

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Сызранский филиал

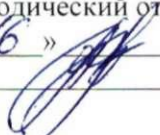
УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол №11 от 16.06.2016)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине

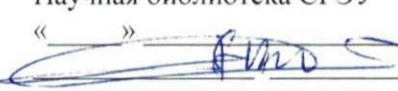
Наименование дисциплины **Электронная коммерция**

Направление подготовки **38.03.06 «Торговое дело»**

Образовательная программа
Коммерция

Методический отдел УМУ
« 16 » 06 2016 г.


Рассмотрено к утверждению
на заседании кафедры коммерции, сервиса и
туризма
(протокол № 12 от 31.05.2016)
Зав. кафедрой Чернова Д.В.

Научная библиотека СГЭУ
« » 20 г.


Размещено в ЭИОС СГЭУ
Рег.№ 2017.0285
« » 20
Начальник ОДОТиЭО Горбатов С.В.

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(указывается квалификация (степень) выпускника в соответствии с ФГОС ВО)

Самара 2016

Содержание

Стр.

1. Цели и задачи дисциплины.....	3
2. Место дисциплины в структуре ОП.....	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	3
4. Объем и виды учебной работы.....	5
5. Содержание дисциплины.....	5
5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий.....	5
5.2. Содержание разделов и тем.....	6
6. Методические указания по освоению дисциплины.....	10
6.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	10
6.2. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов.....	10
6.3. Методические рекомендации по практическим и/или лабораторным занятиям.....	11
6.4. Методические рекомендации по написанию курсовых работ/курсовых проектов/контрольных работ.....	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.....	14
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	39
8.1. Рекомендуемая литература.....	39
8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	39
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	39

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Электронная коммерция» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, примерных основных образовательных программ по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», компетентностным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Целью дисциплины «Электронная коммерция» является изучение основных положений электронной коммерции необходимых при внедрении и эксплуатации средств и систем электронной коммерции на современном предприятии.

В соответствии с поставленными целями преподавание дисциплины реализует следующие задачи: изложение теоретических основ электронной коммерции, позволяющих получить полную информацию о новом способе внедрения бизнеса

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина «Электронная коммерция» входит в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины (модули)». Изучение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных обучающимся при изучении следующих дисциплин: «Информатика», «Статистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Исследование рынка в коммерции», «Делопроизводство», «Работа в сетях», «Электронный документооборот», «Экономика организации», «Теоретические основы товароведения», «Транспортное обеспечение коммерческой деятельности», «Коммерческая деятельность», «Коммерческая деятельность промышленных предприятий», «Организация внешнеторговых операций», «Биржевое дело», «Товароведение товаров однородных групп», «Логистика», «Рекламная деятельность», «Коммерческая логистика», «Проектирование процесса оказания услуг», «Методы моделирования и прогнозирования в экономике», «Экономический анализ коммерческой деятельности», «ЭММ в коммерции», «Экономика труда», «Учебная практика».

Знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной «Электронная коммерция», являются необходимыми для изучения последующих дисциплин (таблица 1).

Таблица 1

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Производственная практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Электронная коммерция» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- общепрофессиональные:

ОПК-4 Способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией - этап формирования промежуточный;

ОПК-5 Готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической,

товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления- этап формирования промежуточный;

- профессиональные:

Вид деятельности: проектная

ПК-13 Готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) - этап формирования промежуточный;

ПК-14 Способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность - этап формирования промежуточный;

Знать:

- основные термины и определения электронной коммерции (ЭК) (ОПК-4);
- этапы развития ЭК и сети Интернет (ОПК-4);
- инструментарий и классификацию ЭК (ОПК-4);
- основные бизнес-модели электронной коммерции и специфику ее участников (ОПК-4);
- основные группы услуг, оказываемых через Интернет и особенности их оказания (ОПК-5);
- основные понятия эффективности ЭК (ОПК-5);
- принципы построения систем ЭК (ПК-13);
- особенности коммуникационной политики в электронной коммерции, а также специфику финансовых и торговых транзакций, осуществляемых с помощью компьютерных сетей (ПК-13);
- основные понятия безопасности ЭК (ПК-14);
- основные проблемы сопутствующие организации продаж и закупок через Интернет, а также достижения научно-технического развития ИКТ,

позволяющие организовать коммерческую деятельность в сети Интернет (ПК-14).

Уметь:

- использовать платёжные системы в ЭК (ОПК-4);
- анализировать основные бизнес-модели электронной коммерции с точки зрения поиска нестандартных решений при организации коммерческой деятельности в сети Интернет (ОПК-4);
- провести оценку эффективности системы ЭК (ОПК-5);
- осуществлять выбор эффективных аппаратных и программных средств обработки информации, которые могут быть использованы для автоматизации финансовых и торговых операций (ОПК-5);
- разработать план мероприятий по внедрению системы ЭК на предприятии (ПК-13);
- использовать системы сбора и анализа данных посещаемости (ПК-14);
- выявлять и анализировать современные проблемы, связанные с организацией коммерческой деятельности в сети Интернет (ПК-14);
- применять системы криптозащиты в ЭК (ПК-13);

Владеть:

- навыками определения (выбора) наиболее рационального метода организации коммерческой деятельности в сети Интернет (ОПК-4);
- навыками осуществления электронных коммуникаций с поставщиками и потребителями в сети Интернет (ОПК-4);
- навыками анализа и решения современных проблем, сопутствующих организации продаж и закупок через Интернет, с учетом достижений научно-технического развития ИКТ (ОПК-5);
- навыками анализа и применения аппаратных и программных средств обработки информации при автоматизации финансовых и торговых операций (ОПК-5);
- методами организации продаж в Интернет (ПК-13);
- навыками по продвижению и оптимизации WEB-сайта системы ЭК (ПК-13);
- навыками оценки эффективности систем электронной коммерции на предприятии (ПК-14);
- навыками по внедрению технологий ЭК на предприятии (ПК-14).

4. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Таблица 2

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.
	Семестр 8
Аудиторные занятия	64/1,78
в том числе:	
Лекции	32/0,89
Практические занятия (ПЗ)	32/0,89
Лабораторные работы (ЛР)	-
Самостоятельная работа	50/1,39
Курсовая работа/курсовой проект/контрольная работа	-
Расчетно-графические работы	-
Реферат/эссе	-
Другие виды самостоятельной работы	50/1,39
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	30/0,83
Общая трудоемкость часы зачетные единицы	144/4

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Тематический план дисциплины «Коммерческая логистика» представлен в таблице 3.

Таблица 3

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Формир уемые компете нции	Лекц ии	Практи ческие занятия	Лаборат орные работы	СР	Конт роль	Всег о
	Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции	ОПК-4, ОПК-5, ПК-13, ПК-14						
1.	Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес- процессов	ОПК-4	2	2		4		8
2.	Основные составляющие электронной коммерции	ОПК-4, ОПК-5	2	2		4		8
3.	Интернет как основа электронной коммерции	ОПК-4, ОПК-5	2	2		4		8

4.	Организация электронной коммерции	ОПК-4, ОПК-5, ПК-13, ПК-14	2	2		4		8
5.	Веб-сайт как основа электронной коммерции	ПК-13, ПК-14	2	2		4		8
	Раздел 2. Организационные составляющие электронной коммерции	ОПК-4, ОПК-5, ПК-13, ПК-14						
6.	Особенности электронной коммерции на различных типах рынка	ПК-13, ПК-14	2	2		4		8
7.	Торговые системы в электронной коммерции	ПК-13, ПК-14	2	2		4		8
8.	Электронные магазины	ОПК-5, ПК-13, ПК-14	2	2		4		8
9.	Платежные системы в электронной коммерции	ОПК-5, ПК-13, ПК-14	4	4		4		12
10.	Определение экономической эффективности электронной коммерции	ОПК-5, ПК-13, ПК-14	4	4		4		12
11.	Обеспечение безопасности электронной коммерции	ОПК-5, ПК-13, ПК-14	4	4		4		12
12.	Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции	ОПК-5, ПК-13, ПК-14	4	4		6		14
Контроль							30	30
Итого			32	32		50	30	144

5.2. Содержание разделов и тем

Таблица 4

№ темы	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
	Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции	
1	Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов	Информационные технологии и их влияние на экономическую деятельность. Сравнительная характеристика фундаментальных признаков

		традиционной и сетевой экономики. Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов. Понятие электронной коммерции. Электронная торговля как составная часть электронной коммерции. Эволюция электронной коммерции. Цели электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции для производителей и потребителей. Цикл электронной коммерции. Составляющая электронной коммерции: субъекты электронной коммерции, функциональные системы; осуществляемые процессы; сети, передающие информацию. Сфера применения электронной коммерции.
2	Основные составляющие электронной коммерции	Основные категории электронной коммерции: рыночное пространство, виртуальные товары, транзакция, «online», «offline», трафик. Концепции электронной коммерции. Информационная поддержка существующего традиционного бизнеса. Организация продаж через Интернет. Создание Интернет-компаний. Рекламная модель. Классификация моделей электронной коммерции. Частичная электронная коммерция. Полная электронная коммерция. Горизонтальная модель электронной коммерции. Вертикальная модель электронной коммерции. Модель «бизнес-бизнес» (B2B). Модель «бизнес-потребитель» (B2C). Модель «потребитель-администрация» (C2A). Модель «потребитель-потребитель» (C2C). Особенности систем электронной коммерции. Электронная коммерция ориентированная на бизнес-партнеров. Электронная коммерция ориентированная на представление информации.
3	Интернет как основа электронной коммерции	Понятие и сущность Интернет. Основные виды сетей Интернет. Основные составляющие Интернет. Протоколы Интернет. Информационные ресурсы Интернет. Характерные особенности Интернет: интерактивность, гипертекстовая природа, эффект присутствия, мультимедиа, сетевая навигация. Коммуникационные модели Интернет: «один к одному», «один к многим», «многие по многим». Службы Интернет. Электронная почта, телеконференции, списки рассылки, FTR, IRC, службы поиска информации.
4	Организация электронной коммерции	Изменение в работе фирмы в связи с внедрением электронной коммерции. Основные проблемы внедрения ЭК. Характеристика основных этапов организации бизнеса. Принципы создания ЭК. Инфраструктура электронной коммерции: сетевая, производственная; сбыта, обслуживание. Бизнес-решение в области ЭК. Предпринимательские решения. Содержательное решение.

		Управленческое решение. Технологическое решение. Вопросы маркетинговой деятельности в электронной коммерции. Основные направления использования маркетинга в электронной коммерции. Инструменты маркетинга в электронной коммерции. Сегментация потребителей в электронной коммерции. Критерии сегментации. Поиск, сбор и обработка маркетинговой информации в процессе функционирования системы электронной коммерции. Особенности реализации товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.
5	Веб-сайт как основа электронной коммерции	Веб-сайт как основа бизнеса в Интернет. Цели создания сайтов. Задачи, выполняемые сайтами. Виды сайтов: конечные, навигационные. Процесс создания сайта. Выбор имени сайта. Система доменных имен. Размещение сайта. Продвижение сайта в сети Интернет.
	Раздел 2. Организационные составляющие электронной коммерции	
6	Особенности электронной коммерции на различных типах рынка	Основные направления работы с конечными потребителями в электронной коммерции. Состояние потребительского рынка. Специфика сектора «бизнес-потребитель». Общая характеристика покупателей. Критерии мотивации использования электронного способа заключения сделки конечными потребителями. Стратегии маркетинга, используемые в системе «бизнес-потребитель». Показатели развития потребительской электронной коммерции, показатель максимальной численности, показатель активной аудитории. Организация обратной связи в системе «бизнес-потребитель». Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес». Характеристика «бизнес-бизнес». Источники снижения затрат в сфере «бизнес-бизнес». Особенности системы «бизнес-бизнес». Типы закупок используемые предприятиями-организациями. Способы совершения сделок в Интернет. Модели открытого рынка. Модели закрытого (иерархического) рынка. Роль посредников в электронной коммерции. Задачи посредников. Функции посредников. Функции посредников в электронной коммерции. Виды посредников в электронной коммерции.
7	Торговые системы в электронной коммерции	Торговые системы как составной элемент электронной коммерции. Виды торговых систем: Интернет- площадки, Интернет -магазины. Сущность Интернет- площадок. Цель Интернет-площадок. Особенности Интернет- площадок. Классификация Интернет- площадок по степени влияния участников, с учетом специализации

		деятельности, по типу управления. Источники доходов ЭТП. Структура ЭТП. Модели организации торговых площадок. Онлайн-каталог. Аукцион. Биржа. Интернет - сообщества.
8	Электронные магазины	Понятие электронного магазина. Сравнительная характеристика традиционного и электронного магазина. Преимущества электронного магазина. Функции, выполняемые электронными магазинами. Классификация ЭМ в зависимости от предлагаемого ассортимента: узкоспециализированные, специализированные, комбинированные, универсальные. Классификация магазинов в зависимости от способа представления информации и выполняемых функций Интернет-витрины. Торговый автомат. Автоматические магазины. Организация деятельности в электронном магазине. Основные модели создания интерактивных магазинов. Выбор места размещения электронного магазина. Механизм взаимодействия Интернет-магазина с покупателями. Персонал электронного магазина. Технологии продаж в электронном магазине.
9	Платежные системы в электронной коммерции	Сущность электронных платежей и технология проведения расчетов в электронной коммерции. Основные свойства финансовых транзакций. Средства платежа в ЭК. Безналичные средства. Платежные системы электронной коммерции и критерии их выбора. Кредитные системы электронной коммерции. Дебетные системы электронной коммерции. Интернет - банкинг. Характеристики российских платежных систем.
10	Определение экономической эффективности электронной коммерции	Понятие экономической эффективности систем электронной коммерции. Классификация показателей оценки эффективности электронной коммерции. Показатели оценки эффективности создания систем электронной коммерции. Показатели эффективности функционирования систем электронной коммерции. Показатели оценки стоимости бизнеса в электронной коммерции. Показатели, характеризующие динамику и структуру потребителей.
11	Обеспечение безопасности электронной коммерции	Основные направления обеспечения безопасности ведения электронной коммерции. Организационные вопросы обеспечения информационной безопасности. Основные принципы построения системы защиты информации. Стандарты информационной безопасности. Программно-технические вопросы обеспечения информационно безопасности.
12	Нормативно-правовое	Международное правовое обеспечение электронной

обеспечение электронной
коммерции

коммерции. Правовое обеспечение электронной
коммерции в России. Нормативно-техническое
обеспечение электронной коммерции.
Международные стандарты электронной
коммерции. Стандартизация в сфере электронной
коммерции.
Сертификация и лицензирование в сфере
электронной коммерции.

6. Методические указания по освоению дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Методические указания для преподавателя

Основное внимание при изучении курса «Электронная коммерция» необходимо сконцентрировать на прикладном аспекте использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности обучающегося по направлению «Торговое дело».

Важно создать условия для владения студентами базовых понятий организационного поведения, позволяющих анализировать профессиональную деятельность. На практических занятиях необходимо использовать материалы из реальной управленческой практики.

Лекция имеет целью - 1) систематизацию основ научных знаний по дисциплине, 2) концентрацию внимания студентов на наиболее сложных и узловых проблемах организационного поведения.

Проведение практических занятий должно быть направлено на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы. Проведение практических занятий направлено на формирование навыков и умений самостоятельного применения полученных знаний в практической деятельности.

Методические указания для студентов

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практическое занятие и указания на самостоятельную работу.

Практические занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, презентаций, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Практическое занятие может быть проведено в форме тренинга, где используется видео-курсы, ролевые игры, разбор управленческих ситуаций, психологические упражнения, самотестирование.

В качестве базового учебника по дисциплине предлагается:

Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 363 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5931-4. - УМО ВО. - Электронное издание. — <https://www.biblio-online.ru/book/62BF7750-A13C-410B-9548-225009F8986C>

6.2. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа является составной частью учебного процесса и направлена на освоение учебных дисциплин без прямого участия преподавателя. Самостоятельная работа обеспечивает:

- формирование навыков работы с нормативной, научной, учебно-методической, справочной и др. литературой;
- подготовку к выполнению творческих заданий (докладов, рефератов, курсовых работ, диссертации).

Самостоятельная работа должна быть направлена на проработку основных разделов курса, а также изучение вопросов, выходящих за рамки лекционных занятий. Рекомендуется просмотр научных публикаций в периодической печати и сайтов Internet, связанных с проблемами коммерции, с развитием современных методов и технологий для решения задач коммерции.

Направлениями самостоятельной работы студентов по дисциплине «Электронная коммерция» являются:

- изучение теоретического материала из разделов курса, не излагаемых на лекциях, семинарских и практических занятиях;
- подготовка докладов и сообщений по отдельным разделам курса;
- закрепление практических навыков в результате выполнения индивидуальных практических заданий, а также в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям.

Самостоятельная работа способствует приобретению навыков научно-исследовательской работы:

- при сборе информации и её обработке;
- при изучении учебно-методической и справочной литературы;
- при написании научных работ;
- при подготовке к студенческим конференциям, конкурсам, олимпиадам.

Формами контроля самостоятельной работы студентов по дисциплине «Электронная коммерция» являются:

- опрос на семинарских занятиях, дискуссии;
- обсуждение докладов;
- тестирование.

Тематика докладов

1. Современное состояние электронной коммерции в России
2. Тенденции развития электронной коммерции в секторе B2B
3. Проблемы функционирования систем электронной коммерции
4. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
5. Сравнительная характеристика традиционного магазина и Интернет-магазина
6. Привлечение покупателей в Интернет-магазин
7. Организация торгово-технологического процесса в розничной Интернет-торговле
8. Организация работы Интернет-аукционов
9. Кастомайзинг и его использование в электронной коммерции
10. Характеристика российских платежных систем
11. Интернет-банкинг в России и за рубежом.
12. Разновидности электронных торговых площадок
13. Технология деятельности Интернет-бирж
14. Брокерские услуги в Интернет
15. Средства общения в Интернете
16. Пути и методы создания электронного магазина
17. Технология проведения расчетов в Интернет
18. Процесс перевода бизнеса в электронную среду
19. Интернет-маркетинг как составляющая электронной коммерции
20. Электронная коммерция как фактор повышения конкурентоспособности предприятия

6.3. Методические рекомендации по практическим и/или лабораторным занятиям

Организационно-методический раздел

Практические занятия проводятся с целью закрепления знаний, полученных на лекциях, и обсуждения дополнительной информации из рекомендуемого списка литературы.

Студент к практическому занятию должен подготовить устные вопросы, приведенные к каждому занятию, ознакомиться с основной и дополнительной литературой по изучаемой теме.

В ходе подготовки к практическим занятиям студент должен уметь анализировать представленные в научных изданиях, учебной литературе, а также в периодических изданиях

различные точки зрения на рассматриваемую проблему, сопоставлять факты, события и уметь давать собственную оценку изучаемой теме.

По темам курса предусмотрено выполнение тестовых заданий и лабораторных работ. При подготовке к тестам рекомендуется внимательно прочитать тестовые вопросы, ознакомиться с вариантами предлагаемых ответов и выбрать правильный вариант. При выполнении лабораторной работы необходимо ознакомиться с ее целью, порядком проведения работы, информационной базой и в соответствии с заданием ответить на поставленные вопросы.

Темы семинарских занятий. Порядок подготовки к занятиям

Тема 1. Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов.

1. Понятие и значение электронной коммерции в современном бизнесе.
2. Цикл электронной коммерции.
3. Сферы применения электронной коммерции.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование

Тема 2. Основные составляющие электронной коммерции

1. Основные категории электронной коммерции
2. Концепции электронной коммерции.
3. Модели электронной коммерции и их характеристики.
4. Основные виды сетевого бизнеса.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование

Тема 3. Интернет как основа электронной коммерции

1. Интернет и его ресурсы.
2. Характерные особенности Интернет.
3. Службы Интернет.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 4. Организация электронной коммерции

1. Основные принципы и этапы организации бизнеса в ЭК.
2. Компоненты бизнес - решений в ЭК.
3. Особенности маркетинговой деятельности в ЭК.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 5. Веб — сайт как основа электронной коммерции

1. Веб - сайт и его разновидности.
2. Процесс создания сайта.
3. Продвижение сайта в сети.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 6. Особенности электронной коммерции на различных типах рынка

1. Электронная коммерция на потребительском рынке.
2. Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес».
3. Электронная коммерция на рынке промежуточных продавцов.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 7. Торговые системы в электронной коммерции

1. Сущность торговых систем в электронной коммерции их виды.
2. Электронные торговые площадки.
3. Основные модели организации электронных торговых площадок.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 8. Электронным магазины.

1. Понятие и виды электронных магазинов.
2. Организация деятельности в электронной коммерции.
3. Обслуживание электронного магазина.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 9. Платежные системы в электронной коммерции

1. Сущность электронных платежей и технология проведения расчетов в электронной коммерции
2. Виды и особенности платежных систем применяемых в электронной коммерции. Критерии их выбора.
3. Российские платежные системы.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 10. Определение экономической эффективности электронной коммерции

1. Понятие экономической эффективности электронной коммерции. Система показателей оценки экономической эффективности.
2. Оценка эффективности создания систем электронной коммерции.
3. Оценка эффективности функционирования систем электронной коммерции.
4. Показатели стоимости электронной коммерции.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 11. Обеспечение безопасности электронной коммерции

1. Основные направления обеспечения безопасности ведения электронной коммерции.
2. Защита информации в электронной коммерции.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

Тема 12. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции

1. Правовое обеспечение развития электронной коммерции.
2. Нормативно-техническое обеспечение электронной коммерции.
3. Сертификация и лицензирование в сфере электронной коммерции.

Порядок проведения занятий:

- 1) опрос; 2) тестирование.

6.4. Методические рекомендации по написанию курсовых работ/курсовых проектов/контрольных работ

Написание курсовой работы не предусмотрено учебным планом.

Контрольная работа по дисциплине «Электронная коммерция» выполняется студентами заочной формы обучения и является одной из форм самостоятельной работы. Работа над ней способствует расширению и углублению знаний, приобретению опыта работы со специальной литературой.

Контрольная работа выполняется с целью закрепления теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы и практических материалов.

Контрольная работа состоит из наиболее важных для усвоения данной дисциплины вопросов.

Контрольная работа включает два вопроса.

При написании работы желательно приводить цитаты, статистические данные, графики и диаграммы, которые должны иметь ссылки на информационный источник (фамилия, инициалы автора, название цитируемого источника, том, часто, выпуск, издательство, год, страница). Желательно показать значимость раскрываемых вопросов на примере практических материалов, связанных с местом работы студента.

Не зачитывается контрольная работа, в которой содержание вопроса дословно переписано из прослушанных студентом лекций, учебника или монографии. При выполнении контрольной работы следует творчески подходить к имеющейся информации, уметь выразить свое мнение по исследуемому вопросу.

Контрольная работа должна быть аккуратно оформлена, иметь нумерацию страниц и список использованных литературных источников.

В списке литературы указываются все использованные студентом источники, расположенные в алфавитном порядке и пронумерованные.

Если содержание контрольной работы отвечает предъявленным требованиям, то она зачитывается. При неудовлетворительном выполнении контрольной работы она возвращается студенту на доработку.

Преподаватель пишет рецензию на контрольную работу, указывая основные замечания, которые студент должен учесть при подготовке и сдаче экзамена.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Перечень контролируемых мероприятий для проведения промежуточного контроля по дисциплине «Электронная коммерция» представлен в таблице 5.

Таблица 5

Фонд оценочных средств по дисциплине «Электронная коммерция»

Промежуточная аттестация (в конце семестра)						
Курсовая работа	Курсовой проект	Контрольная работа (для заочной формы обучения)	Промежуточное тестирование	Зачет	Зачет с оценкой	Экзамен
1	2	3	4	5	6	7
		+	+			+

Контролирующие мероприятия:

1. Контрольная работа

Цель - закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы и практических материалов.

Процедура - контрольная работа по дисциплине «Электронная коммерция» выполняется студентами заочной формы обучения в течение семестра. Студенты сдают выполненную работу на проверку преподавателю в установленные сроки. В случае, если вопросы контрольной работы не раскрыты, она возвращается студенту на доработку. Написание контрольной работы является обязательным для допуска к сдаче экзамена.

Содержание:

Варианты контрольных работ

Вариант №1.

1. Основные категории электронной коммерции: «виртуальные товары», «B2B», «B2C», «B2A», «C2A», «C2C».

2. Способы расчетов в системах электронной коммерции.

Вариант №2.

1. Определение и содержание терминов «Электронный бизнес», «Электронная коммерция», «Электронная торговля».

2. Виды торговых площадок.

Вариант №3.

1. Сущность и значение электронной коммерции в современном бизнесе.

2. Понятие и виды электронных магазинов.

Вариант №4.

1. Современное состояние электронной коммерции.

2. Маркетинг в электронной коммерции.

Вариант №5.

1. Основные виды платежных систем в ЭК.

2. Организация работы Интернет-аукциона

Вариант №6.

1. Реклама в Интернет, её многообразие и специфика.

2. Оценка эффективности электронной коммерции.

Вариант №7.

1. Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес», понятия, характеристики, особенности организации.

2. Интернет - биржи.

Вариант №8.

1. Понятие Web - сайта. Классификация сайтов.

2. Инфраструктура электронной коммерции.

Вариант №9.

1. Типы посредников в электронной коммерции.

2. Организация бизнеса в электронной среде.

Вариант №10.

1. Электронная коммерция на потребительском рынке: понятия, состояние, перспективы развития.

2. Кредитные платежные системы.

Вариант №11.

1. Использование электронной коммерции в системе «администрация - бизнес» (G2Q).

2. Дебетные платежные системы.

Вариант №12.

1. История возникновения и основные этапы развития электронной коммерции.

2. Российские платежные системы.

Вариант №13.

1. Технология проведения платежей в электронной коммерции.

2. Классификация видов бизнеса (по сфере деятельности), основанных на электронной коммерции. Объекты и субъекты систем, электронной коммерции.

Вариант №14.

1. Интернет - среда - новый дистрибутивный канал в электронной коммерции.

2. Определение понятий «Безопасность электронной коммерции». Основные системы обеспечения безопасности.

Таблица 6

ЗАКРЕПЛЕНИЕ ВАРИАНТА

Выбор варианта контрольной работы: по первой букве фамилии студента.

первые буквы фамилии	вариант контрольной работы
А,П	1
Б,Р	2
В,С	3
Г,Т	4

Д,У	5
Е,Ф	6
Ж,Х	7
З,Ц	8
И,Ч	9
К,Ш,	10
Л,Щ	11
М,Э	12
Н,Ю	13
О,Я	14

Таблица 7

Шкала и критерии оценки		
№ п/п	Критерии	Зачтено
1	Глубина проработки материала по вопросу	Основные теоретические положения по вопросу раскрыты. Имеются элементы обоснования выводов.
2	Представление	Имеются элементы систематизации информации, факты применения профессиональной терминологии.
3	Использование рекомендованной литературы	Основные источники рекомендованной литературы использованы.
4	Грамотность изложения и качество оформления	Продемонстрирована культура речи. Соблюдены основные требования к оформлению.
5	Выводы	Сделаны верно. Имеются элементы обоснования

Если работа не отвечает названным критериям, выставляется оценка «не зачтено».

2. Промежуточное тестирование

Цель - оценка уровня освоения студентами понятийно-категориального аппарата по соответствующим разделам дисциплины, сформированности отдельных умений и навыков, усвоения учебного материала.

Тест не является аналогией экзаменационным вопросам, анкетам и имеет значительные отличия от контрольных работ. Наиболее важным и принципиальным является то, что показатели тестов ориентированы на измерение степени, уровня усвоения ключевых понятий, тем и разделов учебной программы, умений, навыков и пр.

Процедура - традиционная форма текущего и промежуточного контроля по отдельным темам, предполагающая ответы на тестовые задания в аудиторных условиях.

Содержание

Тема 1. Электронная коммерция как новая среда ведения бизнеса

1. Электронная коммерция - это:

- А. коммерческая деятельность в сфере рекламы и распространения товаров и услуг посредством использования сети Интернет;
 - Б. продажа товаров и услуг с помощью телекоммуникационных средств, в том числе и Интернет;
 - В. технология, обеспечивающая полный цикл операций, включающий заказа товара (услуги), проведения платежей, участие в управлении доставкой товара с использованием информационных технологий;
 - Г. процесс представления товара в телекоммуникационных сетях.
- Код контролируемой компетенции: ОПК-4

2. Электронная коммерция является составной частью:

- А. электронного бизнеса;
- Б. сетевой экономики;

В. электронной поддержки пользователей;
Г. предпринимательства.
Код контролируемой компетенции: ОПК-4

3. Целью электронной коммерции является:

- А. получение максимальной прибыли;
- Б.удовлетворение потребителей;
- В. обеспечение высокой экономической эффективности функционирования;
- Г. верны все высказывания.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

4. Отличие электронной коммерции от традиционного бизнеса заключается в:

- А. способе получения и передачи информации.
- Б.стадиях оформления купли-продажи;
- В.стадиях выполнения заказа;
- Г.этапах заключения сделки.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

5. Цикл электронной коммерции - это:

- А. совокупность операций, способствующих выполнению услуг;
- Б. последовательность действий, обеспечивающих куплю-продажу товаров и услуг;
- В. совокупность составляющих электронной коммерции;
- Г. процесс продажи товаров.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

6. Деятельность, использующая возможность глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей компании с целью повышения эффективности деятельности и создания прибыли, называется:

- А. сетевая экономика;
- Б. электронная торговля;
- В.электронный бизнес;
- Г. электронная коммерция

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

7. Компания предоставляет потребителям возможность осуществить заказ продукции электронным способом. Соотнесите данную деятельность с этапами развития электронной коммерции:

- А. данная деятельность соответствует 1 этапу развития электронной коммерции;
- Б. данная деятельность соответствует 2 этапу развития электронной коммерции;
- 8. данная деятельность соответствует 3 этапу развития электронной коммерции;
- Г. данная деятельность соответствует 4 этапу развития электронной коммерции;

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

8. Субъектами электронной коммерции являются:

- А. организации, осуществляющие торговые операции;
- Б. организации, осуществляющие производственную деятельность;
- В. финансовые институты;
- Г. любые организации и потребители услуг

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

Тема 2. Основные составляющие электронной коммерции

1. Кто из субъектов использует электронную коммерцию с целью снижения затрат и повышения эффективности функционирования:

- А. производители;
- Б. конечные потребители;

В. государственные структуры.;

Г. все вышеперечисленные

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

2. Компания занимается поставкой программных и технических средств для ведения электронной коммерции. С учетом профиля деятельности определите сферу применения электронной коммерции:

А. бизнес на Интернет

Б. бизнес вокруг Интернет

В. бизнес в Интернет

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

3. Транзакция - это:

А. способ передачи информации в сети Интернет;

Б. информация, передаваемая по сети Интернет;

В. название одного из протоколов Интернет;

Г. любое взаимодействие между участниками рыночного пространства в сети Интернет

4. Транзакционным продуктом в электронной коммерции принято считать:

А. информационный продукт;

Б. материальный продукт;

В. любые новые продукты;

Г. любой товар, реализуемый в виртуальном пространстве

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

5. Какой вид товара, реализуемый в электронной коммерции, доставляется электронным способом:

А. «жесткий» товар;

Б. «мягкий» товар;

В. как «жесткие», так и «мягкие»;

Г. транзакционный товар.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

6. Режим работы, при котором обмен по компьютерным сетям между субъектами осуществляется с продолжительными перерывами называется:

А. «он-лайн»;

Б. «офф-лайн»;

В. «трафик»;

Г. «режим взаимодействия».

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

7. Определите вариант использования электронной коммерции, если концепция реализации включает создание интерактивного сайта, налаживание системы поставок, складирования, доставки и проведение платежей:

А. рекламная модель;

Б. организация продаж через Интернет;

В. информационная поддержка существующего традиционного бизнеса;

Г. создание компании, реализующей товары исключительно через Интернет

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

8. Определите, какие модели являются производными бизнес-моделями:

А. «бизнес-бизнес»

Б. «бизнес-потребитель»

В. «потребитель-потребитель»

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

Тема 3. Интернет как основа электронной коммерции

1. Эта служба Интернет позволяет пользователю общаться друг с другом посредством присоединения к разговору. Определите название этой службы:

- А. электронная почта;
- Б. телеконференция
- В. списки рассылки
- Г. служба IRC

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

2. Трафик - это:

- А. способ передачи информации в сети Интернет;
- Б. информация, передаваемая по сети Интернет;
- В. название одного из протоколов Интернет;
- Г. объем информации, передаваемой в сети Интернет.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

3. Какая из характерных особенностей Интернет представлена вариантами «один к одному», «один ко многим», «многие ко многим»:

- А. коммуникационная;
- Б. интерактивная;
- В. мультимедиа;
- Г. гипертекст.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

4. Что понимают под службами Интернет:

- А. система, предоставляющие услуги пользователям;
- Б. системы, лежащие в основе функционирования Интернет;
- В. характеристику протекания процесса коммуникации в Интернет — среде.
- Г. технологии построения сети Интернет.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

5. Что является основным признаком отложенной услуги:

- А. информация по запросу пользователя возвращается немедленно;
- Б. между запросом пользователя и получением информации существует временной разрыв;
- В. Данные услуги требуют от получателя информации немедленной ответной реакции на нее.

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

6. Стеки-это:

- А. семейство протоколов;
- Б. устройство доступа к Интернет;
- В. поставщики услуг Интернет;
- Г. ресурсы Интернет

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

7. Какая из характерных особенностей Интернет основана на совместных действиях бизнес-процесса в лице пользователя автоматизированного средства связи по обмену информации:

- А. коммуникационная;
- Б. интерактивная;
- В. мультимедиа;
- Г. гипертекст.

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

8.Эта служба Интернет позволяет пользователю размещать свои сообщения по определенной тематике для просмотра и ответа другим пользователями Интернет. Определите название этой службы:

- А.электронная почта;
- Б. телеконференция
- В. списки рассылки
- Г.служба IRC

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

Тема 4. Организация электронной коммерции

1.Описание товара в электронной коммерции должно быть представлено:

- А. н а основе товароведной классификации;
- Б. на основе основных атрибутов товара, таких как наименование и цена
- В. на основе таких атрибутов как цена, наименование, производитель.;
- Г на основании опыта компании и особенностей потребителей

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

2. Определите, какие процессы относятся к вспомогательным инфраструктурным процессам:

- А. производство;
- Б.сбыт;
- В.управление персоналом;
- Г.сервис и сопровождение

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

3.Что означает принцип равноправия применительно к процессу организации бизнеса в электронной коммерции:

- А. к ресурсам электронной коммерции и к сети Интернет должны иметь одинаковый доступ как предприятия любых размеров, форм собственности, так и физические лица;
- Б.система электронной коммерции должна создаваться с учетом потребностей не только отечественного рынка, но и мирового
- В.система электронной коммерции должна быть способной к быстрому реагированию на запросы клиентов в сети
- Г.все операции в электронной коммерции необходимо осуществлять с учетом действующего законодательства

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

4. В каком из перечисленных компонент бизнес-решений определяется цель ведения электронного бизнеса и сроки реализации проекта по переводу бизнеса в электронную среду:

- А.технологическое решение;
- Б. предпринимательское решение;
- В.содержательное решение;
- Г.управленческое решение

Код контролируемой компетенции: ОПК-4

5.Свойство рекламы в Интернете, характеризующее двусторонний поток информации называется:

- А.многогранность;
- Б.наполненность;
- В .интерактивность;
- Г.взаимосвязанность

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

6. Push-технология предполагает:

- А.принудительное получение информации потребителем;

Б. рассылку информации по мере поступления запроса от потребителей;
В. предполагает оба варианта
Код контролируемой компетенции: ОПК-5

7. Кросс-продажа предполагает:

- А. предложение более дорогих товаров по сравнению с купленными;
- Б. предложение сопутствующих товаров в момент приобретения определенного товара покупателем;
- В. продажу товаров-новинок;
- Г. предложение товаров VIP-клиентам.

Код контролируемой компетенции: ПК-13

8. Определите, что относится к средствам электронного публичного ритейла:

- А. гостевая книга;
- Б. банеры;
- В. ценовые премии;
- Г. ап-продажи

Код контролируемой компетенции: ПК-14

Тема 5. Веб-сайт как основа электронной коммерции

1. Сайт это:

- А. участок сервера, т.е. раздел, посвященный какой-либо одной теме;
- Б. небольшие ресурсы, не имеющие своего доменного имени и представляют собой информацию о том или ином частном лице;
- В. специальная программа, установленная на компьютере, подключенном к Интернет

Код контролируемой компетенции: ПК-13

2. Определите цель навигационных сайтов:

- А. распространение рекламной информации;
- Б. направление потребителей к нужным конечным сайтам;
- В. предоставление информации о компании и ее услугах;
- Г. проведение платежей в электронной коммерции

Код контролируемой компетенции: ПК-13

3. Вертикальные порталы обслуживают:

- А. узкоспециализированные сообщества или рынки;
- Б. любое сообщество Интернет;
- В. целевую аудиторию, ограниченную рамками крупных компаний и корпораций;
- Г. конечных потребителей

Код контролируемой компетенции: ПК-13

4. Техническое задание - это:

- А. документ, определяющий контентное наполнение сайта;
- Б. документ, подробно описывающий структуру сайта;
- В. документ, определяющий дизайн сайта;
- Г. документ, определяющий цель и задачи сайта

Код контролируемой компетенции: ПК-13

5. Доменное имя - это:

- А. адрес сайта в Интернет;
- Б. адрес физического или юридического лица;
- В. клиентская программа;
- Г. адрес хост-компьютера;

Код контролируемой компетенции: ПК-13

6. Система доменных имен построена по:
А. линейному принципу;
Б. иерархическому принципу;
В. организационному принципу;
Г. легитимному принципу.
Код контролируемой компетенции: ПК-14

7. Бесплатную регистрацию сайта не возможно осуществить:
А. в поисковых системах;
Б. в каталогах;
8. на сайтах дилеров;
Г. в традиционной рекламе.
Код контролируемой компетенции: ПК-14

8. Парковка домена это:
А. возможность регистрации домена только при имеющемся сайте;
Б. возможность регистрации домена при отсутствии сайте;
В. аренда домена;
Г. предоставление домена на условиях франшизы
Код контролируемой компетенции: ПК-14

Тема 6. Особенности электронной коммерции на различных типах рынка

1. В какой модели электронного бизнеса контроль за процессом коммерческой сделки осуществляется в одностороннем порядке коммерческим предприятием:

- А. в модели «бизнес-бизнес»
 - Б. в модели «бизнес-потребитель»
 - В. в модели «потребитель-потребитель»
 - Г. в модели «бизнес-администрация»
- Код контролируемой компетенции: ПК-13

2. Основным мотивом использования электронного способа заключения сделки является отсутствие давления со стороны торгового персонала:

- А. в модели «бизнес-бизнес»
 - Б. в модели «бизнес-потребитель»
 - В. в модели «потребитель-потребитель»
 - Г. в модели «бизнес-администрация»
- Код контролируемой компетенции: ПК-13

3. Круг пользователей, принимающих участие в конкретном проекте заранее известен:

- А. в модели «бизнес-бизнес»
 - Б. в модели «бизнес-потребитель»
 - В. в модели «потребитель-потребитель»
 - Г. в модели «бизнес-администрация»
- Код контролируемой компетенции: ПК-13

4. Модель открытого рынка предполагает:

- А. использование электронной коммерции для интеграции деловых процессов между рыночными участниками и сближения партнеров за счет повышения транзакций между ними;
 - Б. использование электронной коммерции для снижения затрат на реализацию продукции за счет предоставления покупателям легкого и дешевого поиска товаров;
 - В. использование электронной коммерции для осуществления электронного снабжения;
 - Г. использование электронной коммерции для осуществления логистической деятельности
- Код контролируемой компетенции: ПК-13

5. Запланированные закупки в электронном снабжении осуществляются:
- А. у уже известного поставщика, с которым компания заключила контракт;
 - Б. у уже известного поставщика, с которым предстоит заключить контракт;
 - В. у нового поставщика, с которым компания ранее не работала
 - Г. верно А и Б

Код контролируемой компетенции: ПК-13

6. При обратных закупках:

- А. несколько компаний поразных по финансовым возможностям и объемам закупок приобретают нужный товар и пользуются оптовыми скидками;
- Б. компании приобретают товар для удовлетворения собственных производственных возможностей;
- В. покупатель сам называет нужный ему товар и цену, а продавцы определяют, выгодна им эта сделка или нет;
- Г. когда покупатель возвращает на подошедший ему товар по техническим характеристикам

Код контролируемой компетенции: ПК-14

7. Какой из приведенных ниже показателей позволяет определить емкость рынка:

- А. показатель активной аудитории;
- Б. показатель ежемесячной аудитории;
- 8. показатель максимальной численности;
- Г. показатель «ядро аудитории»

Код контролируемой компетенции: ПК-14

8. Какая модель электронной коммерции представлена электронной розничной торговлей:

- А. модель «бизнес-бизнес»
- Б. модель «бизнес-потребитель»
- В. модель «потребитель-потребитель»
- Г. модель «бизнес-администрация»

Код контролируемой компетенции: ПК-14

Тема 7. Торговые системы в электронной коммерции

1. Форма электронной коммерции, представляющая собой идеальную модель гибкого установления цены:

- А. корпоративный портал;
- Б. электронное сообщество;
- В. электронный аукцион;
- Г. электронная биржа

Код контролируемой компетенции: ПК-13

2. Электронный аукцион, предназначенный для продажи ограниченного количества определенного товара:

- А. английский аукцион;
- Б. аукцион однотипных магазинов;
- В. двойной аукцион;
- Г. аукцион закрытых предложений

Код контролируемой компетенции: ПК-13

3. Электронный аукцион, при котором продавец устанавливает минимальную цену и торги прекращаются по мере назначения наивысшей цены:

- А. английский аукцион;
- Б. аукцион однотипных магазинов;
- В. двойной аукцион;
- Г. аукцион закрытых предложений

Код контролируемой компетенции: ПК-13

4.Электронный аукцион, в ходе которого продавец назначает изначально завышенную цену, которая постепенно снижается:

- А.английский аукцион;
- Б. аукцион однотипных магазинов;
- В. голландский аукцион;
- Г. аукцион закрытых предложений

Код контролируемой компетенции:ПК-13

5.Электронная торговая площадка, где цена регулируется спросом и предложением, в результате чего подвержена сильным изменениям:

- А. аукцион;
- Б.биржа;
- В. сообщество;
- Г.каталог

Код контролируемой компетенции:ПК-14

6.Электронная торговая площадка, которая собирает вместе потенциальных покупателей и продавцов на базе общего профессионального интереса:

- А. аукцион;
- Б.биржа;
- В. сообщество;
- Г.каталог

Код контролируемой компетенции:ПК-14

7.Форма взаимодействия заказчиков и поставщиков, характерная для отраслей с высокой концентрацией потенциала:

- А. отраслевая торговая площадка
- Б.корпоративный портал;
- В.электронное сообщество
- Г. отраслевой каталог

Код контролируемой компетенции:ПК-14

8.Вертикальные торговые площадки:

- А.объединяют предприятия, принадлежащие к различным отраслям, но решающие схожие вопросы;
- Б.объединяют предприятия одной отрасли или поставщиков и посредников одного предприятия;
- В.объединяют потребителей, приобретающих аналогичную продукцию;
- Г.объединяют дилеров наличного рынка

Код контролируемой компетенции:ПК-14

Тема 8. Электронные магазины

1Сайт, содержащий подробную информацию о предлагаемой к продаже продукции и предлагающий разместить заказ, который поступает в обычный офис по электронной почте:

- А.электронный аукцион;
- Б.торговая площадка;
- В. магазин;
- Г. электронная витрина

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

2.Элемент, обеспечивающий работу электронного магазина и управляющий окончательным составом заказа:

- А. электронная витрина;

- Б. каталог продукции;
- В. виртуальная корзина;
- Г. менеджер по закупкам

Код контролируемой компетенции: ОПК-5

3. Сайт, предоставляющий информацию о товарах и услугах, принимающий заказы на товары и услуги и автоматически обрабатывающий их - это:

- А. торговый автомат;
- Б. торговая Интернет система;
- В. магазин;
- Г. электронная витрина

Код контролируемой компетенции: ПК-13

4. Сайт, предоставляющий информацию о товарах и услугах и обеспечивающий весь цикл покупки (поиск, заказ, оплата, доставка) - это:

- А. торговый автомат;
- Б. торговая Интернет система;
- В. магазин;
- Г. электронная витрина

Код контролируемой компетенции: ПК-13

5. Бек-офис - это:

- А. приложения, отвечающие за выполнение конкретных функций в электронном магазине;
- Б. приложения, отвечающие за заполнение форм каталога с конкретным описанием товара;
- В. приложения, отвечающие за клиентскую базу данных;
- Г. приложения, отвечающие за контроль уровней запасов на складе

Код контролируемой компетенции: ПК-13

6. Функция закупки в электронном магазине реализуется с помощью:

- А. электронной витрины;
- Б. каталога продукции;
- В. виртуальной корзины;
- Г. менеджера по закупкам

Код контролируемой компетенции: ПК-14

7. Магазин выполняет функции предоставления информации, классификации товаров по заданным критериям, резервированием товарных запасов, формированием заявок на доставку товаров потребителям. Определите вид магазина:

- А. торговый автомат;
- Б. торговая Интернет система;
- В. магазин;
- Г. электронная витрина

Код контролируемой компетенции: ПК-14

8. «Коробочное» программное обеспечение предполагает:

- А. аренду готового магазина;
- Б. заказную разработку, при которой создание магазина поручается специалистам;
- В. самостоятельную разработку магазина;
- Г. покупку типового интерфейса

Код контролируемой компетенции: ПК-14

Тема 9. Платежные системы в электронной коммерции

1. Какой группы способов расчетов, применяемые для оплаты приобретённых в интернете товаров, не существует:

А. расчёты вне электронной сети
Б. расчёты в рамках электронной сети
В. расчёты из рук в руки
Код контролируемой компетенции: ОПК-5

2. Банковский перевод является одним из способов расчётов
А. вне электронной сети
Б. в рамках электронной сети
В. из рук в руки
Код контролируемой компетенции: ОПК-5

3. Наложённый платёж или оплата наличными по факту доставки является одним из способов расчётов
А. вне электронной сети
Б. в рамках электронной сети
В. из рук в руки
Код контролируемой компетенции: ОПК-5

4. Платформой протокола безопасных электронных сделок (защита электронной подписью) пользуются
А. Банки
Б. промышленные предприятия
В. учебные организации
Код контролируемой компетенции: ОПК-5

5. Уровень зрелости электронных платёжных систем определяют следующие требования
А. конфиденциальность
Б. целостность информации
В. идентификация
Код контролируемой компетенции: ПК-14

6. Электронные платёжные системы включают в себя следующие формы расчётов
А. банковские карты
Б. электронные чеки
В. цифровые деньги
Г. все вышеперечисленные
Код контролируемой компетенции: ПК-14

7. Это персонифицированный платёжный инструмент, предоставляющий владельцу карты возможность безналичной оплаты товаров и услуг, а также получение наличных средств в отделениях банков и банковских автоматах (банкоматах)
А. банковские карты
Б. электронные чеки
В. цифровые деньги
Код контролируемой компетенции: ПК-14

8. Это документ, в котором плательщик дает указание своему банку о перечислении денег
А. банковские карты
Б. электронные чеки
В. цифровые деньги
Код контролируемой компетенции: ПК-14

9. Протокол, обеспечивающий безопасную оплату товаров с использованием кредитных карт:

- A. SSL (SecureSocketLayerProtocol);
 - Б. ARP(AddressResolutionProtocol);
 - В. (Point-to-pointprotocol);
 - Г. SET (SecureElectronicTransactionspecification).
- Код контролируемой компетенции:ПК-14

10. Миниатюрный компьютер с процессором, памятью, программным обеспечением и системой ввода/вывода информации:

- A. смартфон;
- Б. мейнфрейм;
- В. смарт-карта;
- Г. ноутбук.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

11. Очень большие числа или файлы, которые выполняют функции денежных знаков -это:

- A. кредитная карта;
- Б. дебетовая карта;
- В. электронные наличные;
- Г. смарт-карта.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

12. Проведение банковских операций через сеть Internet:

- A. Интернет-трейдинг;
- Б. Интернет-реклама;
- В. Интернет-банкинг;
- Г. Интернет-транзакция.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

13. Системы электронных наличных, существующих сегодня в России:

- A. CyberPlat;
- Б. PayCash;
- В. WebMoney;
- Г. Assist.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

14. Какая из ниже перечисленных процедур имеет место только при использовании пластиковых карт как средств оплаты:

- A. авторизация;
- Б. персонализация;
- В. аутентификация;
- Г. эквайеризация

Код контролируемой компетенции:ПК-14

15. Банки, обслуживающие продавца называют:

- A. эквайеры;
- Б. эмитенты;
- В. расчетные центры

Код контролируемой компетенции:ПК-14

16. Платежная система:

- A. обеспечивает проведение расчетов между банком-эквайером и банком -эмитентом;
- Б. обеспечивает обработку поступающей от эквайера информации на проведение платежа;
- В. осуществляет техническую поддержку реализации платежа;
- Г. обслуживают конкретные средства платежа

Код контролируемой компетенции:ПК-14

17.Самым простым способом оплаты товаров в электронной коммерции является:

- А.кредитная платежная система;
- Б.дебетная платежная система;
- В. протокол сеанса связи;
- Г. Интернет-банкинг.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

18.Какой вид платежных систем может обслуживать только систему В2С:

- А.кредитная платежная система;
- Б.дебетная платежная система;
- В. протокол сеанса связи;
- Г. Интернет-банкинг.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

19.По принципу «покупать сегодня - оплачивать сегодня» действуют

- А. дебетовые платежные системы
- Б. кредитные платежные системы
- В. электронный кошелек QIWI
- Г. Яндекс.Деньги

Код контролируемой компетенции:ПК-14

20. К дебетовым платежным системам относятся:

- А. PAYCASH
- Б. WEBMONEY
- В. CASHEW
- Г. ASSIST

Код контролируемой компетенции:ПК-14

Тема 10. Определение экономической эффективности электронной коммерции

1.Чистая приведенная стоимость - это показатель, который относится к...

- А. оценке эффективности создания;
- Б. оценке Функционирования;
- В. оценке стоимости бизнеса в электронной среде;
- Г. оценке эффективности маркетинговой политики.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

2. Разница между общей стоимостью активов (за вычетом износа и использованных ресурсов) и общей суммой обязательств.

- А. Обоснованная рыночная стоимость;
- Б. Балансовая стоимость компании;
- В. Гудвилл;
- Г. Оцененная стоимость.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

3. К текущим показателям оценки результатов деятельности электронного магазина не относится.

- А. число повторных посетителей электронного магазина в течение определенного периода времени
- Б. удельный вес посетителей электронного магазина, сделавших покупки, от общего их числа;
- В. объем сделанных покупок в денежном выражении, приходящийся на одного покупателя;
- Г. срок окупаемости инвестиций

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

4. Способ определения стоимости предприятия, основанный на сравнении данного предприятия с аналогичными ранее проданными компаниями - .

- А. доходный;
- Б. рыночный;
- В. затратный;
- Г. балансовый.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

5. К стартовым инвестициям можно отнести:

- А. расходы, связанные с эксплуатацией технической части электронной системы;
- Б. средства, израсходованные на создание электронного магазина
- В. оплата труда обслуживающего персонала;
- Г. издержки (потери), вызываемые отказами в работе технической части системы.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

6. Возможные направления оценки эффективности электронной коммерции:

- А. экономическое;
- Б. организационное;
- В. маркетинговое;
- Г. все перечисленные.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

7. Эффективность ЭК, это:

- А. отношение полученного результата к затратам на его получение;
- Б. категория для обозначения меры соответствия достигнутых результатов с помощью технологий, приемов и правил ЭК целям совершаемых коммерческих операций с учетом затраченных ресурсов;
- 8. категория для обозначения преимуществ в проведении коммерческой операции методами ЭК по сравнению с обычными методами.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

8.Критерий эффективности, это:

- А. главный показатель эффективности проведения коммерческой операции;
- Б. анализ совокупности показателей эффективности проведения коммерческой операции;
- В. правило, по которому выбранные показатели эффективности сравниваются между собой или с установленной нормой.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

9. Эффективность рекламной кампании в Интернет в основном зависит от:

- А. соответствия рекламируемого ресурса характеристике целевой аудитории провайдера;
- Б. величины коэффициента отклика баннера;
- В. дизайна сайта, где рекламируется ресурс;
- Г. размера целевой аудитории сайта провайдера.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

10. Критерий эффективности коммерческой операции должен формулироваться исходя из:

- А. условий проведения коммерческой операции;
- Б. целей проведения коммерческой операции;
- В. объемов коммерческой операции;
- Г. всего перечисленного

Код контролируемой компетенции:ПК-14

11. Для определения эффективности ЭК показатели сравниваются

- А. с установленной нормой;
- Б. между собой;
- В. с критерием эффективности.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

12. К единовременным затратам на разработку системы ЭК относят

- А. затраты на анализ и планирование;
- Б. амортизационные отчисления;
- В. затраты на развитие сервера;
- Г. стоимость программного обеспечения.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

13. К эксплуатационным расходам использования систем ЭК относят

- А. стоимость программного обеспечения;
- Б. взносы за доменное имя;
- В. плата провайдеру интернет-услуг;
- Г. затраты на переподготовку кадров

Код контролируемой компетенции:ПК-14

Тема 11. Обеспечение безопасности электронной коммерции

1. Безопасность электронной коммерции - это.

- А. комплекс мероприятий по защите от угроз при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции;
- Б. состояние защищенности интересов субъектов отношений, совершающих коммерческие операции (сделки) с помощью технологий ЭК от угроз материальных и иных потерь;
- В. состояние электронных средств, обеспечивающее защиту от угроз материальных и иных потерь при совершении сделок с помощью технологий ЭК.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

2. Электронная цифровая подпись, это:

- А. аналог собственноручной подписи, реализованный в электронном виде;
- Б. признак того, что полученный файл отправлен именно владельцем ЭЦП и в том виде, как он был составлен отправителем;
- В. специальным образом подготовленное электронное сообщение, подтверждающее его целостность и авторство отправителя.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

3. При создании системы безопасности электронной коммерции руководствуются:

- А. принципом достаточности, который заключается в том, чтобы проводимые мероприятия с учетом потенциальных угроз были минимальными и достаточными;
- Б. принципом максимальной минимизации ущерба от потенциальных угроз;
- В. принципом обеспечения безопасности от всех угроз.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

4. Одним из условий, предъявленных к информации, составляющую коммерческую тайну является:

- А. известность ее "третьим" лицам;
- Б. обеспечение свободного доступа информации на законном основании;
- В. действительная и потенциальная коммерческая ценность информации

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

5. Состояние, при котором отсутствует возможность причинения ущерба потребностям и интересам субъектов отношений:

- А. угроза;

- Б.безопасность;
- В.защита;
- Г.предохранение.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

6. Общие принципы обеспечения безопасности:

- А. неопределенности;
- Б.законности;
- В.последовательности рубежей;
- Г. минимального риска;
- Д. персональной ответственности;
- Е. защиты всех от всех.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

7. Принципы реализации системы защиты:

- А.неопределенности;
- Б.минимального риска;
- 8. последовательности рубежей;
- Г. комплексности и индивидуальности;
- Д. персональной ответственности;
- Е. защиты всех от всех.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

8. Категории информационной безопасности:

- А. доступность;
- Б.единство;
- В. целостность;
- Г. конфиденциальность;
- Д.системность.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

9. Убытки, определяемые стоимостью утраченного оборудования или расходами на восстановление поврежденного оборудования относятся к типу:

- А.прямых;
- Б.косвенных.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

10. Мероприятия по обеспечению безопасности считаются эффективными, если:

- А.стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается меньше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности;
- Б.стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается больше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности;
- В.стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается не меньше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

11. Безопасность электронной коммерции - это.

- А. комплекс мероприятий по защите от угроз при совершении сделок с помощью технологий электронной коммерции;
- Б. состояние защищенности интересов субъектов отношений, совершающих коммерческие операции (сделки) с помощью технологий ЭК от угроз материальных и иных потерь;

В. состояние электронных средств, обеспечивающее защиту от угроз материальных и иных потерь при совершении сделок с помощью технологий ЭК.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

12. Электронная цифровая подпись, это:

А. аналог собственноручной подписи, реализованный в электронном виде;

Б. признак того, что полученный файл отправлен именно владельцем ЭЦП и в том виде, как он был составлен отправителем;

В. специальным образом подготовленное электронное сообщение, подтверждающее его целостность и авторство отправителя.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

13. Принцип невозможности создания идеальной системы защиты обусловлен...

А. ограниченностью ресурсов, которыми, как правило, располагает система безопасности;

Б. неопределенностью, а именно: когда, кто, где и каким образом попытается нарушить безопасность объекта защиты;

В. тем и другим.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

14. Система криптозащиты PGP является:

А. системой, использующей ассиметричное шифрование;

Б. системой, использующей симметричное шифрование;

В. системой использующей и ту, и другую технологию.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

15. Система криптозащиты PGP реализует функции:

А. защиту документов с помощью ЭЦП;

Б. защиту документов с помощью шифрования;

В. всё вместе взятое.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

16. Математическая формула, описывающая процессы зашифрования и расшифрования сообщения, это...

А. криптоанализ;

Б. ключ;

В. шифр;

Г. ЭЦП.

Код контролируемой компетенции:ПК-13

17. При создании системы безопасности электронной коммерции руководствуются:

А. принципом достаточности, который заключается в том, чтобы проводимые мероприятия с учетом потенциальных угроз были минимальными и достаточными;

Б. принципом максимальной минимизации ущерба от потенциальных угроз;

В. принципом обеспечения безопасности от всех угроз.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

18. Критерий оценки эффективности системы безопасности заключается:

А. в отношении стоимости взлома этой системы к убыткам, которые могут возникнуть при нарушении безопасности;

Б. в отношении стоимости системы защиты к стоимости взлома этой системы;

В. в отношении стоимости системы защиты к текущим расходам на поддержание ее работоспособности.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

19. Аутентификация - это

- А, тайнопись;
- Б. техника скрытой передачи или скрытого хранения информации;
- В. информация, передаваемая по сети Интернет;
- Г. подпись, которой заверяется электронная почта;
- Д. установление законным получателем факта, что полученное сообщение послано законным отправителем.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

20. Одним из условий, предъявленных к информации, составляющую коммерческую тайну является:

- А. известность ее "третьим" лицам;
- Б. обеспечение свободного доступа информации на законном основании;
- В. действительная и потенциальная коммерческая ценность информации.

Код контролируемой компетенции:ПК-14

Тема 12. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции

1. Документ, в котором информация представлена в электронно-цифровой форме - это...

- А. Электронная цифровая подпись;
- Б. Электронный документ;
- В. Цифровой документ;
- Г. Шифр.

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

2. В наиболее общем виде вопрос обмена информацией представлен в.

- А. Федеральном законе № 149 от 27.07.2006 года «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
- Б. Гражданском Кодексе РФ
- В. Федеральном законе N 1 от 10 января 2002 года «Об электронной цифровой подписи»
- Г. Конституция РФ

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

3. Субъект, удостоверяющий электронные подписи и однозначно указывающий на их владельцев называется

- А. Информационным центром
- Б. Удостоверяющим центром
- В. Нотариальным центром
- Г. Центром сертификации

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

4. Отношения, возникающие в связи с созданием, использованием произведений науки, литературы и искусства, фонограмм, исполнений, постановок, передач организаций эфирного и кабельного вещания регулирует Федеральный закон.

- А. «Об авторском праве и смежных правах»
- Б. «О коммерческой тайне»
- В. «О персональных данных»
- Г. «Об информации, информационных технологиях и защите информации»

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

5. Признак физической неотчуждаемости информации означает

- А. информация не может быть отчуждена от создателя или иного обладателя;
- Б. при овеществлении и включении в оборот информация обычно закрепляется на каком-либо материальном носителе и распространяется с его помощью;

Код контролируемой компетенции:ОПК-5

6. Может ли недокументированная информация являться объектом правового регулирования

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

7. Переходят ли права интеллектуальной собственности на информацию при заключении договора купли-продажи материального носителя такой информации

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

8. Какой ключ ЭЦП применяется для подписания электронных документов:

А. открытый,

Б. закрытый

Код контролируемой компетенции:ПК-14

9. При соотношении документа на электронном и бумажном носителе приоритет имеет:

А. электронный носитель;

Б. бумажный носитель

Код контролируемой компетенции:ПК-14

10. Допускается ли использование несертифицированных средств ЭЦП:

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

11. Можно ли передать право подписания документов ключом ЭЦП от владельца к иному лицу:

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

12. Может ли владельцем Сертификата ЭЦП быть юридическое лицо:

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

13. Для идентификации сообщения и проверки его аутентификации используется ключ ЭЦП:

А. открытый,

Б. закрытый

Код контролируемой компетенции:ПК-14

14. В чем может быть выражено денежное обязательство в соответствии с гражданским законодательством

А. только в рублях;

Б. в рублях и иностранной валюте

Код контролируемой компетенции:ПК-13

15. Под электронной (сетевой) денежной единицей на территории РФ, в настоящий момент, понимается

А. национальная валюта соответствующего государства;

Б. условная денежная единица

Код контролируемой компетенции:ПК-13

13.Расчеты за услуги электронной наличностью на территории РФ регулируются:

А. гражданским законодательством;

Б. валютным законодательством;

Код контролируемой компетенции:ПК-13

14.Эмитентом платежных карт могут выступать

А. только банки;

Б. любые коммерческие организации

Код контролируемой компетенции:ПК-13

15.Овердрафт может быть предоставлен

А. только по дебетовым картам;

Б. только по кредитным картам;

Код контролируемой компетенции:ПК-13

16.Заключается ли договор банковского счета при приобретении prepaid карты

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-13

17.Расчеты по дебетовым картам осуществляются:

А. эмитентом;

Б. держателем

Код контролируемой компетенции:ПК-14

18.Расчеты по кредитным картам осуществляются:

А. эмитентом;

Б. держателем

Код контролируемой компетенции:ПК-14

19.Расчеты по prepaid картам осуществляются:

А. эмитентом;

Б. держателем

Код контролируемой компетенции:ПК-14

20.Распространяется ли действие ФЗ «О защите прав потребителей» на дистанционные продажи, когда заказчиком выступает юридическое лицо

А. да;

Б. нет

Код контролируемой компетенции:ПК-14

Шкала и критерии оценки

Общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл - 100 баллов. В процентном соотношении оценки (по пятибалльной системе) выставлены в следующих диапазонах:

Таблица 8

Оценка	Критерии оценки
отлично	85%-100%
хорошо	65%-85%
удовлетворительно	50%-65%

3. Экзамен

Цель - оценка качества усвоения учебного материала и сформированности компетенций в результате изучения дисциплины.

Процедура - проводится в форме собеседования с преподавателем после подготовки ответа на полученный билет. Студент получает вопрос или билет и 15-20 минут на подготовку. По итогам экзамена выставляется оценка .

Содержание:

Таблица 9

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Электронная коммерция»

№ п\п	Содержание вопроса	Код контролируемой компетенции
1.	Понятие и значение электронной коммерции в современном бизнесе	ОПК-4
2.	Цикл электронной коммерции	ОПК-4
3.	Сфера применения электронной коммерции	ОПК-4
4.	Основные категории электронной коммерции	ОПК-4
5.	Цели и концепции электронной коммерции	ОПК-5
6.	Основные виды сетевого бизнеса	ОПК-5
7.	Интернет и его ресурсы	ОПК-5
8.	Характерные особенности Интернет	ОПК-4
9.	Службы Интернет	ОПК-4
10.	Основные принципы и этапы организации бизнеса в электронной коммерции	ОПК-4
11.	Компоненты бизнес-решений в сфере электронного бизнеса	ОПК-4
12.	Маркетинговые вопросы в электронной коммерции	ОПК-5
13.	Особенности комплекса маркетинга в электронной коммерции	ОПК-5
14.	Веб-сайт и его разновидности	ОПК-5
15.	Процесс создание сайта	ПК-13
16.	Продвижение сайта в сети	ПК-14
17.	Электронная коммерция на потребительском рынке	ПК-13
18.	Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес»	ПК-14
19.	Электронная коммерция на рынке промежуточных продавцов	ПК-14
20.	Сущность торговых систем в ЭК и их виды.	ОПК-5
21.	Электронные торговые площадки.	ПК-13
22.	Основные модели организации электронных торговых площадок	ПК-13
23.	Понятие и виды электронных магазинов	ПК-13
24.	Организация деятельности электронного магазина	ПК-13
25.	Обслуживание электронного магазина	ПК-13
26.	Сущность электронных платежей и свойства электронных транзакций	ОПК-5
27.	Средства платежа в электронной коммерции	ПК-13
28.	Дебетные платежные системы	ПК-14
29.	Кредитные платежные системы	ПК-14
30.	Российские платежные системы	ПК-14

31.	Понятие экономической эффективности систем электронной коммерции	ОПК-5
32.	Показатели эффективности создания электронной коммерции	ПК-14
33.	Оценка эффективности текущих результатов деятельности	ПК-14
34.	Оценка эффективности конечных результатов деятельности	ПК-14

Таблица 10

<u>Шкала и критерии оценки</u>		
отлично	хорошо	удовлетворительно
1. полно раскрыто содержание вопросов билета; 1. материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология; 2. показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; 3. продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; 4. ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.	1. ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: 2. в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; 3. допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора; 4. допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.	1. неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; 3. при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков.

Промежуточный контроль по дисциплине позволяет оценить степень выраженности (сформированности) компетенций:

Таблица 11

Уровни сформированности компетенций

Компетенции (код, наименование)	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
ОПК-4 Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для	1. Пороговый	Знать: - основные термины и определения электронной коммерции; - этапы развития ЭК и сети Интернет; - инструментарий и классификацию ЭК Уметь:

организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией		- анализировать основные бизнес-модели электронной коммерции с точки зрения поиска нестандартных решений при организации коммерческой деятельности в сети Интернет; Владеть: - навыками определения (выбора) наиболее рационального метода организации коммерческой деятельности в сети Интернет
	2. Повышенный	Знать: - основные бизнес-модели электронной коммерции и специфику ее участников; Уметь: -использовать платёжные системы в ЭК; Владеть: - навыками осуществления электронных коммуникаций с поставщиками и потребителями в сети Интернет.
ОПК-5 Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	1. Пороговый	Знать: - основные понятия эффективности ЭК; Уметь: - осуществлять выбор эффективных аппаратных и программных средств обработки информации, которые могут быть использованы для автоматизации финансовых и торговых операций; Владеть: - навыками анализа и решения современных проблем, сопутствующих организации продаж и закупок через Интернет, с учетом достижений научно-технического развития ИКТ
	2. Повышенный	Знать: - основные группы услуг, оказываемых через Интернет и особенности их оказания; Уметь: - провести оценку эффективности системы ЭК; Владеть: - навыками анализа и применения аппаратных и программных средств обработки информации при автоматизации финансовых и торговых операций
ПК-13 Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и(или)	1. Пороговый	Знать: - принципы построения систем ЭК Уметь: - разработать план мероприятий по внедрению системы ЭК на предприятии Владеть: - методами организации продаж в Интернет
	2. Повышенный	Знать: - особенности коммуникационной политики в электронной коммерции, а также специфику

товароведной)		финансовых и торговых транзакций, осуществляемых с помощью компьютерных сетей; Уметь: - применять системы криптозащиты в ЭК Владеть: - навыками по продвижению и оптимизации WEB-сайта системы ЭК
ПК-14 Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	1. Пороговый	Знать: - основные понятия безопасности ЭК Уметь: - использовать системы сбора и анализа данных посещаемости; Владеть: - навыками оценки эффективности систем электронной коммерции на предприятии
	2. Повышенный	Знать: - основные проблемы сопутствующие организации продаж и закупок через Интернет, а также достижения научно-технического развития ИКТ, позволяющие организовать коммерческую деятельность в сети Интернет; Уметь: - выявлять и анализировать современные проблемы, связанные с организацией коммерческой деятельности в сети Интернет; Владеть: - навыками по внедрению технологий ЭК на предприятии.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 363 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5931-4. - УМО ВО. - Электронное издание. — <https://www.biblio-online.ru/book/62BF7750-A13C-410B-9548-225009F8986C>

Дополнительная литература

1. Электронная коммерция: Учебное пособие / О.А. Кобелев; под ред. проф. С.В. Пирогова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 684 с. — ISBN 978-5-394-01738-4. - Электронное издание. — <http://ibooks.ru/reading.php?productid=342684>

8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В учебном процессе по дисциплине используются следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Система управления обучением (<http://lms2.sseu.ru/>)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://elibrary.ru>
- Электронная библиотечная система «Айбукс» <http://1Book8.ru>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 12

Вид помещения	Оборудование
---------------	--------------

Вид помещения	Оборудование
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	1. Комплекты ученической мебели 2. Мультимедийный проектор 3. Доска 4. Экран
Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий	1. Комплекты ученической мебели 2. Мультимедийный проектор 3. Доска 4. Экран 5. Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и доступом к ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	1. Комплекты ученической мебели 2. Мультимедийный проектор 3. Доска 4. Экран 5. Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и доступом к ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	1. Комплекты ученической мебели 2. Мультимедийный проектор 3. Доска 4. Экран 5. Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и доступом к ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования.

Таблица 13

Перечень программного обеспечения, необходимого для реализации дисциплины

«Электронная коммерция»

1	MicrosoftOffice 2007Russian OLP NL AE	Пакет офисных программ. Только лицензия. Тип лицензии OLP NL AE (корпоративная, предназначена для государственных образовательных учреждений).
2.	Почтовый клиент	MicrosoftOutlookизкомплектаMicrosoftOffice 2007RussianOLPNLAE или же почтовый веб-клиент
3.	Интернет-браузер	Любой из свободно-распространяемых интернет браузеров или же MicrosoftInternetExplorer 8 и выше.

Перечень учебно-наглядных пособий (демонстрационного оборудования), необходимых для реализации дисциплины «Электронная коммерция»

1. Электронные плакаты (презентации) по курсу «Электронная коммерция»

Разработчики:

к.э.н., доц. кафедры коммерции,

сервиса и туризма

ученая степень, должность, кафедра

Иванова Н.В.

подпись

ФИО