

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования

«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

проф., д.т.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

А.П. Ястребов

(подпись)

« 20 » 05. 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы электронной коммерции»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.06
Наименование направления/ специальности	Торговое дело
Наименование направленности	Реклама в торговой деятельности
Форма обучения	заочная

Санкт-Петербург 2019г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

проф., д.т.н., проф.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

14.05.19г.

А.П.Ястребов

инициалы, фамилия

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15»__05__2019г, протокол №__10__

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.06(03)

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г

Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Основы электронной коммерции» входит в базовую часть образовательной программы подготовки студентов по направлению/специальности «38.03.06 «Торговое дело» направленность «Реклама в торговой деятельности». Дисциплина реализуется кафедрой №82.

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»;

общепрофессиональных компетенций:

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

профессиональных компетенций:

ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими проблемами электронной коммерции.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические работы, консультации и самостоятельную работу студентов. Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Обеспечить приобретение студентами научных основ электронной коммерции, включающих технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

знать – общеправовые знания в различных сферах использования электронной коммерции;

уметь – активно использовать общеправовые знания в различных сферах использования электронной коммерции .

владеть навыками - об особенностях использования общеправовых знаний в различных сферах использования электронной коммерции .

иметь опыт деятельности – по использованию общеправовых знаний для практической реализации систем электронной коммерции в различных сферах деятельности;

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

знать – как осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией»;

уметь - осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией»:

владеть навыками – как осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией»:

иметь опыт деятельности - по вопросам как осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации; работать с компьютером как средством управления информацией»:

ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»:

знать - особенности в разработке инновационных методов в области профессиональной деятельности

уметь - выявлять проблемы в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной

владеть навыками - в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных студентами при изучении следующих дисциплин:

- информатика,
- правоведение,
- экономика организации,
- маркетинг.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- информационные технологии,
- товарный консалтинг,
- информация в Интернет.

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№6
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	2/ 72	2/ 72
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час., <i>В том числе</i>	12	12
лекции (Л), (час)	8	8
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	4	4
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		

Экзамен, (час)		
<i>Самостоятельная работа</i> , всего	60	60
Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен, дифференцированный зачет (Зачет. Экз. Дифф. зач)	Зачет	Зачет

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 6					
Раздел 1. Развитие электронной коммерции в мировом сообществе Тема 1. Электронная коммерция в современном обществе Тема 2. История развития электронной коммерции	2	1			15
Раздел 2. Особенности внедрения электронной коммерции в России Тема 1. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России Тема 2. Развитие телекоммуникационных систем как непереносимое условие успешного внедрения систем электронной коммерции Тема 3. Стратегии развития систем электронной коммерции.	2	1			15
Раздел 3. Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции Тема 1. Комплекс электронного маркетинга. Тема 2 Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Тема 3 Основные платежные инструменты электронной коммерции	2	1			15
Раздел 4. Безопасность электронной коммерции Тема 1. Термины и определения. Виды и источники угроз. Тема 2. Принципы создания и функционирования систем обеспечения безопасности электронной коммерции.	2	1			15

Общие принципы обеспечения защиты.					
Итого в семестре:	8	4			60
Итого:	8	4	0	0	60

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p>Раздел 1. Развитие электронной коммерции в мировом сообществе</p> <p>Тема 1. Электронная коммерция в современном обществе Анализ потенциала электронной индустрии. Проблемы переходного периода глобализации. Договорные и финансовые проблемы участников электронной коммерции. Вопросы секретности и безопасности электронных операций. Права собственности на товары, распространяемые электронным способом. Взаимодействие и совместимость сетей. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции.</p> <p>Тема 2. История развития электронной коммерции Основные этапы развития мирового рынка электронной коммерции. Электронная коммерция в Северной Америке. Электронная коммерция в Европе. Электронная коммерция в Азии.</p>
2	<p>Раздел 2. Особенности внедрения электронной коммерции в России.</p> <p>Тема 1. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России Особенности развития электронной коммерции в России. Данные исследовательских компаний, о динамике объема электронных сделок в России.</p> <p>Тема 2. Развитие телекоммуникационных систем как непереносимое условие успешного внедрения систем электронной коммерции</p> <p>Тема 3. Стратегии развития систем электронной коммерции. Предоставление доступа к Интернету. Создание информационных ресурсов, их размещение и доступ к ним. Изготовление и размещение рекламы. Реализация бизнес-процессов в Интернете. Внедрение традиционных информационных технологий в Интернет.</p>
3	<p>Раздел 3. Классификация систем, пользователей и объектов электронной коммерции</p> <p>Тема 1. Комплекс электронного маркетинга. Товарные решения электронного рынка, ценообразование и каналы сбыта на электронном рынке</p> <p>Тема 2 Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции Основные элементы бизнес-моделей систем электронной коммерции. Описание системы Business-to-Consumer. Описание системы Business-to-Business.</p> <p>Тема 3 Основные платежные инструменты электронной коммерции Характеристика расчетов традиционным способом. Характеристика основных видов электронных платежных систем. Характеристика основных схем расчетов.</p>
4	<p>Раздел 4. Безопасность электронной коммерции</p> <p>Тема 1. Термины и определения. Виды и источники угроз Определение безопасности электронной коммерции. Составляющие безопасности электронной коммерции.</p> <p>Тема 2. Принципы создания и функционирования систем обеспечения безопасности электронной коммерции. Общие принципы обеспечения защиты.</p>

Организационные принципы. Принципы реализации системы защиты. Угрозы информационной безопасности.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 6				
1	Использование языков запросов поисковых систем для поиска информации”	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	1	1
2	Применение Web-каталогов и метапоисковых машин для поиска информации”	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	1	2
3	Изучение организации работы Интернет-трейдинга”	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	1	3
4	Изучение технологий оценки рейтинга электронного предприятия	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	1	4
Всего:			4	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено			
Всего:			

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа студентов

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 6, час
1	2	3

Самостоятельная работа, всего	60	60
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	40	40
курсовое проектирование (КП, КР)		
расчетно-графические задания (РГЗ)		
выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю (ТК)	6	6
контрольные работы заочников (КРЗ)	14	14

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Яковлев, Г. А. Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010331-0. https://znanium.com/read?id=223444	
	Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. - ISBN 978-5-238-01059-1 https://znanium.com/read?id=341021	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама»,	

	«Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Н.А. Анашкина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01914-7. https://znanium.com/read?id=340994	
--	---	--

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
18ВК 978-59776-0288-4 (Магистр). -18ВК 978-5-16-009262-1	Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Н. Ткаченко, Л. М. Дмитриева ; ред. Л. М. Дмитриева. -Электрон. текстовые дан. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2014. - 176 с. http://znanium.com
18ВК 978-597760212-9 (Магистр) . - 18ВК 978-5-16005207-6	Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / А. Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2012. - 416 с. http://znanium.com

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Microsoft Windows 7 418-7 от 14.06.2013 110-7 от 28.02.2019
2.	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС издательства ЛАНЬ

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и	

	учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов; Тесты.

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»	
1	Математика. Аналитическая геометрия и линейная алгебра
1	Математика. Математический анализ
1	Информатика
1	Основы социального государства
1	Иностранный язык
1	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
1	История
1	Экономическая география и регионалистика
2	Иностранный язык
2	Культурология
2	Математика. Математический анализ
2	История управленческой мысли
2	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
2	Информатика

2	Экономика. Микроэкономика
2	Концепции современного естествознания
3	Статистика
3	Философия
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика
3	Экономика организации
3	Иностранный язык
3	Экономика. Макроэкономика
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Бухгалтерский учет и аудит
4	Безопасность жизнедеятельности
4	Менеджмент
4	Теоретические основы товароведения
4	Иностранный язык
4	Фирменный знак в торговле
5	Бухгалтерский учет и аудит
5	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Социология и политология
5	Коммерческая деятельность
5	Экология
5	Мировая экономика и международные экономические отношения
6	Организация рекламной деятельности
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Деловой иностранный язык
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
6	Таможенные операции
6	Организация связей с общественностью
6	Телерадиореклама
6	Правоведение
6	Физическая культура
7	Биржевое дело
7	Организация и технология торговли
7	Поведение потребителей
7	Маркетинговые исследования
7	Системный анализ
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов

7	Массовые коммуникации и медиапланирование
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Информационные технологии
7	Электронная реклама
8	Идентификация и фальсификация потребительских свойств товаров
8	Страхование коммерческой деятельности
8	Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара
8	Качество и конкурентоспособность продукции
8	Торгово-экономические отношения России в современных условиях
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
8	Транспортное обеспечение торговой деятельности
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)
9	Организация, технология и проектирование предприятий
9	Управление цепями поставок
9	Международный маркетинг
9	Рекламный маркетинг
9	Контракты международной торговли
9	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия
9	Основы брендинга
9	Организация коммерции по сферам применения
10	Логистика
10	Правовое регулирование профессиональной деятельности
10	Налоги и налогообложение
10	Товарный консалтинг
10	Основы информационной безопасности
10	Финансово-экономическая экспертиза коммерческой деятельности предприятия
ОПК-4 «способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как средством управления информацией»	
6	Телерадиореклама
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»	

2	Учебная практика
4	Производственная практика
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Коммерческая деятельность
6	Производственная практика
6	Основы электронной коммерции
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Организация рекламной деятельности
7	Электронная реклама
8	Производственная практика
9	Организация, технология и проектирование предприятий
10	Товарный консалтинг
10	Производственная преддипломная практика

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная шкала	4-балльная шкала	
$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.

$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.
-------------	---------------------------------------	---

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	Учебным планом не предусмотрено

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	<ol style="list-style-type: none"> 1. История возникновения и основные этапы развития электронной коммерции. 2. Основные достижения электронной коммерции для мировой экономики и экономики России. 3. Определение электронной коммерции. Какие стороны деловых отношений охватывает электронная коммерция. 4. Классификационные признаки электронной коммерции. 5. Понятие интернет-экономики и электронного бизнеса. 6. Объекты и субъекты систем электронной коммерции. 7. Особенности платежных систем электронной коммерции. 8. Основные международные организации, формирующие требования к электронной коммерции. 9. Интернет-коммуникации. Развитие коммуникативной политики. 10. Понятие электронной торговли. 11. Возможности, инструменты и методы электронной коммерции. 12. Обслуживание операций электронной коммерции с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП). 13. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия 14. Практическая реализация MRP-системы. 15. Особенности MRPII (планирование производственных ресурсов). 16. Система ERP- планирование ресурсов предприятия.

	<p>17. Особенности реализации CSRP- систем.</p> <p>18. Торгово - закупочные B2B системы.</p> <p>19. Интегрированная система планирования и управления процессами снабжения SCM – система.</p> <p>20. CRM-система, основанная на концепции обеспечения полного цикла сопровождения клиентов.</p> <p>21. Отраслевая электронная торговая площадка (вертикальная электронная торговая площадка) в рамках рыночного пространства сектора B2B.</p> <p>22. Особенности реализации электронного каталога в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p> <p>23. Особенности реализации электронного аукциона в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p> <p>24. Особенности реализации электронной биржи в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p> <p>25. Структура отраслевой электронной торговой площадки.</p> <p>26. Многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки.</p> <p>27. Особенности системы электронной коммерции в секторе B2C.</p> <p>28. Интернет-витрины в рамках сектора B2C.</p> <p>30. Интернет-аукционы в рамках технологии C2C.</p> <p>31. Особенности торговли в интернет-магазинах.</p> <p>32. Электронные платежные системы. Роль пластиковых карт.</p>
--	--

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта
	Учебным планом не предусмотрено

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
	<p>Для каждого вопроса определить один наиболее правильный ответ</p> <p>1. Электронная коммерция – это:</p> <p>а) установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а</p>

также обмен коммерческой информацией;
 б) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;
 в) электронная коммерция – любая экономическая деятельность с использованием электронных информационных технологий;
 г) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

2. Интернет-витрина (веб-витрина) в рамках электронной коммерции представляет собой :

- а) систему розничной продажи товаров в сети,
- б) совокупность средств электронных коммуникаций, предназначенных для приема заявок на товары и услуги через Интернет,
- в) рекламное средство,
- г) верны ответы а) и б).

3. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:

- а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение,
- б) товары, услуги, информация,
- в) финансовые институты, бизнес-организации,
- г) любые факторы, находящиеся вне контроля предпринимателя, которые могут повлиять на коммерческий успех предприятия.

4. К функциям электронной коммерции относится:

- а) представление товара (показ продукции средствами Интернета);
- б) разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;
- в) проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);
- г) налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).

5. Участниками систем электронной коммерции являются:

- а) покупатели или потребители услуг;
- б) сеть Интернет;
- в) исследователи рынка;
- г) все объекты и операции сетевой экономики.

6. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие:

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие

7. Электронный каталог в рамках вертикальной отраслевой площадки используется для взаимодействия следующего сектора электронной коммерции:

- а) B2C,
- б) B2B,
- в) C2C,
- г) C2B.

8. Форма электронной коммерции C2C – это взаимодействие:

- а) предприятие – предприятие,
- б) предприятие – потребитель,
- в) потребитель – потребитель,
- г) потребитель – предприятие.

9. Форма электронной коммерции C2B – это взаимодействие:

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;

г) потребитель – предприятие.

10. При асимметричном способе шифрования информация зашифровывается:

- а) открытым ключом,
- б) закрытым ключом,
- в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом,
- г) асимметричным ключом.

11. Интернет-аукционы являются примером модели:

- а) B2C,
- б) B2B,
- в) C2C,
- г) C2B.

12. Вертикальные торговые площадки являются примером модели:

- а) B2C,
- б) B2B,
- в) C2C,
- г) C2B.

13. Основные международные организации, формирующие требования к электронной коммерции:

- а) комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ),
- б) Комиссия по предпринимательству, упрощению деловой практики и развитию в рамках Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД),
- в) Центр по упрощению процедур международной торговли (СЕФАКТ) в рамках Европейской экономической комиссии,
- г) верны ответы а), б) и в).

14. Основные элементы интернет-коммуникаций:

- а) коммуникатор,
- б) средства коммуникации,
- в) параметры коммуникации,
- г) верны ответы а), б) и в).

15. Сетевая модель коммуникативной политики включает элементы:

- а) инвестиции,
- б) инновации,
- в) интеграция,
- г) верны ответы а), б) и в).

16. Основными факторами модели коммуникативной сети предприятия являются:

- а) знания,
- б) технологии,
- в) экономика,
- г) верны ответы а), б) и в).

17. Электронная коммерция позволяет:

- а) поставщикам продукции значительно повышать конкурентоспособность предприятий,
- б) потребителям продукции и услуг получать более высокое качество обслуживания,
- в) повысить реакцию производителей на запросы заказчиков,

г) верны ответы а), б) и в).

18. Основными объектами электронной коммерции являются:

- а) различные товары и услуги,
- б) информационные продукты,
- в) все то, что можно продавать и покупать на виртуальных рынках,
- г) верны ответы а), б) и в).

19. Выберите наиболее общее определение электронной коммерции:

- а) электронная коммерция - это коммерческая деятельность в любой сфере бизнеса, осуществляемая с помощью информационных и телекоммуникационных технологий и систем.
- б) электронная коммерция - технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными.
- в) электронная коммерция – любая экономическая деятельность с использованием электронных информационных технологий,
- г) верны ответы а) и б).

20. Классификационными признаками видов электронной коммерции являются:

- а) кто является участником коммерческих отношений,
- б) что является предметом торговли,
- в) разновидность применяемых информационных систем,
- г) верны ответы а) и б).

21. Формами электронной коммерции являются:

- а) смешанная электронная коммерция - комбинация физических составляющих (товаров и процессов) и электронных элементов.
- б) чистая электронная коммерция,
- в) частичная электронная коммерция,
- г) верны ответы б) и в).

22. Основными субъектами электронной коммерции являются:

- а) бизнес,
- б) администрация (государство),
- в) частные клиенты,
- г) верны ответы а), б) и в).

23. Основные принципы функционирования MRP-систем состоят в том, что:

- а) реализуется подход, при котором любая учетная единица товарно-материальных ценностей предприятия должна быть в наличии в нужное время и в нужном месте,
- б) обеспечивается формирование, контроль и при необходимости коррекция параметров поступления материальных ресурсов,
- в) реализуется концепция планирования потребности производства в материальных ресурсах.
- г) верны ответы а), б) и в).

24. Структура информации MRP- системы включает в себя:

	<p>а) объемный план-график производства, б) план заказов, в) спецификация изделия, г) верны ответы а), б) и в).</p> <p>25. Информация в CRSP, обеспечивающая ориентацию на интересы покупателей, направлена на:</p> <p>а) адаптацию к рыночной конъюнктуре, б) определение требований к продуктам, в) управление запасами, г) верны ответы а), б) и в).</p> <p>26. Причины возникновения CRM- систем</p> <p>а) мультикативность взаимоотношений между клиентом и фирмой б) ужесточение конкуренции, в) повышение гибкости производства, г) верны ответы а), б) и в).</p> <p>27. Вертикальные отраслевые торговые площадки включают в себя:</p> <p>а) электронные (онлайновые) каталоги, б) электронные аукционы, в) электронные биржи, г) верны ответы а), б) и в).</p> <p>28. Типы построения интернет-магазинов включают в себя:</p> <p>а) онлайн-магазин (отсутствует традиционная торговая сеть), б) совмещение офлайн-бизнеса с онлайн-бизнесом (на основе реального магазина), в) информационный блок, г) верны ответы а) и б).</p> <p>29. Электронная платежная система должна гарантировать выполнение следующих требований:</p> <p>а) конфиденциальность, б) целостность информации, в) аутентификация, г) верны ответы а), б) и в).</p> <p>30. Основными типами интернет-аукционов являются:</p> <p>а) стандартный аукцион, б) обратный аукцион, в) восточный аукцион, г) верны ответы а) и б).</p>
--	--

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	<ol style="list-style-type: none"> 1 Роль электронной коммерции в современном обществе. 2 Роль и место Интернет в электронной коммерции. 3 Проблемы электронной коммерции на современном этапе развития общества. 4 История возникновения электронной коммерции. 5 Этапы развития электронной коммерции. 6 Преимущества электронной коммерции перед традиционными способами ведения коммерческих операций. 7 Роль и место международных организаций в формировании взглядов на пути развития электронной коммерции. 8 Проблемы формирования имен доменов на современном этапе развития Интернет. 9 Особенности реализации различных групп товаров в сети Интернет. 10 Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России. 11 Факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в России. 12 Основные тенденции развития электронной коммерции в России. 13 Роль систем коммуникаций в развитии электронной коммерции. 14 Проблемы формирования правовой базы для электронной коммерции. 15 Стратегии развития систем электронной коммерции. 16 Система электронной коммерции B2C. 17 Система электронной коммерции B2B. 18 Система электронной коммерции в организации закупок для государственных нужд. 19 Особенности применения ИНКОТЕРМС 2000 в системах электронной коммерции. 20 Стандарт ЭДИФАКТ. 21 Создание системы безопасности электронной коммерции. 22 Информационная безопасность систем электронной коммерции. 23 Оценка эффективности системы безопасности электронной коммерции. 24 Правовое регулирование безопасности электронной коммерции. 25 Новый подход к системе маркетинга предприятия на основе электронной коммерции. 26 Построение системы маркетинга для электронной коммерции. 27 Интеграции систем электронной коммерции с системой управления торговым предприятием. 28 Виртуальный склад торгового предприятия. 29 Маркетинговые исследования в системах электронной коммерции. 30 Формирование целевой аудитории для электронной коммерции. 31 Эффективность электронной коммерции.

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации

студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Целью дисциплины является – получение студентами необходимых знаний, умений и навыков в области электронной коммерции. Дисциплина позволяет студентам развить и продемонстрировать навыки в области разработки и эффективного использования современных средств электронной коммерции в рамках реализации образовательной программы подготовки бакалавров.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала по дисциплине «Рекламная деятельность»: формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов; заключение; рекомендации.

Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающейся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающемуся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Функции практических занятий:

- познавательная;
- развивающая;
- воспитательная.

По характеру выполняемых обучающимся заданий по практическим занятиям подразделяются на:

- ознакомительные, проводимые с целью закрепления и конкретизации изученного теоретического материала;
- аналитические, ставящие своей целью получение новой информации на основе формализованных методов;
- творческие, связанные с получением новой информации путем самостоятельно выбранных подходов к решению задач.

Формы организации практических занятий определяются в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения. Они могут проводиться:

- в интерактивной форме (решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий, деловые игры, игровое проектирование, имитационные занятия, выездные занятия в организации (предприятия), деловая учебная игра, ролевая игра, психологический тренинг, кейс, мозговой штурм, групповые дискуссии);
- в не интерактивной форме (выполнение упражнений, решение типовых задач, решение ситуационных задач и другое).

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

Требования к проведению практических занятий

Формами организации практических занятий в соответствии со специфическими особенностями учебной дисциплины и целями обучения являются: решение типовых задач; занятия с решением ситуационных задач; деловые игры; ролевые игры; занятия-конкурсы.

Типичными структурными элементами практического занятия являются: вводная часть, основная часть, заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы. В ее состав входят: формулировка темы, цели и задач занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов; рассмотрение связей данной темы с другими темами курса; изложение теоретических основ работы; характеристика состава и особенностей заданий работы и объяснение подходов (методов, способов, приемов) к их выполнению; характеристика требований к результату работы; вводный инструктаж по технике безопасности при эксплуатации технических средств; проверка готовности студентов к выполнению заданий работы; пробное выполнение заданий под руководством преподавателя; указания по самоконтролю результатов выполнения заданий студентами.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Может сопровождаться: дополнительными разъяснениями по ходу работы; устранением трудностей при выполнении заданий работы; текущим контролем и оценкой результатов работы; поддержанием в рабочем состоянии технических средств; ответами на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит: подведение общих итогов (позитивных, негативных) занятия; оценку результатов работы отдельных студентов; ответы на вопросы студентов; выдачу рекомендаций по улучшению показателей работы и устранению пробелов в системе знаний и умений студентов; сбор отчетов студентов по выполненной работе для проверки преподавателем; изложение сведений о подготовке к выполнению следующей работы, в частности, о подлежащей изучению учебной литературе.

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально. Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой 82
 Рудакова Л.В. 19.05.2020	Актуализация перечня литературы	20 мая 2020 протокол № 11	 Будагов А.С.