

**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

Документ подписан электронной подписью

Сертификат: 1с6сfa0a-52a6-4f49-aef0-5584d3fd4820

Владелец: Троян Павел Ефимович

Действителен: с 19.01.2016 по 16.09.2019

**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

## 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

## 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.

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
<b>6 семестр</b>					
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	

## 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 непереносимое 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 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 эффективности системы безопасности в электронной коммерции. Вопросы право-	6	ОПК-1, ПК-3

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 ePerformance. 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.	

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	

## 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
<b>6 семестр</b>				
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		



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)

3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 - 69	
	60 - 64	Е (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/](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-

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 видеомониторов 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.

## 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:

- а) ее технологии обеспечивают возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными транзакционными издержками;
- б) она обеспечивает хозяйствующим субъектам с минимальными транзакционными издержками;
- в) быстро и без посредников находить коммерческого партнера;
- г) 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:

- а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающей высокие темпы роста экономики страны;
- б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
- в) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.

3) В основе электронной коммерции лежат:

- а) сеть Интернет;
- б) новые технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
- в) информационные технологии.

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

- а) администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;
- б) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;
- в) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.

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

- а) B2B (бизнес-бизнес);
- б) B2C (бизнес-потребитель);
- в) C2C (потребитель-потребитель);
- г) B2G (бизнес-администрация).

6) Определение электронной коммерции:

- а) принципиально новый способ покупки, продажи и распределения товаров и услуг, регулируемый международно-признанными многосторонними правилами торговли;
- б) предпринимательская деятельность по совершению коммерческих операций, осуществляемая с использованием электронных средств обмена данными;
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

7) Основное преимущество электронной коммерции состоит в:

- а) удобстве и комфортности для пользователей;
- б) скорости совершения сделок;
- в) значительном сокращении транзакционных издержек;

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 отношению данный ресурс [www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)

- a) рекламная бизнес-модель;
- b) поддержка существующего бизнеса;
- c) организация нового бизнеса.

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 «.СOM» 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

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 ЭЖ:

- 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 В2В. Сущность модели, структура ПО.
14. Системы В2С. Сущность модели, структура ПО.
15. С2С. Сущность модели, структура ПО.

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 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 ePerformance. 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 коммерции 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



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 Яндекс.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;

- 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.