МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Системы электронной коммерции

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **43.03.01 Сервис**
Направленность (профиль) / специализация: **Информационный сервис**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **РТФ, Радиотехнический факультет**
Кафедра: **ТУ, Кафедра телевидения и управления**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2016 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	34	34	часов
2	Практические занятия	34	34	часов
3	Всего аудиторных занятий	68	68	часов
4	Самостоятельная работа	112	112	часов
5	Всего (без экзамена)	180	180	часов
6	Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
7	Общая трудоемкость	216	216	часов
		6.0	6.0	З.Е.

Экзамен: 6 семестр

Томск 2018

Согласована на портале № 36499

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 54 от «15» 6 2018 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 43.03.01 Сервис, утвержденного 20.10.2015 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ТУ «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

Доцент каф. ТУ _____ В. А. Семиглазов

Заведующий обеспечивающей каф. ТУ _____ Т. Р. Газизов

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан РТФ _____ К. Ю. Попова

Заведующий выпускающей каф. ТУ _____ Т. Р. Газизов

Эксперты:

Доцент кафедры телевидения и управления (ТУ) _____ А. Н. Булдаков

Доцент кафедры телевидения и управления (ТУ) _____ Е. В. Зайцева

Согласована на портале № 36499

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

Целью изучения дисциплины «Системы электронной коммерции» является получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию средств электронной коммерции, ознакомление с основными технологиями электронной коммерции и методами работы с ними.

1.2. Задачи дисциплины

– Достижение поставленной цели осуществляется посредством решения следующих основных задач:

– • изучение задач и инструментов электронной коммерции как элемента электронного бизнеса;

– • изучение информационных ресурсов и особенностей их использования для решения задач электронной коммерции;

– • использование технологий информационных систем в электронной коммерции;

– • знакомство с методами обеспечения информационной безопасности в электронной коммерции;

– • знакомство с правовыми аспектами электронного бизнеса.

–

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Системы электронной коммерции» (Б1.В.ДВ.4.1) относится к блоку 1 (вариативная часть).

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Базы данных, Бизнес-планирование предприятий сервиса, Бухгалтерский учет и финансовая отчетность, Компьютерное моделирование управленческих решений, Маркетинг в информационном сервисе, Основы предпринимательской деятельности, Теория менеджмента.

Последующими дисциплинами являются: Инновационный менеджмент.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса;

– ПК-3 готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** • основные принципы функционирования современной электронной коммерции; • основные принципы индустрии использования новых информационных технологий и продуктов, телекоммуникационных технологий, телекоммуникационных услуг; • основные принципы и технологии электронного бизнеса, электронных рынков, правового обеспечения электронной коммерции.

– **уметь** • применять средства электронной коммерции во всех аспектах для всех видов бизнеса; • использовать средства электронной коммерции и приобретенные знания, умения и навыки в сфере сервиса; • использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности; • разработать план мероприятий по внедрению системы электронной коммерции на предприятии сервиса.

– **владеть** • основными направлениями функционирования средств электронной коммерции; • техническим и правовым обеспечением средств электронной коммерции; • навыками информационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия сервиса.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Согласована на портале № 36499

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		6 семестр
Аудиторные занятия (всего)	68	68
Лекции	34	34
Практические занятия	34	34
Самостоятельная работа (всего)	112	112
Проработка лекционного материала	42	42
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	70	70
Всего (без экзамена)	180	180
Подготовка и сдача экзамена	36	36
Общая трудоемкость, ч	216	216
Зачетные Единицы	6.0	6.0

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
6 семестр					
1 Роль и место электронной коммерции в современном мире	6	6	19	31	ОПК-1, ПК-3
2 Особенности внедрения электронной коммерции в России	6	6	19	31	ОПК-1, ПК-3
3 Инструментарий электронной коммерции. Стандарты в электронной коммерции	6	6	19	31	ОПК-1, ПК-3
4 Автоматизированные системы электронной коммерции.	6	6	19	31	ОПК-1, ПК-3
5 Интернет-маркетинг	4	4	17	25	ОПК-1, ПК-3
6 Безопасность электронной коммерции. Эффективность электронной коммерции	6	6	19	31	ОПК-1, ПК-3
Итого за семестр	34	34	112	180	
Итого	34	34	112	180	

Согласована на портале № 36499

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1 Роль и место электронной коммерции в современном мире	Электронная коммерция в современном обществе. История возникновения и этапы развития электронной коммерции. Взгляд международных организаций на основные требования и рекомендации по процедурам и правилам электронной коммерции. Динамика мирового рынка электронной коммерции. .Воздействие развития электронной коммерции на экономику.	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
2 Особенности внедрения электронной коммерции в России	Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России. Развитие телекоммуникационных систем как непременное условие успешного внедрения систем электронной коммерции. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией. Обзор крупных проектов, Стратегии развития систем электронной коммерции.Анализ проблем электронной коммерции, связанных с о вступлением России во Всемирную торговую организацию.	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
3 Инструментарий электронной коммерции. Стандарты в электронной коммерции	Классификаторы информации. Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности стран Содружества Независимых Государств. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений.	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
4 Автоматизированные системы электронной коммерции.	Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции. Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Платежные системы Интернета. Российские платежные системы. Системы электронного документооборота.	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
5 Интернет-маркетинг	Интернет-маркетинг и его сущность. Инструментарий интернет-маркетинга	4	ОПК-1, ПК-3
	Итого	4	
6 Безопасность электронной коммерции.	Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективностисистемы безопасности в электронной коммерции. Вопросы право-	6	ОПК-1, ПК-3

Согласована на портале № 36499

Эффективность электронной коммерции	вого регулирования безопасности электронной коммерции. Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformence. Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов		
	Итого	6	
Итого за семестр		34	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин					
	1	2	3	4	5	6
Предшествующие дисциплины						
1 Базы данных			+	+		+
2 Бизнес-планирование предприятий сервиса					+	
3 Бухгалтерский учет и финансовая отчетность			+	+		
4 Компьютерное моделирование управленческих решений						+
5 Маркетинг в информационном сервисе		+			+	
6 Основы предпринимательской деятельности	+	+			+	
7 Теория менеджмента		+				
Последующие дисциплины						
1 Инновационный менеджмент	+	+				

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Прак. зан.	Сам. раб.	

Согласована на портале № 36499

ОПК-1	+	+	+	Экзамен, Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Тест, Отчет по практическому занятию
ПК-3	+	+	+	Экзамен, Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Тест, Отчет по практическому занятию

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
6 семестр			
1 Роль и место электронной коммерции в современном мире	- Business-to-Business: B2B-портал- Business-to-Consumer: Электронный магазин	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
2 Особенности внедрения электронной коммерции в России	- Consumer-to-Consumer: Аукционы- Классификация бизнес-сайтов	6	ПК-3
	Итого	6	
3 Инструментарий электронной коммерции. Стандарты в электронной коммерции	- Коммерческий цикл и стратегии выхода в Электронной коммерции.- Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса.	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
4 Автоматизированные системы электронной коммерции.	- Выбор способа организации приложения Электронной коммерции в сервисе- Разработка приложения Электронной коммерции в сервисе	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
5 Интернет-маркетинг	- Разработка медиа плана.- Расчёты в электронной коммерции.	4	ОПК-1, ПК-3
	Итого	4	
6 Безопасность электронной коммерции. Эффективность электронной коммерции	- Сводный анализ деятельности в электронной коммерции.- Анализ платёжной системы Yandex.Деньги	6	ОПК-1, ПК-3
	Итого	6	
Итого за семестр		34	

Согласована на портале № 36499

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
6 семестр				
1 Роль и место электронной коммерции в современном мире	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ОПК-1, ПК-3	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	19		
2 Особенности внедрения электронной коммерции в России	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ПК-3, ОПК-1	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	19		
3 Инструментарий электронной коммерции. Стандарты в электронной коммерции	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ОПК-1, ПК-3	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	19		
4 Автоматизированные системы электронной коммерции.	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ОПК-1, ПК-3	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	19		
5 Интернет-маркетинг	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	10	ОПК-1, ПК-3	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	17		
6 Безопасность электронной коммерции. Эффективность электронной коммерции	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	12	ОПК-1, ПК-3	Конспект самоподготовки, Опрос на занятиях, Отчет по практическому занятию, Тест, Экзамен
	Проработка лекционного материала	7		
	Итого	19		

Согласована на портале № 36499

Итого за семестр		112		
	Подготовка и сдача экзамена	36		Экзамен
Итого		148		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
6 семестр				
Конспект самоподготовки	3	3	4	10
Опрос на занятиях	3	3	4	10
Отчет по практическому занятию	6	7	7	20
Тест	10	10	10	30
Итого максимум за период	22	23	25	70
Экзамен				30
Нарастающим итогом	22	45	70	100

11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11.2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)

Согласована на портале № 36499

3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Основы электронной коммерции и интернет-маркетинга: Учебное пособие / Бараксанов Д. Н. - 2011. 132 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2177 (дата обращения: 03.07.2018).

12.2. Дополнительная литература

1. Основы электронного бизнеса: Учебное пособие / Зайцева Е. В. - 2012. 263 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2405 (дата обращения: 03.07.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Электронная коммерция: Методические указания по выполнению лабораторных работ и организации самостоятельной работы / Бараксанов Д. Н. - 2012. 9 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/2338 (дата обращения: 03.07.2018).
2. Управление IT-сервисами и контентом: Методические указания к практическим занятиям и по организации самостоятельной работы для студентов, обучающихся по направлению подготовки 080500.62 «Бизнес-информатика» / Бараксанов Д. Н. - 2012. 9 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3899 (дата обращения: 03.07.2018).

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Базы данных Томскстата:
2. http://tmsk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tmsk/ru/statistics/db/

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические ил-

Согласована на портале № 36499

люстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Учебная аудитория

учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 220 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение не требуется.

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

Согласована на портале № 36499

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1) Роль электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:

a) ее технологии обеспечивают возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными трансакционными издержками;

b) она обеспечивает хозяйствующим субъектам с минимальными трансакционными издержками;

c) быстро и без посредников находить коммерческого партнера;

d) она позволяет использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.

ТТКУ

2) Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:

a) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающей высокие темпы роста экономики страны;

b) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;

c) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.

3) В основе электронной коммерции лежат:

a) сеть Интернет;

b) новые технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;

c) информационные технологии.

4) Принято выделять следующие группы классификации по виду субъектов ЭК:

a) администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;

b) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;

c) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.

5)К какой разновидности классификации по виду субъектов ЭК относятся системы обеспечения госзакупок:

a) B2B (бизнес-бизнес);

b) B2C (бизнес-потребитель);

c) C2C (потребитель-потребитель);

d) B2G (бизнес-администрация).

6) Определение электронной коммерции:

a) принципиально новый способ покупки, продажи и распределения товаров и услуг, регулируемый международно-признанными многосторонними правилами торговли;

b) предпринимательская деятельность по совершению коммерческих операций, осуществляемая с использованием электронных средств обмена данными;

c) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

7) Основное преимущество электронной коммерции состоит в:

a) удобстве и комфортности для пользователей;

b) быстроте совершения сделок;

c) значительном сокращении трансакционных издержек;

Согласована на портале № 36499

d) отсутствии необходимости личного общения при совершении сделки.

8) Стандарты ЭДИФАКТ, это:

a) правила, рекомендованные Организацией Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте;

b) международный стандарт работы с коммерческой информацией в электронном виде;

c)правила создания, обмена и обработки электронных сообщений при совершении коммерческих операций с помощью технологий электронной коммерции.

9) Пересмотр Классификатора ИНКОТЕРМС-2000 и его замена на ИНКОТЕРМС-2010 был вызван:

a) произошедшими изменениями в условиях поставки товаров;

b) необходимостью предоставления возможности участникам коммерческих сделок использовать электронные сообщения при выполнении своих обязательств, связанных с поставкой товаров;

c) истечением срока действия классификатора ИНКОТЕРМС-2000

10) Основные требования по правилам и процедурам электронной коммерции вырабатывают:

a) провайдеры и разработчики программного обеспечения;

b) субъекты электронной коммерции;

c) международные организации.

11) Инструментами электронной коммерции являются:

a) классификаторы;

b) стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;

c) автоматизированные системы электронной коммерции;

d) инструменты WEB-маркетинга;

e) все перечисленные.

12) Классификатор информации, это:

a) полный перечень понятий из какой либо предметной области сгруппированных по принятому признаку классификации и присвоенные им коды;

b) перечень закодированных понятий, используемых для автоматизированной обработки информации в какой либо предметной области;

c) перечень понятий из какой либо предметной области сгруппированных по принятому признаку классификации.

13) Для создания автоматизированных систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:

a) локальные, специально созданные для систем ЭК;

b) общероссийские;

c) международные;

d) все перечисленные.

14) Чем характеризуются системы ЭК класса B2C?

a) этот вид ЭК подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;

b) этот вид ЭК предназначен для обслуживания государственного заказа;

c) этот вид ЭК характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.

15) К какой разновидности классификации по относится данный ресурс www.ozon.ru

a) рекламная бизнес-модель;

b) поддержка существующего бизнеса;

c) организация нового бизнеса.

Согласована на портале № 36499

16) Выберите протокол передачи данных, на котором базируется сеть Интернет
a) NetBEUI;
b) TCP/IP;
c) IPX/SPX;
d) POP3;
e) SMTP.

17) Для интерпретации цифрового представления адреса IP используется:
a) восьмиразрядная адресация;
b) шестнадцатиразрядная адресация;
c) тридцатидвухразрядная адресация.

18) Что характеризует данный идентификатор http://www. yandex. ru?
a) доменное имя;
b) IP –адрес;
c) универсальный указатель ресурса (URL);
d) всё вместе взятое.

19) Доменная зона «.COM» является:
a)доменом верхнего уровня;
b) доменом нижнего уровня;
c) доменом первого уровня;
d) доменом верхнего и одновременно первого уровня.

20) Доменное имя какого уровня является наиболее престижным для коммерческой организации?
a) первого уровня;
b) второго уровня;
c) верхнего уровня.

21) Доменная зона ".NET" относится к группе:
a) доменов группы общего назначения (genericTopleveldomain);
b) доменов группы по коду страны (countrycodeTopleveldomain);
c) и к той, и другой группе.

22) В какой коммуникационной модели потребителю отводится исключительно пассивная роль и отсутствует обратная связь?
a)"Многие-ко-многим";
b) "Один-к-одному";
c) "Один-ко-многим".

23) Что характеризует показатель посещаемости hosts (хосты) в системе сбора данных HotLog?
a) общее число обращений пользователей к странице Web-сервера;
b) уникальность адреса в Интернете (IP-адрес) компьютера, с которого были обращения к Web-ресурсу;
c) общее число обращений компьютеров с уникальным IP-адресом к странице Web-сервера;
d) обращение недружественного пользователя.

24) Инструменты WEB-маркетинга, это:
a) средства, приемы и правила ведения маркетинговых операций в среде Интернет;
b) приемы и правила традиционного маркетинга в среде Интернет;
c) технологии Интернета, которые можно использовать для ведения маркетинговых

Согласована на портале № 36499

операций.

25) В состав инструментов WEB-маркетинга могут входить:
a) сайт;
b) электронная почта;
c) форум;
d) интернет-реклама;
e) брендинг;
f) все перечисленное.

26) Укажите метод сбора данных для формирования целевой аудитории в системах ЭК:
a) глубинное интервью;
b) прямая почтовая рассылка;
c) регистрация данных клиента;
d) фокус-группа.

27) Способами борьбы со СПАМом являются:
a) антиспамерская нормативно-правовая база;
b) "черные списки" СПАМеров;
c) применение различных фильтров;
d) все перечисленное.

28) Показатель посещаемости сайта «Hits (загрузки)» определяет...
a) общее количество загрузок страниц;
b) количество загрузок страниц сайта с учётом имени пользователя;
c) количество загрузок страниц сайта с учётом IP-адреса подключенного компьютера;

29) Система SpyLog – это...
a) сеть обмена баннерами;
b) счетчик посетителей сайта;
c) система сбора и анализа статистики Web-сервера.

30) Широкое распространение СПАМа объясняется тем, что он:
a) экономически выгоден для спамера;
b) удобен для распространения;
c) привлекателен для получателя;
d) все перечисленное.

14.1.2. Экзаменационные вопросы

1. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции
3. Динамика мирового и российского рынка электронной коммерции
4. Сравнение традиционной и электронной формы торговли.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в мире
7. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России
8. Развитие телекоммуникационных систем в России (телефония, Интернет)
9. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье)
10. Штриховое кодирование (методы, принципы, оборудование)
11. Классификация систем электронной коммерции
12. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции
13. Системы B2B. Сущность модели, структура ПО.
14. Системы B2C. Сущность модели, структура ПО.
15. C2C. Сущность модели, структура ПО.

Согласована на портале № 36499

16. Электронные аукционы
17. Отраслевые электронные площадки
18. Электронные биржи
19. Платежные системы Интернета. Электронные деньги
20. Пластиковые карты, кредитные карты.
21. Смарт-карты
22. Дебетовые системы платежей
23. Сотовая телефония и электронная коммерция
24. Динамика развития Интернета в России
25. Характеристика современного рынка программного обеспечения
26. Системы электронного документооборота
27. Безопасность электронной коммерции
28. Стандарты и протоколы электронной коммерции
29. Основные понятия эффективности электронной коммерции
30. Рекламная кампания в Интернете. Виды и методы.
31. Роль электронной почты в электронной коммерции. Проблемы использования электронной почты.
32. Защита авторских прав в сети Интернет

14.1.3. Темы опросов на занятиях

Электронная коммерция в современном обществе. История возникновения и этапы развития электронной коммерции. Взгляд международных организаций на основные требования и рекомендации по процедурам и правилам электронной коммерции. Динамика мирового рынка электронной коммерции. .Воздействие развития электронной коммерции на экономику.

Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России. Развитие телекоммуникационных систем как непременное условие успешного внедрения систем электронной коммерции. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией. Обзор крупных проектов, Стратегии развития систем электронной коммерции.

Анализ проблем электронной коммерции, связанных с о вступлением России во Всемирную торговую организацию.

Классификаторы информации. Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности стран Содружества Независимых Государств. Стандарты, регламентирующие работу с данными, используемыми для формирования электронных сообщений.

Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции. Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Платежные системы Интернета. Российские платежные системы. Системы электронного документооборота.

Интернет-маркетинг и его сущность. Инструментарий интернет-маркетинга

Термины и определения. Виды и источники угроз. Способы оценки эффективности

системы безопасности в электронной коммерции. Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции. Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformence. Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов

14.1.4. Вопросы на самоподготовку

1. Дайте определение терминов «электронная коммерция» и «электронная торговля». Поясните, в чем принципиальная разница между ними.

2. Поясните, что является предметом электронной коммерции в сервисе

3. Роль электронной коммерции в современном обществе.

4. Роль и место Интернет в электронной коммерция в сервисе.

5. Перечислите проблемы электронной коммерции на современном этапе развития общества.

6. Назовите преимущества электронной коммерции перед традиционными способами ведения коммерческих операций.

7. Охарактеризуйте этапы развития электронной коммерции.

8. Роль и место международных организаций в формировании взглядов на пути развития

Согласована на портале № 36499

электронной коммерции.

9. Содержание рекомендаций форума АТЭС по проблемам электронной коммерции.

10. Перечислите факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России

11. Особенности развития российского рынка на современном этапе.

12. Назовите факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в России.

13. Основные тенденции развития электронной коммерции в России.

34. Основные проблемы формирования правовой базы электронной коммерции в России.

15. Раскройте содержание системы государственной поддержки электронной коммерции в России.

16. Проблемы электронной коммерции, связанные с вступлением России во Всемирную торговую организацию.

14.1.5. Вопросы для подготовки к практическим занятиям, семинарам

- Business-to-Business: B2B-портал
- Business-to-Consumer: Электронный магазин
- Consumer-to-Consumer: Аукционы
- Классификация бизнес-сайтов
- Коммерческий цикл и стратегии выхода в Электронной коммерции.
- Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса.
- Выбор способа организации приложения Электронной коммерции в сервисе
- Разработка приложения Электронной коммерции в сервисе
- Разработка медиа плана.
- Расчёты в электронной коммерции.
- Сводный анализ деятельности в электронной коммерции.
- Анализ платёжной системы Yandex.Деньги

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;

Согласована на портале № 36499

– методом чтения ассистентом задания вслух;
– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 36499