

Ульяновский государственный университет

Институт экономики и бизнеса

Кафедра цифровой экономики

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ
И ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
«Современные инструменты электронной коммерции»**

для направления подготовки

38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика»

Ульяновск – 2019

Методические рекомендации по самостоятельной работе и изучению дисциплины **«Современные инструменты электронной коммерции»** для студентов направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика» / Составитель Мартыненко Ю.В. УлГУ, Институт Экономики и Бизнеса. - Ульяновск, 2019. – 18 с.

Рекомендовано к введению в образовательный процесс решением Ученого совета Института экономики и бизнеса УлГУ от 23 мая 2019 г., протокол № 222/08.

Настоящие методические рекомендации предназначены для студентов направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль «Цифровая экономика».

Составитель: к.ф.-м.н., доцент кафедры цифровой экономики Мартыненко Ю.В.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Современные инструменты электронной коммерции» принадлежит вариативной части ОПОП ВО по направлению «Бизнес-информатика». Дисциплина изучается студентами 4 курса бакалавриата в 1 семестре.

Изучение дисциплины «Современные инструменты электронной коммерции» базируется на знаниях, умениях и компетенциях, сформированных у обучающихся в процессе изучения дисциплин Цифровой маркетинг, Электронный бизнес, Управление ИТ сервисами и контентом/Системы управления контентом, Математические модели рекламных воздействий, а также прохождения практики: Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Дисциплина «Современные инструменты электронной коммерции» завершает формирование компетенций ПК-6, ПК-8, ПК-10.

Компетенции, знания, навыки и умения, приобретенные в результате прохождения дисциплины, необходимы для прохождения государственной итоговой аттестации: подготовки к сдаче и сдаче государственного экзамена.

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-6 управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов	Знать: основные термины и определения электронной коммерции. Уметь: составлять планы мероприятий по внедрению элементов электронной коммерции на предприятии.

(контент-сервисов)	Владеть: теоретическими знаниями и навыками работы с системами электронной коммерции.
ПК-8 организация взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	Знать: основные этапы реализации проекта по созданию и продвижению сайта в сфере электронной коммерции. Уметь: использовать инструментальные средства для продвижения сайтов. Владеть: навыками реализации проекта в сфере электронной коммерции.
ПК-10 умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знать: основные методы работы интернет-маркетинга. Уметь: применять инструменты интернет-маркетинга для продвижения проекта в сфере электронной коммерции. Владеть: навыками работы с современными инструментами интернет-маркетинга.

ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего:) 4 зачетные единицы

Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах)

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		1	2	3
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54		
Аудиторные занятия:	54	54		
Лекции	18	18		
Семинары и практические занятия	0	0		

Лабораторные работы, практикумы	36	36		
Самостоятельная работа	54	54		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)	Тестирование, защита лабораторных работ	Тестирование, защита лабораторных работ		
Курсовая работа	отсутствует	отсутствует		
Виды промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен 36	Экзамен 36		
Всего часов по дисциплине	144	144		

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Сущность электронной коммерции	26	4	0	12	12	10	Тестирование, защита лабораторных работ
Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции	40	6	0	12	12	22	Тестирование, защита лабораторных работ
Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции	42	8	0	12	12	22	Тестирование, защита лабораторных работ
Подготовка и сдача курсовой работы, экзамена	36					36	

Итого	144	18	0	36	36	90	
-------	-----	----	---	----	----	----	--

ОРГАНИЗАЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины **«Современные инструменты электронной коммерции»** разбито на темы с определением количества как аудиторной, так и самостоятельной работы. Предусмотрены следующие виды аудиторной работы: лекции, лабораторные работы. Лекции составляют основу теоретической подготовки в рамках дисциплины **«Современные инструменты электронной коммерции»** и предусматривают преимущественную передачу учебной информации преподавателем обучающимся. Они дают систематизированные основы знаний по дисциплине, раскрывают основные приемы программирования на языке высокого уровня.

Специфика дисциплины **«Современные инструменты электронной коммерции»** обуславливает проведение следующих типов лекций:

- лекция-информация, ориентированная на изложение и объяснение информации, подлежащей осмыслению и запоминанию обучающимся;
- проблемная лекция, где новое знание вводится через практическую задачу в области продвижения продукта в сети Интернет.

Во время лекции обучающемуся рекомендуется писать ее конспект. Написание конспекта лекции формирует навыки выделения наиболее важных элементов изучаемого материала. Кроме этого, конспект позволяет зафиксировать в ходе проводимого занятия возникающие вопросы, подлежащие дальнейшему изучению за пределами лекционных занятий.

Лабораторные работы являются одним из видов практических занятий, проводимых с применением современных информационных технологий, на которых предполагается в значительной степени самостоятельное

выполнение обучающимся задания, направленного на закрепление и углубление знаний, полученных на лекционных занятиях. Методические указания к выполнению лабораторных работ представлены в приложении к РПД **«Современные инструменты электронной коммерции»**.

Также по каждой теме дисциплины предусмотрен необходимый объем самостоятельной работы. Самостоятельная работа обучающегося – это способ активного, целенаправленного приобретения обучающимся новых для него знаний, умений и навыков с участием и без участия в этом процессе преподавателя. Самостоятельная работа проводится с целями: систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний; формирования умений использовать нормативную, справочную и иную необходимую документацию и специальную литературу; приобретения навыков решения профессиональных задач.

Рекомендуется, что необходимый объем самостоятельной работы по теме осваивается обучающимся через текущую самостоятельную работу и внеаудиторную самостоятельную работу.

Текущая самостоятельная работа обеспечивает подготовку к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям в рамках изучения дисциплины. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа – это часть учебного процесса, выполняемая обучающимся во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Она направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, полученных им на аудиторных занятиях, формирование и развитие соответствующих компетенций, умений и навыков. Дисциплина **«Современные инструменты электронной коммерции»** предусматривает самостоятельную работу в виде проработки учебного материала, подготовки к тестированию, подготовки к выполнению лабораторных работ и их защите.

Также эта форма самостоятельной работы включает в себя подготовку к экзамену по дисциплине.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К АУДИТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

Подготовка к лекциям включает в себя проработку конспекта лекций и самостоятельное изучение литературы. Необходимость самостоятельной работы по подготовке к лекциям определяется тем, что изучение дисциплины строится по определенной логике освоения ее тем, представленных в рабочей программе дисциплины. Преподаватель при чтении новой лекции указывает на связь ее содержания с тем, которое было прежде изучено. Поэтому, если предыдущие лекции были пропущены, возникают сложности с освоением нового материала. Качество освоения содержания дисциплины прямо зависит оттого, насколько обучающийся сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине.

Рекомендуется следующая схема работы. Перед лекцией следует ознакомиться с соответствующим материалом из учебной литературы. Это позволит лучше усвоить содержание лекции. Во время лекции составляется ее конспект, в котором зафиксированы основные положения лекции, а также изученные примеры, комментарии к ним, и иная информация, которую обучающийся считает нужным зафиксировать. После прохождения лекции рекомендуется повторно обратиться к учебной литературе, сопоставить полученную информацию, и, при необходимости, дополнить конспект. Также следует составить список вопросов, оставшихся непонятыми, чтобы на следующем занятии обратиться к преподавателю за разъяснением.

Тема 1. Сущность электронной коммерции

Лекция 1 – [1, глава 1]

Лекция 2 – [1, глава 2,3]

Тема 2. Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции

Лекция 1 – [1, глава 10]; [3, п.2.1]

Лекция 1 – [5, глава 4]; [6]

Лекция 1 – [4, глава 3]; [2, глава 3]

Тема 3. Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции

Лекция 1 – [1, глава 7]

Лекция 2 – [3, глава 4,5]

Лекция 3 – [5, глава 7,8]

Лекция 4 – [2, глава 5]

Подготовка к лабораторным работам включает в себя изучение и повторение необходимого для выполнения работы теоретического материала, а также подготовку к защите. Специфика дисциплины предполагает проведение устной защиты выполненного задания на основе теоретических вопросов, понимание которых необходимо для качественного усвоения учебного материала.

На лабораторном занятии следует внимательно ознакомиться с предложенным заданием, выполнить его, консультируясь по мере надобности с преподавателем, а затем сдать задание преподавателю. Преподаватель оценит качество выполнения задания и задаст вопросы из приведенного ниже списка. Лабораторная работа считается выполненной, если практическая часть сделана без критичных недочетов и даны ответы на вопросы на высоком, достаточном или пороговом уровне.

Критерии и шкала оценивания защиты лабораторной работы:

критерии оценивания – ответы на поставленные вопросы;

показатель оценивания – правильные ответы на вопросы;

шкала оценивания (оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:

Оценка	Уровень освоения	Критерии оценивания
---------------	-------------------------	----------------------------

	компетенци и	
Отлично	Высокий уровень	выставляется обучающемуся, если студент полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебной литературе и конспектам лекций, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно
Хорошо	Достаточный уровень	выставляется обучающемуся, если студент дал полный правильный ответ на вопросы с соблюдением логики изложения материала, но допустил при ответе отдельные неточности, не имеющие принципиального характера.
Удовлетворительно	Пороговый уровень	выставляется обучающемуся, если студент показал неполные знания, допустил ошибки и неточности при ответе на вопросы, продемонстрировал неумение логически выстроить материал ответа и сформулировать свою позицию по проблемным вопросам. При этом хотя бы по одному из вопросов ошибки не должны иметь

		принципиального характера
Неудовлетворительный	Критический уровень	выставляется обучающемуся, если студент не дал ответа по вопросам; дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы

После проведения лабораторной работы следует проанализировать полученный результат, замечания и комментарии преподавателя о выполненной работе. Рекомендуется составить в свободной форме конспект выполнения работы, зафиксировав в нем наиболее важные и сложные моменты, в том числе рефлексию своих образовательных результатов. В таком случае обучающийся фиксирует, что он знал и умел в начале проекта, какие навыки и знания он получил в процессе работы.

Данный конспект может быть использован и при подготовке к следующим лабораторным работам и/или другим формам работы в ходе изучения дисциплины.

При согласовании с преподавателем задание на лабораторную работу может быть групповым, т.е. выполняться совместно несколькими обучающимися. В этом случае дополнительно рекомендуется провести совместное обсуждение выполненной работы внутри своей группы.

Список вопросов для подготовки к защите лабораторных работ

Тема 1. Сущность электронной коммерции

Лабораторная работа 1. Разработка проекта в сфере электронной коммерции

Вопросы для защиты лабораторной работы

1. Дайте определение ЭК, мобильной коммерции, электронного

- бизнеса. Каково их соотношение?
2. Каковы основные свойства Интернет и Веб, используемые в ЭК?
 3. Опишите характерные свойства ЭК.
 4. Дайте краткую характеристику составляющих ЭК.
 5. Охарактеризуйте взаимосвязь развития ЭК и сети Интернет.
 6. Дайте характеристику ассоциациям, курирующим ЭК РФ.
 7. Опишите тенденции развития ЭК.
 8. Охарактеризуйте проблемы в экономике РФ, их влияние на развитие ЭК.
 9. Охарактеризуйте технологии, использовавшиеся в ЭК в 1960—1990-х гг.
 10. Охарактеризуйте совершенствование и рост технологий в период с 1990 по 2010 г.
 11. Охарактеризуйте современное состояние технологий ЭК.
 12. Охарактеризуйте настоящее и будущее технологии Big Data и оцените ее роль в ЭК.
 13. Какие факторы окажут влияние на будущее ЭК?
 14. Какова общая характеристика классов (категорий) ЭК?
 15. Дайте определение ЭТП, их виды и типы.
 16. Охарактеризуйте возможности и преимущества ЭТП.
 17. Охарактеризуйте ЭТП модели B2C.
 18. Какова характеристика ЭТП моделей B2B, B2G, G2B?
 19. К какому виду и типу ЭК относится разработанный вами проект?
 20. Каковы его сильные стороны?
 21. Каковы его слабые стороны?
 22. Кто является потенциальным потребителем вашего продукта?

Тема 2. Техническая составляющая проекта в сфере электронной коммерции

Лабораторная работа 2. Разработка ТЗ на сайт предприятия в сфере

электронной коммерции

Вопросы для защиты лабораторной работы

- 1) Почему важно ответственно отнестись к разработке ТЗ на сайт?
- 2) Какие элементы должно содержать ТЗ на сайт?
- 3) Кого нужно привлекать к работе над ТЗ?
- 4) В чем заключаются преимущества создания сайтов на базе платформ типа wix, tilda и других им подобных?
- 5) В чем заключаются недостатки создания сайтов на базе платформ типа wix, tilda и других им подобных?
- 6) Как обеспечить интернет-магазину эффективное доменное имя?
- 7) В чем заключаются риски заказа сайта у фрилансера?
- 8) Нужно ли на стадии разработки ТЗ продумывать основные бизнес-процессы интернет-магазина?
- 9) Какие существуют специализированные сервисы, создающие платформы специально для электронной коммерции? В чем заключаются преимущества и недостатки этих решений?
- 10) По каким критериям следует подбирать инструменты разработки сайта интернет-магазина?
- 11) Какие методы и техники были использованы?
- 12) Как была организована работа по выполнению задания?
- 13) В чем заключалась сложность в выполнении данного задания?
- 14) Какие вопросы остались не решенными?
- 15) Какие направления дальнейшей работы над предложенным в работе решением можно указать?

Тема 3. Бизнес-анализ проекта в сфере электронной коммерции

Лабораторная работа 3. Разработка медиа-плана и оценка эффективности Интернет-рекламы

Вопросы для защиты лабораторной работы

1. Дайте определение и укажите основные характеристики интернет-маркетинга.
2. Какова характеристика основных клиентов интернет-маркетинга?
3. Охарактеризуйте преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.
4. Опишите маркетинговые сервисы поисковой системы Яндекс.
5. Опишите маркетинговые сервисы поисковой системы Google.
6. Охарактеризуйте мероприятия по продвижению сайта интернет-магазина.
7. Охарактеризуйте инновации в маркетинге.
8. Дайте краткую характеристику маркетинговых информационных систем.
9. Какие специфические характеристики Интернета используются для успешного интернет-маркетинга?
10. Назовите принципы разработки маркетинговой стратегии в Интернете.
11. Какие инструменты входят в комплекс интернет-маркетинга?
12. В чем состоят особенности и преимущества маркетинга в социальных сетях (SMM -маркетинга)?
13. Объясните содержание термина «конверсия» в интернет-маркетинге.
14. Каким образом разрабатывается программа продвижения сайта в социальных медиа?
15. Чем отличается контекстная реклама в Google от рекламы в Яндекс?
16. Как рассчитывается показатель CTR и что он показывает?

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЭКЗАМЕНУ

Изучение дисциплины **«Современные инструменты электронной коммерции»** завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена. Экзамен представляет собой форму контроля учебной деятельности студента, которая используется, если объем учебной дисциплины составляет две и более зачетных единиц, т. е. более 72 часов. Оценка выявленных на экзамене знаний, умений и компетенций дифференцирована: в зачетной книжке ставится оценка «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично».

Самостоятельная подготовка к экзамену должна осуществляться в течение всего семестра, а не за несколько дней до его проведения. Подготовка включает следующие действия. Прежде всего нужно перечитать все лекции, а также иные материалы, подготовленные в рамках изучения дисциплины.

Затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к экзамену. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их взаимоотношения.

Рекомендуется подготовку к экзамену осуществлять в два этапа. На первом, в течение 2–3 дней, подбирается из разных источников весь материал, необходимый для развернутых ответов на все вопросы. Ответы можно записать в виде краткого конспекта. На втором этапе по памяти восстанавливается содержание того, что записано в ответах на каждый вопрос. Если какие-либо вопросы остаются непроясненными, их следует задать преподавателю на консультации перед экзаменом. Накануне экзамена необходимо повторить ответы, не заглядывая в записи.

Список вопросов для подготовки

1. Электронный бизнес и электронная коммерция: определения и соотношение.
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции.
3. Сектора электронной коммерции.
4. Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику.
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России.
7. Выбор CMS для сайта электронной коммерции.
8. Требования к функциональности сайта.
9. Выбор доменного имени и организация хостинга.
10. Подключение онлайн-касс и онлайн-платежей.
11. Юзабилити сайта и его аудит.
12. SEO-оптимизация сайта.
13. Настройка веб-аналитики.
14. Яндекс Метрика и Google Analytics.
15. Отслеживание воронки продаж.
16. A/B тестирование.
17. Роль поисковых систем в продвижении сайта.
18. Маркетинговые инструменты Яндекс и Google.
19. Контекстная реклама: понятие, виды кампаний, технологии.
20. SMM-маркетинг: сущность и технологии.
21. E-mail-маркетинг: сущность и технологии.
22. Ретаргетинг и его возможности.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ТЕСТИРОВАНИЮ

Тесты являются эффективным средством контроля образовательных результатов на уровне знания и понимания. Тестирование по дисциплине **«Современные инструменты электронной коммерции»** позволяет оценить уровень освоения обучающимся основных теоретических понятий, изучаемых в курсе, и взаимосвязей между ними. Критерием оценки теста являются правильные ответы на поставленные вопросы, показателем оценивания – процент верных ответов на вопросы, шкала оценивания (оценка) – выделено 4 уровня:

высокий (отлично) - более 80% правильных ответов;

достаточный (хорошо)– от 60 до 80 % правильных ответов;

пороговый(удовлетворительно)– от 50 до 60% правильных ответов;

критический(неудовлетворительно)– менее 50% правильных ответов.

Для подготовки к тестированию рекомендуется повторить предметные понятия из конспектов лекций, как в прямом порядке, т.е. по названию термина даем его определение, так и в обратном, т.е. по определению называем, о каком термине идет речь. Далее выявляем связи (общее-частное, предшествующее-последующее и т.д.) между этими понятиями. После прохождения темы рекомендуется выполнить соответствующие тестовые задания для самоконтроля.

РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

основная

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/elektronnaya-kommerciya-446579.
2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 457 с. — (Бакалавр и магистр.

Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/432149>.

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/internet-marketing-432128

дополнительная

4. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 367 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/informacionnyye-tehnologii-v-marketinge-432127.
5. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87414.html>.
6. Веселкова, Т. В. Эффективная эксплуатация сайта: практическое пособие / Т. В. Веселкова, А. С. Кабанов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 176 с. — ISBN 978-5-394-03166-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83128.html>.