с клиентами?
3. В чем заключается роль ERP-систем в управлении бизнес-процессами?
4. Какие преимущества дает внедрение облачных технологий в коммерческой организации?
5. Как технологии автоматизации улучшают логистику и складской учет?
6. Что такое омниканальный подход и как он реализуется с помощью ИТ?
7. Как мобильные приложения способствуют развитию коммерческой деятельности?
8. Какие технологии используются для персонализации предложений в электронной торговле?
9. Каковы особенности внедрения ИТ-решений в малом бизнесе?
10. Какие риски связаны с использованием информационных технологий в коммерции?
11. Что такое большие данные (Big Data) и как они применяются в коммерческой деятельности?
12. Какие источники данных используются для аналитики в бизнесе?
13. Как аналитические системы помогают в принятии управленческих решений?
14. В чем заключается отличие описательной, диагностической, предсказательной и предписывающей аналитики?
15. Как машинное обучение используется для анализа потребительского поведения?
16. Какие инструменты бизнес-аналитики наиболее популярны в коммерции?

17. Как обеспечивается безопасность и конфиденциальность данных в аналитических системах?
18. Какие преимущества дает использование искусственного интеллекта в анализе данных?
19. Как визуализация данных помогает в интерпретации аналитической информации?
20. Какие компетенции необходимы специалисту по работе с большими данными в коммерции?
21. Что такое электронная коммерция и каковы ее основные формы?
22. Какие инновационные бизнес-модели используются в электронной торговле?
23. В чем заключается отличие B2B, B2C, C2C и D2C моделей?
24. Как маркетплейсы трансформируют традиционную торговлю?
25. Какие технологии лежат в основе электронной коммерции (например, блокчейн, IoT)?
26. Как социальные сети используются как каналы электронной коммерции?
27. Какие особенности имеет мобильная коммерция (m-commerce)?
28. Как изменяется поведение потребителей в условиях электронной торговли?
29. Какие инструменты цифрового маркетинга наиболее эффективны в e-commerce?
30. Какие правовые и этические аспекты необходимо учитывать в электронной коммерции?
31. Какие методы используются для оценки эффективности инновационных решений в коммерции?
32. Что такое ROI инновационного проекта и как он рассчитывается?
33. Какие качественные и количественные показатели применяются при оценке инноваций?
34. Как проводится анализ рисков при внедрении инновационных решений?
35. Какие этапы включает процесс внедрения инновации в коммерческой организации?
36. Какова роль пилотных проектов в процессе внедрения инноваций?
37. Какие подходы к управлению изменениями применяются при реализации инноваций?
38. Как вовлечь персонал в процесс внедрения инновационных решений?
39. Какие инструменты контроля и мониторинга используются при реализации инноваций?
40. Как оценить влияние инновации на клиентский опыт и лояльность?
41. Какие глобальные тенденции определяют развитие инноваций в коммерческой деятельности?
42. Как устойчивое развитие влияет на инновационные стратегии компаний?
43. Какие перспективные технологии могут трансформировать коммерческую сферу в ближайшие годы?
44. Как развивается искусственный интеллект в контексте коммерческой деятельности?
45. В чем заключается роль стартапов в формировании инновационной среды?
46. Как меняется роль потребителя в условиях цифровой экономики?
47. Какие направления развития электронной торговли являются наиболее перспективными?
48. Как государственная политика и регулирование влияют на инновации в коммерции?
49. Какие компетенции будут востребованы у специалистов в инновационной коммерческой среде?

50. Каковы возможные сценарии развития коммерческой деятельности в условиях цифровой трансформации?

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Классификация инноваций: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные.
2. Роль инноваций в повышении конкурентоспособности коммерческих организаций.
3. Эволюция понятия «инновация» в экономической теории и практике.
4. Сравнительный анализ радикальных и инкрементальных инноваций.
5. Инновации как фактор устойчивого развития бизнеса.
6. Особенности внедрения инноваций в сфере торговли и услуг.
7. Инновационные подходы к формированию потребительской ценности.
8. Влияние инноваций на трансформацию бизнес-моделей.
9. Основные стадии инновационного процесса: от идеи до коммерциализации.
10. Методы генерации и отбора инновационных идей.
11. Управление жизненным циклом инновационного продукта.
12. Роль прототипирования и тестирования в инновационном процессе.
13. Коммерциализация инноваций: стратегии и инструменты.
14. Проблемы и риски на различных этапах инновационного процесса.
15. Инновационный процесс в малом и среднем бизнесе.
16. Сравнительный анализ моделей инновационного процесса (линейная, цепная, открытая инновация и др.).
17. Цифровая трансформация как стратегический приоритет бизнеса.
18. Влияние цифровых технологий на структуру и процессы коммерческих организаций.
19. Цифровая зрелость компании: критерии и уровни.
20. Роль цифровой трансформации в повышении клиентского опыта.
21. Примеры успешной цифровой трансформации в торговле и услугах.
22. Барьеры и риски цифровой трансформации.
23. Цифровая трансформация и изменение организационной культуры.
24. Влияние пандемии COVID-19 на ускорение цифровой трансформации бизнеса.
25. Информационные системы в управлении коммерческой организацией.
26. Внедрение ERP-систем: цели, этапы, результаты.
27. CRM-системы как инструмент повышения лояльности клиентов.
28. Роль облачных технологий в оптимизации бизнес-процессов.
29. Автоматизация логистики и складского учета с помощью ИТ.
30. Мобильные технологии в коммерческой деятельности.
31. Информационные технологии в управлении цепочками поставок.
32. Кибербезопасность в коммерческой деятельности: угрозы и защита.
33. Big Data как инструмент принятия управленческих решений.
34. Источники и методы сбора больших данных в коммерции.
35. Применение аналитики данных для прогнозирования спроса.
36. Персонализация маркетинга на основе анализа данных.
37. Использование искусственного интеллекта в обработке больших данных.
38. Визуализация данных как средство повышения эффективности аналитики.
39. Этические и правовые аспекты использования больших данных.
40. Компетенции и инструменты специалиста по аналитике данных.
41. Развитие электронной коммерции: этапы, тенденции, перспективы.
42. Сравнительный анализ моделей B2B, B2C, C2C и D2C.

43. Роль маркетплейсов в современной торговле.
44. Мобильная коммерция: возможности и вызовы.
45. Инновационные бизнес-модели в электронной торговле.
46. Социальные сети как платформа для электронной коммерции.
47. Цифровой маркетинг в электронной коммерции.
48. Правовые аспекты электронной торговли в России и за рубежом.
49. Методы оценки эффективности инновационных проектов.
50. Расчет ROI и других показателей инновационной деятельности.
51. Качественные и количественные критерии оценки инноваций.
52. Анализ рисков при внедрении инноваций.
53. Пилотные проекты как инструмент оценки инноваций.
54. Управление изменениями при реализации инновационных решений.
55. Влияние инноваций на клиентский опыт и удовлетворенность.
56. Мониторинг и контроль результатов инновационной деятельности.
57. Глобальные тренды в развитии инноваций в коммерческой сфере.
58. Влияние устойчивого развития на инновационные стратегии компаний.
59. Перспективные технологии: искусственный интеллект, блокчейн, IoT.
60. Роль стартапов в формировании инновационной среды.
61. Цифровая экономика и трансформация потребительского поведения.
62. Государственная поддержка инновационной деятельности в России.
63. Будущее электронной торговли: прогнозы и сценарии.
64. Профессии будущего в инновационной коммерческой среде.

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

Контрольные работы по практике темам:

- Теоретические основы и процессы инновационной деятельности в коммерции
- Цифровые технологии, инструменты и оценка инноваций в коммерческой деятельности

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.4. Образец содержания экзаменационного билета

Блок I. Ответьте на теоретические вопросы:

1. Какие инструменты контроля и мониторинга используются при реализации инноваций?
2. Как оценить влияние инновации на клиентский опыт и лояльность?

Блок II. Тестовое задание (выберите один правильный ответ):

1. Какое из следующих определений является наиболее точным для понятия “инновация”:
 - а) внедрение новых идей, процессов и технологий;
 - б) улучшение существующих товаров и услуг;
 - в) создание новых рынков и возможностей;
 - г) все вышеперечисленное.
2. Техническое обслуживание и ремонт (ТОиР) – это:
 - а) мероприятия, связанные с поддержанием и восстановлением работоспособности объекта при использовании его по назначению, хранении или транспортировке;

б) субъект трудового права, физическое лицо, работающее по трудовому договору у работодателя и получающее за это заработную плату;

в) это государственная структура по благоустройству города и управлению многоэтажными домами, придомовыми территориями и территориями частного сектора;

г) нет правильного ответа.

3. Кому не требуется мобильный доступ к корпоративным ресурсам?

а) руководителям (менеджерам) верхнего и среднего звена компаний, руководителям подразделений

б) торговым агентам и продавцам;

в) покупателям;

г) сотрудниками ИТ-подразделений, а также занятым техническим обслуживанием и ремонтом оборудования.

4. Рабочее место топ-менеджера и руководителя должно обеспечивать...

а) доступ к корпоративным базам данных;

б) доступ к базам данных, необходимых для работы сотрудника;

в) доступ к корпоративным информационным системам;

г) все выше перечисленное.

5. Чем обусловлены особенности автоматизации в торговле?

а) центрального склада (складов);

б) структурными особенностями торговых предприятий.

в) торговля более консервативна в восприятии информационных технологий, чем большинство других сфер экономики;

г) нет правильного ответа.

Блок III. Практическое задание:

1. Кафе «Зелёный уголок» хочет привлечь больше клиентов. Владелец слышал, что сейчас популярны экологичные упаковки, онлайн-заказы и бонусы через мобильные приложения. Он просит вас придумать простую инновацию, которую можно внедрить в кафе.

Задание: Вы - помощник управляющего. Предложите одну идею, которая поможет кафе стать современнее и интереснее для клиентов.

2. Магазин «ГаджетПлюс» продаёт смартфоны и аксессуары. Сейчас все заказы и информация о клиентах записываются вручную в тетрадь. Из-за этого часто возникают ошибки: забывают позвонить клиенту, теряются заказы, сложно понять, какие товары нужно заказать.

Задание: Вы - помощник менеджера. Руководитель просит вас предложить, какую простую компьютерную программу можно использовать, чтобы: хранить информацию о клиентах, записывать заказы, видеть, какие товары есть в наличии.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже.

Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Самостоятельная работа оценивается на основе предоставленных на проверку выполненных домашних, индивидуальных заданий с учетом своевременности их предоставления и соответствия требованиям к их выполнению.

Количество баллов за контрольную работу вычисляется как сумма баллов за все входящие в её состав задания. Каждое задание оценивается исходя из максимально возможного количества баллов с учетом правильности выполнения задания, полноты приводимых обоснований.

По результатам работы в семестре обучающийся, набравший не менее 60 баллов, имеет право получить оценку. Те, кто претендует на более высокий балл, проходят промежуточную аттестацию. Максимальное количество баллов на промежуточной аттестации – 40. Общее количество баллов за семестр вычисляется как максимальная из полученных за семестр

8.1. Семестр 3, очная форма обучения

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1,2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	15
	Контрольные работы по практике	20
	Контрольная работа по теоретическому материалу	15
ИТОГО		60
Промежуточная аттестация		40
Общий итог за 3 семестр		100

8.2. Семестр 4, заочная форма обучения

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1,2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Промежуточная аттестация		40
Общий итог за 4 семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 8-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а). Для проведения занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели

для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 8-го учебного корпуса (ауд. 105), материально-техническую базу учебной лаборатории кафедры «Коммерция и таможенное дело».

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Гусев, С. П. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для СПО / С. П. Гусев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2022. - 288 с. - (Профессиональное образование).
2. Ковалев, А. И. Инновации в коммерческой деятельности: учебное пособие / А. И. Ковалев, И. В. Соловьева. - М.: КноРус, 2023. - 192 с.
3. Лапин, Е. В. Инновационный менеджмент: учебник / Е. В. Лапин. - М.: Инфра-М, 2022. - 256 с.

10.2. Дополнительная литература

4. Киселева, О. В. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие / О. В. Киселева. - М.: Юрайт, 2023. - 198 с.
5. Соловьев, А. А. Информационные технологии в бизнесе: учебное пособие / А. А. Соловьев. - СПб.: Питер, 2022. - 224 с.
6. Чернышев, В. И. Инновационная экономика: учебник / В. И. Чернышев. - М.: Проспект, 2022. - 240 с.
7. Кузнецова, И. А. Управление инновациями: учебное пособие / И. А. Кузнецова. - М.: РУДН, 2023. - 210 с.
8. Баранов, П. А. Современные технологии в коммерции: учебное пособие / П. А. Баранов. - Екатеринбург: Уральский университет, 2022. - 180 с.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»**: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система **«Лань»**: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания Сетевой электронной библиотеки, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://urait.ru/library/svobodnyy-dostup/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания свободного доступа, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ**: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).