

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»**
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

УТВЕРЖДАЮ
Директор института



Ю.А. Дорошенко

« 25 » 05 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины (модуля)

Электронная коммерция

Направление подготовки:
38.03.05 – Бизнес-информатика

Направленность программы (профиль):
Технологическое предпринимательство

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
очная

Институт экономики и менеджмента

Кафедра экономики и организации производства

Белгород 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

▪ Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29.07.2020 № 838;


▪ Учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В. Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составители): канд. экон. наук, доц.  (А.С. Левченко)


Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры экономики и организации производства

« 13 » 05 20 21 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой экономики и организации производства

д-р. экон. наук, проф.  (Ю.И. Селиверстов)

Рабочая программа согласована с выпускающей кафедрой экономики и организации производства.

Заведующий кафедрой: д-р. экон. наук, проф.  (Ю.И. Селиверстов)

« 13 » 05 20 21 г.

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

« 18 » 05 20 21 г., протокол № 9

Председатель канд. экон. наук, доц.  (Л.И. Журавлева)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов	ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серией ИТ-продуктов	Знания: основных видов информационных, маркетинговых и бизнес-технологии; моделей электронного бизнеса. Умения: работа с информационными технологиями, применяемых в бизнесе; Выбирать эффективные маркетинговые технологии. Навыки: организация работы в автоматизированных системах управления организацией.
ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления	Знания: основных видов информационных систем применяемых в электронной коммерции. Умения: работа с CRM- и CMS-системами. Навыки: управление информационными системами электронной коммерции.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Организационное обеспечение ИТ-услуг
2	Регламентация ИТ-услуг и процессов
3	Интернет-технологии в управлении предприятием
4	Технологическое предпринимательство
5	Управление ИТ-сервисами и контентом
6	Производственная научно-исследовательская работа
7	Оценка эффективности инвестиционного проекта
8	Предпринимательство в сфере ИКТ
9	Бизнес-планирование
10	Электронная коммерция
11	Управление инновациями в цифровой экономике
12	Производственная преддипломная практики

2. Компетенция ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами.

Стадия	Наименования дисциплины
1	Производственная научно-исследовательская работа
2	Организационное обеспечение ИТ-услуг
3	Регламентация ИТ-услуг и процессов
4	Моделирование бизнес-процессов

5	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика
6	Электронная коммерция
7	Информационные системы управления фирмой
8	Автоматизированные информационные технологии в экономике
9	Экономика и эффективность информационных систем
10	Человеко-машинное взаимодействие
11	Производственная преддипломная практики
12	Информационная безопасность
13	Управление стоимостью компании
14	Управление проектами в сфере ИКТ

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. единиц, 144 часов.

Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки:

Форма промежуточной аттестации Дифференцированный зачет

(экзамен, дифференцированный зачет, зачет)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 7
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	144
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	53	53
лекции	17	17
лабораторные	34	34
практические		
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2	2
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	91	91
Курсовой проект		
Курсовая работа		
Расчетно-графическое задание	18	18
Индивидуальное домашнее задание		
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	73	73
Дифференцированный зачет	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Наименование тем, их содержание и объем

Курс 4 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям

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		4	6
2. Основные составляющие электронной коммерции.				
Основные категории электронной коммерции: рыночное пространство, виртуальные товары, транзакция, online, online-трафик. Интернет как основа электронной коммерции. 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		5	7
3. 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. Инструменты маркетинга в электронной коммерции. Особенности реализации товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики. Веб-сайт как основа электронной коммерции. Цели и задачи сайтов. Виды сайтов: конечные, навигационные. Процесс создания сайта. Выбор имени сайта. Система доменных имен. Размещение сайта. Продвижение сайта в сети Интернет.	2		5	6

4. Пользовательский опыт в электронной коммерции					
	Пользовательский опыт в электронной коммерции, точки контакта, онлайн и оффлайн. Сбор и хранение информации о пользовательском опыте. Подходы к анализу пользовательского опыта. UX-исследования, тестирование гипотез и принятие решений в методологии lean.	3		5	6
5. 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 и виды посредников.	2		5	6
6. Торговые системы в электронной коммерции.					
	Торговые системы как составной элемент электронной коммерции. Виды торговых систем: Интернет-площадки, Интернет-магазины, Интернет-сообщества. 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. Сущность электронных платежей и технология проведения расчетов в электронной коммерции. Основные свойства финансовых транзакции. Средства платежа в ЭК. Безналичные средства. Платежные системы электронной коммерции и критерии их выбора. Интернет-банкинг. Характеристики российских платежных систем.	3		5	7

	Методы определения экономической эффективности систем электронной коммерции.				
7. Нормативно-правовое обеспечение и обеспечение безопасности электронной коммерции.					
	Международное правовое обеспечение электронной 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. 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.	2		5	6
	ВСЕГО	17		34	44

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

Практические (семинарские) работы не предусмотрены планом учебного процесса.

4.3. Содержание лабораторных занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема лабораторного занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
семестр № 7				
1.	Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов.	Изучение предприятий электронной коммерции	4	4
2.	Основные составляющие электронной коммерции.	Разработка стратегии создания и продвижение электронного бизнеса	5	5
3.	Организация электронной коммерции.	Платежные системы электронной коммерции	5	5
4.	Пользовательский опыт в электронной коммерции	Изучение сервисов по созданию интернет-магазинов	5	5
5.	Особенности электронной коммерции на различных типах рынка.	Изучение инструментов для исследования поведения посетителей сайтов	5	5
6.	Торговые системы в электронной коммерции.	Создание интернет-магазина с помощью конструктора	5	5

7.	Нормативно-правовое обеспечение и обеспечение безопасности электронной коммерции.	Методы продвижения сайтов в интернете	5	5
ИТОГО:			34	34

4.4. Содержание курсового проекта/работы

Курсовой проект или работа не предусмотрены учебным планом.

4.5. Содержание расчетно-графического задания, индивидуальных домашних заданий

Для выполнения РГЗ предусмотрено 18 часов самостоятельной работы студента.

Расчетно-графическое задание предоставляется преподавателю для проверки в электронном виде.

Структура ИДЗ включает в себя:

- титульный лист;
- оглавление, содержащее все заголовки структурных элементов работы (главы, параграфы и т.д.) с указанием страниц;
- введение;
- теоретическое обоснование темы, выданной преподавателем, на основе обзора литературных источников;
- практическую часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения, если используется объемная информация вспомогательного значения (таблицы расчеты, отчеты, справки), на которую делаются ссылки в тексте, для чего приложения озаглавливаются и нумеруются.

Требования к оформлению:

Работа оформляется по стандарту. Работа оформляется на листах формата А 4 (210x297 мм) с соблюдением полей: слева - 2,5 см, справа - 1 см, сверху - 2 см, снизу - 2,5 см. Текст должен быть выполнен в формате Word 7.0-10.0, размер шрифта 14 пт Times New Roman, абзац 1 см, междустрочный интервал 1,5. Страницы нумеруются на верхнем поле посередине листа, начиная с «Введения».

Каждый структурный элемент работы (введение, главы, заключение) следует начинать с новой страницы, воспроизводя его заголовки. Изложение параграфов продолжается на той же странице.

Все таблицы, схемы, графики, диаграммы обязательно озаглавливаются и нумеруются в пределах раздела с указанием их названия.

Перечень тем теоретической части РГЗ

1. Изменение в работе фирмы в связи с внедрением электронной коммерции. Основные проблемы внедрения ЭК.
2. Инструменты маркетинга в электронной коммерции. Особенности реализации товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.

3. Веб-сайт как основа электронной коммерции. Цели и задачи сайтов.
4. Продвижение сайта в сети Интернет.
5. Основные направления работы с конечными потребителями в электронной коммерции.
6. Стратегии маркетинга, используемые в системе Бизнес-Потребитель.
7. Показатели развития потребительской электронной коммерции, показатель максимальной численности, показатель активной аудитории.
8. Электронная коммерция в системе Бизнес-Бизнес.
9. Источники снижения затрат в сфере Бизнес-Бизнес.
10. Типы закупок, используемые предприятиями-организациями.
11. Способы совершения сделок в Интернет.
12. Модели открытого рынка. Модели закрытого (иерархического) рынка.
13. Роль посредников в электронной коммерции. Задачи и виды посредников.
14. Основные модели создания интерактивных магазинов.
15. Выбор места размещения электронного магазина.
16. Механизм взаимодействия Интернет-магазина с покупателями.
17. Персонал электронного магазина.
18. Технологии продаж в электронном магазине.
19. Платежные системы электронной коммерции и критерии их выбора.
20. Интернет-банкинг.
21. Характеристики российских платежных систем.
22. Основные направления обеспечения безопасности ведения электронной коммерции.
23. Организационные вопросы обеспечения информационной безопасности.
24. Основные принципы построения системы защиты информации.
25. Программно-технические вопросы обеспечения информационно безопасности.

Практическое задание состоит в анализе сайта по указанным характеристикам и включает 15 вариантов заданий.

Варианты заданий и методические указания по выполнению контрольной работы приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

В процессе выполнения РГЗ осуществляется контактная работа обучающегося с преподавателем. Консультации проводятся в аудиториях и/или посредством электронной информационно-образовательной среды университета.

Порядок проверки и защиты работы. Работа представляется преподавателю на проверку не позднее, чем за 7 дней до ее сдачи. Ознакомившись с работой, преподаватель принимает решение о форме ее приема. Работа либо зачитывается, либо назначается время сдачи. Замечания о необходимости доработок содержания оформляются преподавателем на титульном листе отчета. Защита предполагает краткий доклад по ключевым вопросам.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенций

1 Компетенция ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серией ИТ-продуктов	Дифференцированный зачет, защита лабораторных работ, собеседование

2 Компетенция ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления	Дифференцированный зачет, защита лабораторных работ, собеседование

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) для дифференцированного зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов.	1. Информационные технологии и их влияние на экономическую деятельность. 2. Сравнительная характеристика фундаментальных признаков традиционной и сетевой экономики. 3. Электронная коммерция как новая среда ведения бизнес-процессов. Понятие электронной коммерции. Электронная торговля как составная часть электронной коммерции. 4. Эволюция электронной коммерции. Цели электронной коммерции. Преимущества электронной коммерции для производителей и потребителей.
2	Основные составляющие электронной коммерции.	5. Цикл электронной коммерции. 6. Составляющая электронной коммерции: субъекты электронной коммерции, функциональные системы; осуществляемые процессы; сети, передающие информацию. 7. Сфера применения электронной коммерции. 8. Основные категории электронной коммерции: рыночное пространство, виртуальные товары, транзакция, online, offline-трафик. 9. Интернет как основа электронной коммерции. 10. Классификация моделей электронной коммерции. Частичная электронная коммерция. Полная электронная коммерция. Горизонтальная модель электронной коммерции. Вертикальная модель электронной коммерции. 11. Модель Бизнес-Бизнес (B2B). 12. Модель Бизнес-Потребитель (B2C). 13. Модель Потребитель-Администрация (C2A). 14. Модель Потребитель-Потребитель (C2C).

3	Организация электронной коммерции.	<p>15. Особенности систем электронной коммерции. Электронная коммерция, ориентированная на бизнес-партнеров. Электронная коммерция, ориентированная на представление информации.</p> <p>16. Изменение в работе фирмы в связи с внедрением электронной коммерции. Основные проблемы внедрения ЭК.</p> <p>17. Характеристика основных этапов организации бизнеса.</p> <p>18. Принципы создания ЭК.</p>
4	Пользовательский опыт в электронной коммерции	<p>19. Инструменты маркетинга в электронной коммерции. Особенности реализации товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики.</p> <p>20. Веб-сайт как основа электронной коммерции. Цели и задачи сайтов.</p> <p>21. Виды сайтов: конечные, навигационные.</p> <p>22. Процесс создания сайта. Выбор имени сайта. Система доменных имен. Размещение сайта.</p> <p>23. Продвижение сайта в сети Интернет.</p> <p>24. Основные направления работы с конечными потребителями в электронной коммерции.</p> <p>25. Стратегии маркетинга, используемые в системе Бизнес-Потребитель.</p>
5	Особенности электронной коммерции на различных типах рынка.	<p>26. Показатели развития потребительской электронной коммерции, показатель максимальной численности, показатель активной аудитории.</p> <p>27. Организация обратной связи в системе Бизнес-Потребитель.</p> <p>28. Электронная коммерция в системе Бизнес-Бизнес. Источники снижения затрат в сфере Бизнес-Бизнес.</p> <p>29. Типы закупок, используемые предприятиями-организациями. Способы совершения сделок в Интернет. Модели открытого рынка. Модели закрытого (иерархического) рынка.</p> <p>30. Роль посредников в электронной коммерции. Задачи и виды посредников.</p>
6	Торговые системы в электронной коммерции.	<p>31. Торговые системы как составной элемент электронной коммерции.</p> <p>32. Виды торговых систем: Интернет-площадки, Интернет-магазины, Интернет-сообщества.</p> <p>33. Организация деятельности в электронном магазине.</p> <p>34. Основные модели создания интерактивных магазинов. Выбор места размещения электронного магазина.</p> <p>35. Механизм взаимодействия Интернет-магазина с покупателями.</p> <p>36. Персонал электронного магазина. Технологии продаж в электронном магазине.</p> <p>37. Сущность электронных платежей и технология проведения расчетов в электронной коммерции.</p> <p>38. Основные свойства финансовых транзакции. Средства платежа в ЭК. Безналичные средства.</p> <p>39. Платежные системы электронной коммерции и критерии их выбора.</p> <p>40. Интернет-банкинг.</p> <p>41. Характеристики российских платежных систем.</p> <p>42. Методы определения экономической эффективности систем электронной коммерции.</p>
7	Нормативно-правовое и обеспечение безопасности электронной коммерции.	<p>43. Международное правовое обеспечение электронной коммерции.</p> <p>44. Правовое обеспечение электронной коммерции в России.</p> <p>45. Нормативно-техническое обеспечение электронной коммерции. Международные стандарты электронной коммерции.</p> <p>46. Стандартизация в сфере электронной коммерции. Сертификация и лицензирование в сфере электронной коммерции.</p> <p>47. Основные направления обеспечения безопасности ведения электронной коммерции.</p> <p>48. Организационные вопросы обеспечения информационной безопасности.</p> <p>49. Основные принципы построения системы защиты информации. Стандарты информационной безопасности.</p> <p>50. Программно-технические вопросы обеспечения информационно безопасности.</p>

5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/ курсовой работы

Курсовой проект или работа не предусмотрены учебным планом.

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Текущий контроль осуществляется в течение семестра в форме выполнения и защиты лабораторных работ, выполнения расчетно-графического задания.

Лабораторные работы. В лабораторном практикуме по дисциплине представлен перечень лабораторных работ, обозначены цель и задачи, необходимые теоретические и методические указания к работе, рассмотрен практический пример, даны варианты выполнения и перечень контрольных вопросов.

Защита лабораторных работ возможна после проверки правильности выполнения задания, оформления отчета. Защита проводится в форме тестирования студента по теме лабораторной работы. Примерный перечень тестовых вопросов для защиты лабораторных работ представлен в таблице.

№	Тема лабораторной работы	Тестовые вопросы
1.	Изучение предприятий электронной коммерции	Что такое электронная торговля?
		В чем заключается полезность сети Интернет для отношений «пользователь — интернет-магазин»? Перечислите положительные и отрицательные стороны этих отношений
2.	Разработка стратегии создания и продвижение электронного бизнеса	Почему название веб-сайта интернет-магазина должно быть таким, чтобы его можно было бы легко запомнить и произнести?
3.	Платежные системы электронной коммерции	Что такое платежная система?
		Принцип работы платежной системы?
		Какие платежные системы вы знаете в Мире?
		Какие платежные системы используются в России
4	Изучение сервисов по созданию интернет-магазинов	Что такое интернет-магазин?
		Что такое CMS и для чего эта система используется в интернет- магазинах?
		Расскажите о структуре интернет-магазина. Перечислите его основные возможные отделы
5	Изучение инструментов для исследования поведения посетителей сайтов	Что влияет на спрос интернет-магазина?
		Какие сервисы по вашему мнению самые эффективные и почему?
		Какой принцип работы сервисов?
6	Создание интернет- магазина с помощью конструктора	Что такое электронный каталог?
		Что такое электронный киоск?
		Что такое информационный киоск?
		Перечислите форм-факторы электронных киосков
		Перечислите возможные места применения и функции информационных киосков
		Для чего используется электронный каталог производителем?
7	Методы продвижения сайтов в интернете	Что такое интернет-маркетинг?
		Какие основные элементы комплекса интернет-маркетинга?
		Какие элементы включает в себя интернет-маркетинг?

Типовой вариант тестового задания

1. Электронная коммерция? это:

- a) торговая деятельность, имеющая основной целью получение прибыли и основанная на комплексной автоматизации коммерческого цикла за счет использования средств вычислительной техники
- b) любая транзакция, совершенная через компьютерную сеть, в результате которой право собственности или право пользования вещественным товаром или услугой было передано от одного лица к другому
- c) комплексная автоматизация логистических процессов

2. Экономическими предпосылками возникновения и развития электронной коммерции является:

- a) возможность снижения транзакционных издержек за счет передачи информации получателю напрямую, минуя стадию бумажных документов
- b) возможность осуществления бизнес-процессов электронным образом на основе информационно-коммуникационных технологий
- c) объективная необходимость снижения издержек, возникающих в коммерческих циклах, и приближение их к нормам, достигнутым в результате автоматизации циклов производственных процессов
- d) возможность снижения издержек на получение необходимой для ведения бизнеса информации

3. Основными моделями электронной коммерции являются:

- a) ABC, CBA
- b) B2B, B2C, B2G, C2G, C2C
- c) B2B, B2C, B2G
- d) B2B, B2C, C2G, C2C, G2G
- e) все варианты верны

4. Платежи в электронной коммерции можно осуществить следующим образом:

Тип вопроса: множественный выборочный вопрос.

- a) оплата наличными
- b) оплата банковским переводом
- c) оплата наложенным платежом
- d) оплата почтовым или телеграфным переводом
- e) электронной наличностью
- f) дебетовой пластиковой картой
- g) кредитной пластиковой картой
- h) электронной наличностью
- i) web-деньгами
- j) скретчкартой
- k) смарткартой

5. Хостинг? это:

- a) электронная цифровая подпись
- b) разработка структуры, дизайна и содержимого сайта
- c) регистрация сайта в органах, регулирующих предпринимательскую деятельность
- d) регистрация доменного имени сайта.
- e) размещение сайта на собственном или арендуемом сервере

6. Правовой основой электронной коммерцией является:

- a) Электронная цифровая подпись
- b) Гражданский кодекс РФ
- c) Закон Об электронной цифровой подписи

7. Электронная цифровая подпись? это:

- a) реквизит электронного документа, предназначенный для защиты данного электронного документа от подделки, полученный в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа электронной цифровой подписи и позволяющий идентифицировать владельца сертификата ключа подписи, а также установить отсутствие искажения информации в электронном документе;
- b) набор символов в электронном документе, подтверждающих его подлинность
- c) совокупность данных в виде имени и пароля пользователя информационной системы, а также печати организации на распечатке документа для удостоверения его подлинности

8. Какие виды деятельности в Интернет признаются преступлениями:

- a) распространение рецептов изготовления наркотиков.
- b) распространение рекламы об интим - услугах и товарах
- c) размещение порнографической информации
- d) размещение информации, компрометирующей должностных лиц и правительство

9. Модель клиент? сервер? это:

- a) вид электронной почты
- b) способ поиска информации клиентами Интернет
- c) архитектура взаимодействия удаленных пользователей с сервером
- d) технология распределенной обработки данных

10. Размер пластиковой карты устанавливается:

- a) банком? эмитентом и может быть произвольным
- b) фирмой, принимающей оплату по пластиковым картам
- c) банком? эквайером и составляет $L = 85.6$ мм, $S = 53.9$ мм, $H = 0.76$ мм
- d) международной организацией стандартизации ISO

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

При промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета, дифференцированного зачета при защите РГЗ используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
--	---------------------

ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов	
ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серией ИТ-продуктов	
Знания	Знание основных видов информационных, маркетинговых и бизнес-технологии
	Знание моделей электронного бизнеса
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
Умения	Полнота, качество выполненного задания
	Умение работать с информационными технологиями, применяемых в бизнесе
	Умение выбирать эффективные маркетинговые технологии
Навыки	Применения методов организации работы в автоматизированных системах управления организацией
	Анализ результатов выполненных заданий
ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы	
ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления	
Знания	Знание основных видов информационных систем применяемых в электронной коммерции
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
Умения	Полнота, качество выполненного задания
	Умение работать с CRM- и CMS-системами
Навыки	Применения методик управления информационными системами электронной коммерции
	Анализ результатов выполненных заданий

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов				
ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серией ИТ-продуктов				
Знание основных видов информационных, маркетинговых и бизнес-технологии	Не знает основные виды информационных, маркетинговых и бизнес-технологии	Знает основные виды информационных, маркетинговых и бизнес-технологии, но допускает неточности формулировок	Знает основные виды информационных, маркетинговых и бизнес-технологии	Знает основные виды информационных, маркетинговых и бизнес-технологии, может самостоятельно дать корректные формулировки
Знание моделей электронного бизнеса	Не знает модели электронного бизнеса	Знает модели электронного бизнеса, но допускает неточности формулировок	Знает модели электронного бизнеса	Знает модели электронного бизнеса, может самостоятельно дать корректные формулировки
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов	Не дает ответы на	Дает неполные	Дает ответы на	Дает полные,

на вопросы	большинство вопросов	ответы на все вопросы	вопросы, но не все – полные	развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности. Неверно излагает и интерпретирует знания	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности. Допускает неточности в изложении и интерпретации знаний	Излагает знания без нарушений в логической последовательности. Грамотно и по существу излагает знания	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя. Грамотно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы
ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы				
ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления				
Знание основных видов информационных систем применяемых в электронной коммерции	Не знает основные виды информационных систем применяемых в электронной коммерции	Знает основные виды информационных систем применяемых в электронной коммерции, но допускает неточности формулировок	Знает основные виды информационных систем применяемых в электронной коммерции	Знает основные виды информационных систем применяемых в электронной коммерции, может самостоятельно дать корректные формулировки
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все – полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности. Неверно излагает и интерпретирует знания	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности. Допускает неточности в изложении и интерпретации знаний	Излагает знания без нарушений в логической последовательности. Грамотно и по существу излагает знания	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя. Грамотно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серий ИТ-продуктов				
ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серий ИТ-продуктов				
Полнота, качество выполненного	Задание не выполнено или выполнено некачественно	Задание выполнено с незначительными	Задание выполнено в	Задание выполнено в полном объеме.

задания		ошибками в полном объеме и качественно	полном объеме и качественно	Обучающимся сформулированы самостоятельные выводы, выполнен анализ полученных результатов
Умение работать с информационными и технологиями, применяемых в бизнесе	Обучающийся не смог работать с информационными технологиями в рамках поставленных задач	Обучающийся с трудом смог работать с информационными технологиями в рамках поставленных задач	Обучающийся смог работать с информационными и технологиями в рамках поставленных задач	Обучающийся смог самостоятельно работать с информационными технологиями в рамках поставленных задач
Умение выбирать эффективные маркетинговые технологии	Обучающийся не смог сравнить и выбрать эффективные маркетинговые технологии для решения поставленных задач	Обучающийся с трудом смог сделать сравнение и выбор эффективные маркетинговые технологии для решения поставленных задач	Обучающийся смог сделать сравнение и выбор эффективные маркетинговые технологии для решения поставленных задач	Обучающийся смог обоснованно и самостоятельно сделать сравнение и выбор эффективные маркетинговые технологии для решения поставленных задач
ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы				
ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления				
Полнота, качество выполненного задания	Задание не выполнено или выполнено некачественно	Задание выполнено с незначительными ошибками в полном объеме и качественно	Задание выполнено в полном объеме и качественно	Задание выполнено в полном объеме. Обучающимся сформулированы самостоятельные выводы, выполнен анализ полученных результатов
Умение работать с CRM- и CMS-системами	Обучающийся не смог работать с CRM- и CMS-системами в рамках поставленных задач	Обучающийся с трудом смог работать с CRM- и CMS-системами в рамках поставленных задач	Обучающийся смог работать с CRM- и CMS-системами в рамках поставленных задач	Обучающийся смог самостоятельно работать с CRM- и CMS-системами в рамках поставленных задач

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
ПК-1. Способен использовать современные стандарты и методики, разрабатывать регламенты для организации управления серией ИТ-продуктов				
ПК-1.8 Использует современные информационные, маркетинговые и бизнес-технологии для управления серией ИТ-продуктов				
Применения методов организации работы в автоматизированных системах управления организацией	При выполнении заданий обучающийся не смог применить методы организации работы в автоматизированных системах управления организацией	При выполнении заданий обучающийся не в полной мере смог применить методы организации работы в автоматизированных системах управления	При выполнении заданий обучающийся применяет методы организации работы в	При выполнении заданий обучающийся самостоятельно смог применить методы организации работы в автоматизированных

		организацией	автоматизированных системах управления организацией	системах управления организацией
Анализ результатов выполненных заданий	При выполнении заданий обучающийся не выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся с незначительными ошибками выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся самостоятельно аргументированно и грамотно выполнил анализ результатов
ПК-2. Способен выполнять работы по сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы				
ПК-2.2 Сопровождает, использует информационные системы электронной коммерции для задач организационного управления				
Применения методик управления информационными системами электронной коммерции	При выполнении заданий обучающийся не смог применить методы управления информационными системами электронной коммерции	При выполнении заданий обучающийся не в полной мере смог применить методы управления информационными системами электронной коммерции	При выполнении заданий обучающийся применяет методы управления информационными системами электронной коммерции	При выполнении заданий обучающийся самостоятельно смог применить методы управления информационными системами электронной коммерции
Анализ результатов выполненных заданий	При выполнении заданий обучающийся не выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся с незначительными ошибками выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся выполнил анализ результатов	При выполнении заданий обучающийся самостоятельно аргументированно и грамотно выполнил анализ результатов

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1.	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций.	Специализированная мебель; мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2.	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 25 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска маркерная; персональные компьютеры - 12 единиц; мультимедийный проектор
3.	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель; компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет», имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2.	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3.	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2022г.
4.	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5.	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
6.	MyTest	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Бердышев С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Текст] : практическое пособие / Бердышев С. Н. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 121 с.

2. Грег, Тейн Торговые войны [Текст] : битва за успех на прилавках и онлайн / Грег Тейн. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 315 с.

3. Гриненко Г. П. Современные тренды развития электронной коммерции / Г. П. Гриненко, А. В. Медведева // Экономика. Общество. Человек. Приоритетные направления в развитии современного общества: междисциплинарные исследования. Материалы III Международной научно-практической конференции. - Белгород : Изд-во БГТУ им. В. Г. Шухова, 2016. - Вып. XXIX, Ч. 1. - С. 50-55.

4. Крахоткина Е. В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Крахоткина Е. В. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. - 129 с.

5. Левкин Г. Г. Основы коммерции [Электронный ресурс] : конспект лекций / Левкин Г. Г. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 108 с.

6. Памбухчянц О. В. Организация коммерческой деятельности [Текст] / О. В. Памбухчянц. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 272 с.

7. Прохорова М. В. Организация работы интернет-магазина [Текст] / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с.

8. Синяева И. М. Маркетинг в коммерции [Текст] / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 548 с.

9. Старикова М. С. Коммерческая деятельность для маркетологов : учебное пособие для студентов заочной формы обучения с применением дистанционных технологий направления подготовки 080200.62 - Менеджмент / М. С. Старикова,

6.4. Перечень интернет ресурсов, профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

1. Информационно-правовая система «КонсультантПлюс» [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» [сайт]. – URL: <http://www.garant.ru/>
3. Научная библиотека университета [сайт]. – URL: <http://ntb.bstu.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [сайт]. – URL: <http://elibrary.ru>
5. Сервер информационных технологий [сайт]. – URL: <http://citforum.ru/>
6. «Университетская библиотека ONLINE» [сайт]. – URL: <http://www.biblioclub.ru>
7. ЭБС «Юрайт» [сайт]. – URL: <https://urait.ru/>
8. Экономико-математический словарь [сайт]. – URL: http://economic_mathematics.academic.ru/
9. Электронная библиотечная система «Лань» [сайт]. – URL: <http://e.lanbook.com>
10. Сервис компании Google «Сайты» [сайт]. – URL : <https://sites.google.com/>
11. Корпоративная платформа Bitrix24 [сайт]. – URL: <https://www.bitrix24.ru/>