

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

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«_24_» ____июня____ 2021__ г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронная коммерция»
(Наименование дисциплины)

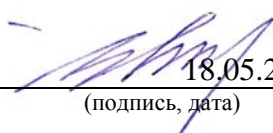
Код направления подготовки/ специальности	38.03.05
Наименование направления подготовки/ специальности	Бизнес-информатика
Наименование направленности	Управление информационными ресурсами
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург– 2021__

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф., д.т.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

А.П. Ястребов
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

« 19 » мая _____ 2021 г, протокол № 10 _____

Заведующий кафедрой № 82

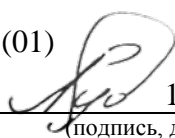
д.э.н., доц.
(уч. степень, звание)


(подпись, дата)

А.С. Будагов
(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 38.03.05(01)

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)


(подпись, дата)

Л.Г. Фетисова
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Электронная коммерция» входит в образовательную программу высшего образования по направлению подготовки/ специальности 38.03.05 «Бизнес-информатика» направленности «Управление информационными ресурсами». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-5 «Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий»

ОПК-6 «Способен выполнять отдельные задачи в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий»

ПК-5 «Способен обеспечивать поддержку процессов модернизации и продвижения веб-сайта»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с использованием разнообразных методов применения электронной коммерции для формирования лояльности покупателей и увеличения объема продаж.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, курсовое проектирование и самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский»

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. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-5 Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	ОПК-5.3.1 знает основные понятия, категории и инструменты взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ОПК-5.У.1 умеет обрабатывать запросы клиентов и партнеров в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ОПК-5.В.1 владеет организационно-управленческим инструментарием для эффективной организации взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-6 Способен выполнять отдельные задачи в рамках коллективной научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения	ОПК-6.3.1 знает принципы, методы и средства решения стандартных задач в рамках коллективной, научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых решений в области информационно-коммуникационных технологий ОПК-6.У.1 умеет решать стандартные задачи в рамках коллективной, научно-исследовательской, проектной и учебно-профессиональной деятельности для поиска, выработки и применения новых

	новых решений в области информационно-коммуникационных технологий	решений в области информационно-коммуникационных технологий ОПК-6.В.1 владеет навыками выполнения стандартных задач в области информационно-коммуникационных технологий с применением новых решений в области информационно-коммуникационных технологий
Профессиональные компетенции	ПК-5 Способен обеспечивать поддержку процессов модернизации и продвижения веб-сайта	ПК-5.3.1 знает основные процессы и методы разработки веб-сайтов, основные понятия и методы поисковой оптимизации ПК-5.У.1 умеет формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта, моделировать (описывать) бизнес-процессы ПК-5.В.1 владеет навыками формирования предложений по развитию сайта, поддержки процессов проектирования сайта и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- информатика,
- электронный бизнес,
- деловые коммуникации,
- управление инновациями,
- маркетинг.

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

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

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№4
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Аудиторные занятия, всего час.	68	68

в том числе:		
лекции (Л), (час)	34	34
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)	17	17
экзамен, (час)	45	45
Самостоятельная работа , всего (час)	31	31
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 4					
Раздел 1. Развитие электронной коммерции в мировом сообществе Тема 1. Электронная коммерция в современном обществе Тема 2. История развития электронной коммерции	2			2	1
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.	6	2		3	6
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.	9	4		4	6

Раздел 4. Реклама в электронной коммерции Тема 1 Медийная, контекстная и медийно-контекстная реклама как основные виды сетевой рекламы Тема 2. Рекламная поддержка при создании и продвижении Веб-сайта компании Тема 3 E-mail, конференции и форумы как инструменты продвижения.	9	4		4	10
Раздел 5. Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции Тема 1 Учет, анализ моделирование и прогноз динамики маркетинговой среды. Тема 2. Формирование целевой аудитории для электронной коммерции.	8	7		4	8
Выполнение курсовой работы				17	
Итого в семестре:	34	17		17	31
Итого	34	17	0	17	31

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1. Развитие электронной коммерции в мировом сообществе 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. Тема 2. История развития электронной коммерции Основные этапы развития мирового рынка электронной коммерции. Электронная коммерция в Америке. Электронная коммерция в Европе. Электронная коммерция в Азии.
2	Раздел 2. Особенности внедрения электронной коммерции в России. 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. Тема 2. Развитие телекоммуникационных систем как непереносимое

	<p>условие успешного внедрения систем электронной коммерции</p> <p>Тема 3. Стратегии развития систем электронной коммерции.</p> <p>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.</p> <p>Товарные решения электронного рынка, ценообразование и каналы сбыта на электронном рынке</p> <p>Тема 2 Структурные и функциональные схемы бизнес-моделей систем электронной коммерции</p> <p>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</p> <p>Характеристика расчетов традиционным способом.</p> <p>Характеристика основных видов электронных платежных систем.</p> <p>Характеристика основных схем расчетов.</p> <p>Тема 4 Электронные магазины: разработка концепций продвижения при их организации, реклама и PR в сети в процессе их развития и функционирования. Продвижение при помощи регистрации в поисковых системах. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке.</p>
4	<p>Раздел 4 Реклама в электронной коммерции</p> <p>Тема 1 Медийная, контекстная и медийно-контекстная реклама как основные виды сетевой рекламы. Поисковая реклама. Баннерная реклама. Понятие рекламного баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на рекламные баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов. Современные формы баннерной рекламы. Стратегия размещения рекламных баннеров. Показ баннеров на поисковых серверах. Стоимость показа баннеров в сети, основные схемы оплаты: CPC, CPM, CTR, CPS и др. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Сети баннерного обмена.</p> <p>Тема 2. Рекламная поддержка при создании и продвижении Веб-сайта компании. Рекламная поддержка при создании и продвижении Веб-сайта компании. Использование методов рекламы в сети Интернет. Веб-сайт как «электронная витрина» компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламу товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п. Представление информации на сайте. Разработка структуры, принципы организации контента с точки зрения эффективности on-line-присутствия. Проектирование сайта компании с учетом дальнейшего продвижения в Интернете и реализации маркетинговых задач организации.</p> <p>Тема 3 E-mail, конференции и форумы как инструменты продвижения. Реклама с помощью почтовой (e-mail) рассылки.</p>

	Списки рассылки: покупка, аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода. Предотвращение опасности нарушения сетевых норм поведения при проведении рекламы по e-mail: спама и др. Продвижение в группах новостей и конференциях: особенности ведения диалога, правила поведения, особенности участия в модерлируемых телеконференциях. Организация телеконференций и их использование в рекламных целях.
5	<p>Раздел 5 Реализация методов маркетинговых исследований в системах электронной коммерции</p> <p>Тема 1 Учет, анализ моделирование и прогноз динамики маркетинговой среды. Первичные маркетинговые исследования в Интернете. Вторичные маркетинговые исследования в Интернете. Методы и приемы, применяемые в системах электронной коммерции для проведения маркетинговых исследований. Поиск информации с использованием поисковых систем. Поиск информации с использованием поисковых каталогов. Использование «желтых страниц». Поиск с использованием Веб-серверов. Поиск по ссылкам, расположенным на Веб-серверах.</p> <p>Тема 2. Формирование целевой аудитории для электронной коммерции.</p> <p>Методы проведения маркетинговых исследований пользователей систем электронной коммерции. Анкетирование посетителей. Опрос с улучшенным показателем возврата. Проведение опросов на телеконференциях.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 4				
1	Использование языков запросов поисковых систем для поиска информации”	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	2	2
2	Применение Веб - каталогов и метапоисковых машин для поиска информации	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	2	3
3	Изучение организации работы интернет-трейдинга"	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	6	3,4
4	Изучение технологий электронной коммерции и оценка рейтинга электронного	Решение ситуационных задач, занятия по моделированию реальных условий	7	4, 5

	предприятия			
Всего			17	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

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

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Цель курсовой работы: Овладеть современными методами электронной коммерции

Примерные темы заданий на курсовую работу приведены в разделе 10 РПД.

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 4, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	4	4
Курсовое проектирование (КП, КР)	20	20
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	2	2
Домашнее задание (ДЗ)	5	5
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)		
Всего:	31	31

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в
-------	--------------------------	--------------------------

URL адрес		библиотеке (кроме электронных экземпляров)
330 Т 76 ISBN 978-5-8088-0562-0	Трофимова, Н.Н. Основы бизнеса [Текст] : учебное пособие / Н. Н. Трофимова ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2011. - 148 с. : рис., табл. - Библиогр.: с. 128 (21 назв.). -	65
339.138 П 12 ISBN 978-5-89123-934-0]	Павлова Н. Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник для слушателей бизнес-школ М.: НОРМА, 2011г.	10
339 Г 61- ISBN 978-5-8088-0852-2 :	Головцова, И.Г. Информационные системы маркетинга [Текст] : учебное пособие / И. Г. Головцова, Л. И. Николаева, А. П. Ястребов ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2013. - 236 с : рис. - Библиогр.: с. 233-234(23 назв.).	30
339 Г 61 ISBN 978-5-8088-0242-1	Головцова, И.Г. Электронная коммерция [Текст]: учебное пособие / И. Г. Головцова, Р. Г. Мирзоев, А. П. Ястребов ; С.-Петерб. гос. ун-т аэрокосм. приборостроения. - СПб. : Изд-во ГУАП, 2007. - 162 с.	59

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
18БК 978-59776-0288-4 (Магистр). -18БК 978-5-16009262-1	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
18БК 978-597760212-9 (Магистр) . - 18БК 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

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

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

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

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

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Мультимедийная лекционная аудитория	24-13, 24-15
2	Помещение для самостоятельной работы	Читальный зал библиотеки; Кабинет курсового и дипломного проектирования

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену;
Выполнение курсовой работы	Экспертная оценка на основе требований к содержанию курсовой работы по дисциплине.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила

использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«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.
«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.
«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.
«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.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов для экзамена	Код индикатора
	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.	ОПК-5.3.1

	<p>6. Объекты и субъекты систем электронной коммерции.</p> <p>7. Особенности платежных систем электронной коммерции.</p> <p>8. Основные международные организации, формирующие требования к электронной коммерции.</p> <p>9. Интернет-коммуникации. Развитие коммуникативной политики.</p> <p>10. Понятие электронной торговли.</p>	ОПК-5.У.1
	<p>11. Возможности, инструменты и методы электронной коммерции.</p> <p>12. Обслуживание операций электронной коммерции с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП).</p> <p>13. Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия</p> <p>14. Торгово - закупочные B2B системы.</p> <p>15. Интегрированная система планирования и управления процессами снабжения.</p>	ОПК-5.В.1
	<p>16. Система, основанная на концепции обеспечения полного цикла сопровождения клиентов.</p> <p>17. Отраслевая электронная торговая площадка (вертикальная электронная торговая площадка) в рамках рыночного пространства сектора B2B.</p> <p>18. Особенности реализации электронного каталога в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p> <p>19. Особенности реализации электронного аукциона в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p> <p>20. Особенности реализации электронной биржи в рамках вертикальной отраслевой торговой площадки.</p>	ОПК-6.3.1
	<p>21. Структура отраслевой электронной торговой площадки.</p> <p>22. Многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки.</p> <p>23. Особенности системы электронной коммерции в секторе B2C.</p> <p>24. Интернет-витрины в рамках сектора B2C.</p> <p>25. Интернет-аукционы в рамках технологии C2C.</p>	ОПК-6.У.1
	<p>26. Особенности торговли в интернет-магазинах.</p> <p>27. Электронные платежные системы. Роль пластиковых карт.</p> <p>28. Особенности интернет-рекламы</p> <p>29. Медийная реклама</p> <p>30. Контекстная реклама</p> <p>31. Медийно-контекстная реклама</p>	ОПК-6.В.1
	<p>32. Баннерная реклама</p> <p>33. Таргетинг</p> <p>34. Реклама в блогах и социальных сетях, тизерная реклама</p> <p>35. Почтовая реклама</p> <p>36. Веб – конференции и доски объявлений интернет-рекламы</p>	ПК-5.3.1

37.Оценка эффективности интернет-рекламы 38.Показатели эффективности интернет-рекламы 39.Оценка эффективности на стадиях взаимодействия интернет-пользователей с рекламной информацией 40.Качественные данные при оценке эффективности интернет-рекламы 41.Технические средства оценки эффективности интернет-рекламы 42.Анализ активности пользователей интернет-рекламы 43.Оценка эффективности интернет-рекламы по количеству продаж	ПК-5.У.1
44.Сайт как средство интернет-рекламы 45.Классификация веб-сайтов 46.Интернет-представительства 47.Брендинг в Интернете	ПК-5.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета
	Учебным планом не предусмотрено

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности интернет-среды как канала коммуникаций. 2. Разработка рекламной продукции в среде Интернет. 3. Планирование и организация коммерческих мероприятий в сети Интернет. 4. Методология коммерческой деятельности в сети Интернет. 5. Создание и поддержание веб-сайта при проведении рекламных кампаний в сети Интернет. 6. Корпоративный веб -сайт как мощный инструмент создания благоприятного имиджа в сети Интернет. 7. Корпоративный веб -сайт как эффективное средство ведения бизнес-коммуникаций в среде Интернет. 8. Корпоративный веб -сайт как один из важных компонентов деятельности в сети Интернет. 9. Корпоративное веб-представительство как канал информирования и изучения целевой аудитории. 10. Организация и развитие бизнес-процессов интернет-магазина. 11. Использование информационных технологий как средства формирования имиджа компании. 12. Специфика организации рекламной кампании в сети Интернет на примере... 13. Планирование и организация рекламной кампании в условиях интернет-среды на примере... 14. Особенности организации рекламной кампании в интернет-среде. 15. Интернет как новая технология коммуникации. 16. Понятие и сущность электронной торговли в сети Интернет.

	17. Организация электронной коммерции в секторе «Бизнес – потребитель» (B2C). 18. Организация и развитие электронной торговли в России. 19. Веб-представительство компании как мощный инструмент создания имиджа в сети Интернет. 20. Использование интернет-технологий как средства повышения эффективности рекламной деятельности. 21. Основные этапы планирования и организации рекламной кампании .в среде Интернет. 22. Информационный сервис в электронной коммерции. 23. Рынок электронной коммерции 24. Организация и развитие бизнес-процессов в интернет-магазине. 25. Организация электронной коммерции в секторе «Бизнес – бизнес» (B2B).
--	---

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. 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 обучающимися 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: 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.

11.2. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий. Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся 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 обучающимся 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.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/выполнения курсовой работы (*если предусмотрено учебным планом по данной дисциплине*)

Курсовой проект/ работа проводится с целью формирования у обучающихся опыта комплексного решения конкретных задач профессиональной деятельности.

Курсовой проект/ работа позволяет обучающемуся:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения по профессиональным учебным дисциплинам и модулям в соответствии с требованиями к уровню подготовки, установленными программой учебной дисциплины, программой подготовки специалиста соответствующего уровня, квалификации;

- применить полученные знания, умения и практический опыт при решении комплексных задач, в соответствии с основными видами профессиональной деятельности по направлению/ специальности/ программе;

- углубить теоретические знания в соответствии с заданной темой;

- сформировать умения применять теоретические знания при решении нестандартных задач;

- приобрести опыт аналитической, расчётной, конструкторской работы и сформировать соответствующие умения;

- сформировать умения работы со специальной литературой, справочной, нормативной и правовой документацией и иными информационными источниками;
- сформировать умения формулировать логически обоснованные выводы, предложения и рекомендации по результатам выполнения работы;
- развить профессиональную письменную и устную речь обучающегося;
- развить системное мышление, творческую инициативу, самостоятельность, организованность и ответственность за принимаемые решения;
- сформировать навыки планомерной регулярной работы над решением поставленных задач.

Структура пояснительной записки курсового проекта/ работы

Структура пояснительной записки курсовой работы включает в себя совокупность элементов, которые должны располагаться в следующей последовательности:

- титульный лист (1 с);
- содержание (1—2 с);
- введение (1—2 с);
- основная часть (30—40 с);
- заключение (1—2 с);
- список использованных источников;
- приложения.

Общий объем курсовой работы должен составлять 35-50 страниц (за исключением приложений).

Представленная к защите курсовая работа должна иметь титульный лист установленного образца, подписанный автором курсовой работы.

Содержание должно включать наименование всех разделов и подразделов с указанием номеров страниц.

Во введении должна быть раскрыта актуальность темы исследования, а также определены цели и задачи работы.

Основная часть должна состоять из нескольких разделов, в которых рассматриваются теоретические основы исследуемой проблемы, проводится обзор источников, отражающих необходимые теоретические положения, а также приводятся примеры практического использования различных видов электронной рекламы в различных сегментах электронного рынка.

Заключение курсовой работы должно включать:

- общие итоги и выводы по каждой из рассматриваемых в работе задач;
- предложения по использованию результатов работы.

Список использованных источников должен содержать все использованные литературные источники, представленные в алфавитном порядке по нарастающей нумерации. На приведенные источники автор должен делать ссылки в тексте курсовой работы..

Приложения могут содержать вспомогательные материалы, которые не целесообразно включать в основные разделы курсовой работы.

Требования к оформлению пояснительной записки курсового проекта/ работы

Материалы курсовой работы должны соответствовать требованиям ГОСТ 7.32 – 20017 и иметь титульный лист установленного образца.

11.4. 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.

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).

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

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

- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

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