



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

Е.В. Носкова

(подпись)

«08» июля 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики

И.М. Романова

(подпись)

«08» июля 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Электронная торговля

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

магистерская программа «Стратегический маркетинг»

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3

лекции 12 час.

практические занятия 24 час

лабораторные работы – ___ час.

в том числе с использованием МАО лек. ___ /пр. 18 час./лаб. ___ час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 108 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект ___ семестр

зачет _ семестр

экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 07.07. 2015 № 12-13-1282

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики, протокол № 8 от «08» июля 2019 г.

Заведующий кафедрой маркетинга, коммерции и логистики, д.э.н., профессор Романова И.М.

Составитель (ли): канд. экон наук, доцент Е.Б. Кметь

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «___» _____ 2019 г. № ___

Заведующий кафедрой _____ И.М Романова
(подпись)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «__» _____ 201_г. № _

Заведующий кафедрой _____ И.М Романова

ABSTRACT

Master's degree in 38.04.02 Management

Master's Program "Strategic Marketing"

Course title: Electronic commerce.

Variable part of Block, 4 credits.

Instructor: Kmet E.B.

At the beginning of the course a student should be able to:

- possession of the skills of strategic analysis, development and implementation of the organization's strategy aimed at ensuring competitiveness;
- the ability to analyze the relationship between the functional strategies of companies in order to prepare balanced management decisions;
- the ability to participate in project management, the implementation program of technological and product innovations or organizational change program.

Learning outcomes:

PC-4 – ability to analyze and shape the organization's entrepreneurial orientation;

PC-9 – possession of methods of economic and strategic analysis of the behavior of economic agents and markets in the global environment.

Course description: modern Internet device in Russia: key concepts, market size, main trends and participants. The essence of the concepts: Runet and the Russian Internet, Internet user, electronic markets. Internet audience research.

Main course literature:

1. Antonova, N.V., Pathos O.I. Psihologiya potrebitel'skogo povedeniya, reklamy i PR : ucheb. posobie [Psychology of consumer behavior, advertising and PR: studies. allowance] / - M.: INFRA-M, 2017. - 325 p. (rus) - (Higher education: Master). - Access mode: <http://znanium.com/catalog/product/792429>

2. Kitova O.V. Cifrovoj biznes: uchebnik [Digital business: textbook/ for scientific. ed. O.V. Whale.] - M.: INFRA-M, 2019. - 418 p. (rus) - (Higher education: Master). - Access mode: <http://znanium.com/catalog/product/989795>

3. Kmet, E.B. Marketingovye kommunikacii. Teoriya, praktika, upravlenie [Marketing communications. Theory, practice, management]. - Saratov: Aj Pi Er Media, 2016. - 183 c. (rus) - Access: <http://www.iprbookshop.ru/54491>

4. Knobel' A.YU. Torgovlya i globalizaciya: sobytiya poslednih tridcati let i dal'nejshie evolyucionnye traektorii [Trade and globalization: events of the last thirty years and further evolutionary trajectories] - M.: Delo, 2019. - 72 p. (rus) - Access mode: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1043290>

Form of final control: exam.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронная торговля»

Учебный курс «Электронная торговля» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 Торговое дело, магистерская программа «Стратегический маркетинг».

Дисциплина «Электронная торговля» включена в состав вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (12 часов), практические занятия (24 часа, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студента (108 часов, в том числе 36 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Электронная торговля» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинговой управление», «Поведение потребителей», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинговые исследования», «Цифровой маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Педагогическая практика» и «Преддипломная практика».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet.

Цель - формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления электронной торговли в Internet и особенностях функционирования российского рынка электронной торговли и электронных платежных систем.

Задачи:

- рассмотреть сущность Интернет, принципы функционирования, ландшафт российского Интернета и в разрезе отдельных стран, устройство и основных игроков;

- уточнить ключевые понятия в данной предметной области и правовое регулирование электронной коммерции;

- рассмотреть сущность национальной платежной системы применительно к электронному бизнесу;

- рассмотреть структуру традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников;

- познакомить с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем;

- рассмотреть типологию платежных систем, функционирующих в Internet и типологию мобильной коммерции;

- оценить уровень освоения Internet-банкинга на национальном и регионально рынках.

Для успешного изучения дисциплины «Электронная торговля» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

- способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений;

- способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; - уровни представленности предприятий в Интернет; - эволюцию моделей комплекса маркетинга; - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования; - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции; - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; - модель дистанционного банковского обслуживания; - виды систем удаленного управления счетами;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Интернет; - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; - навыками оптимизации форм оплаты виртуаль-

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
		ных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает	- основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет; - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции;
	Умеет	- анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны;
	Владеет	- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Электронная торговля» применяется такой метод активного/интерактивного обучения, как кейс-задачи.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия (12 часов.)

Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (2 час.).

Содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet. Система адресации Internet: IP-адреса (IP.v.4 IP.v.6) и виды доменных имен.

Современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и рос-

сийский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet.

Тема 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (2 час.)

Сущность понятий: электронный бизнес и электронная торговля, электронная торговля, коммерческая деятельность в Internet.

Уровни представленности предприятий (организаций) в Internet: виртуальные витрины или web-представительства, агентства коммерческой информации, Internet-барахолки, Internet-аукционы, виртуальные магазины, госуслуги и электронное правительство.

Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика.

Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе. Закон о национальной платежной системе.

Тема 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт (2 час.)

Инфраструктура традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт и функции участников. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг. Транзакция и процедура авторизации.

Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке. Локальные проекты.

История появления пластиковых карт в мире и в России. Классификации современных карт от основной функции, в зависимости от эмитента, по типу расчетной схемы, по конструкции, по характеру использования. Основные тенденции рынка карточных продуктов: дальнейшее развитие мультиапликационных карт, совершенствование элементов защиты карточных продуктов и т.д

Тема 4. Internet-банкинг (2 час.)

Сущность понятий: Internet-маркетинг и Internet-банкинг. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Internet-банкинга на региональном рынке. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами.

Тема 5 Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (2 час.)

Криптография как область знаний, благодаря развитию которой стало возможно появление электронных платежных систем и цифровых денег. Два основных метода шифрования: закрытым ключом и открытым ключом.

Основные понятия криптографии: электронная цифровая подпись, простая, квалифицированная и неквалифицированная усиленная электронная подпись, сертификат ключа проверки электронной подписи. Технология использования электронной подписи и роль Федеральных законов РФ N 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» от 10.01.2002 г и N 63-ФЗ "Об электронной подписи» от 06.04.2011 г. в политической, социальной и экономической сферах деятельности.

Тема 6 Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи (2 час.)

Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег. Действующие системы электронных денег и платежные технологии. Обменные сервисы электронных денег.

Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей. Порядок осуществления операций с картами в системе мобильных платежей.

Международные и национальные (отечественные) электронные платежные системы: история создания, тип, специфика, спектр услуг, количество участников.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (24 час., в том числе МАО – 18 час.)

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест
2. Кейс-задача 1.1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции.
3. Кейс-задача 1.2. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран.
4. Кейс-задача 1.3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.

Занятие 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест
2. Кейс-задача 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации.
3. Кейс-задача 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна... республика Корея, Япония, Бразилия и ...).

Занятие 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест
2. Кейс-задача 3. Международные карточные платежные системы и их представленность в России

Занятие 4. Internet-банкинг (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест

2. Кейс-задача 4. Основные тенденции развития рынка услуг Internet-банкинга Приморского края (или России).

Занятие 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест

2. Кейс-задача 5. Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей

Занятие 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи (4 час., в том числе МАО – 2 час.)

1. Тест

2. Кейс-задача 6.1. Электронная платежная система (национальная или международная...)

3. Кейс-задача 6.2. Разработка майнд-карты.

II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Электронная торговля» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-9	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции 	Тест 1 (ПР-4) Кейс-задачи 1, 1.1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (1-6)
	<p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны 				
	<p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны 				
2	Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами 	Тест 2 (ПР-4) Кейс-задачи 2.1, 2.2 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (7-11)
	<p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки 				
	<p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - методами и средствами разра- 				

			ботки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе		
3	Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок карточных продуктов страны <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт 	Тест 3 (ПР-4) Кейс-задача 3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (12-13, 15-20)
4	Internet-банкинг	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - модель дистанционного банковского обслуживания - виды систем удаленного управления счетами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга 	Тест 4 (ПР-4) Кейс-задача 4 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (11, 12)
5	Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании 	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача 5 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (23-25)
6	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем 	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задачи 6.1, 6.2. (ПР-11)	Вопросы к экзамену (26, 30, 19-21)

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 325 с. — (Высшее образование: Магистратура). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/792429>
2. Киреева В.С. Маркетинг инноваций: Конспект лекций / Киреев В.С. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 115 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/767187>
3. Китова О.В. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/989795>
4. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ Кметь Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491>
5. Кнобель А.Ю. Торговля и глобализация: события последних тридцати лет и дальнейшие эволюционные траектории / А.Ю. Кнобель, Т.М. Алиев, Н.С. Пыжиков, Т.А. Флегонтова. — Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 72 с. - (Научные доклады: экономика). Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1043290>

Дополнительная литература
(печатные и электронные издания)

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Акулич М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 352 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85658.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Бирюкова, О.В. Регулирование международной торговли услугами [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Бирюкова. - М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. - 210 с. - ISBN 978-5-7598-1494-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1018705>

3. Голубкова, Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум. – М. : Юрайт, 2015. – 344 с. - Режим доступа: <https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:784708&theme=FEFU> (4 экз. в НБ)

4. Кабашов С.Ю. Электронное правительство. Электронный документооборот. Термины и определения : учеб. пособие / С.Ю. Кабашов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 320 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002479>

5. Кобелев О. А. Электронная коммерция: Учебное пособие / Кобелев О.А.; Под ред. Пирогов С.В., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2017. - 684 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/340852>

6. Performance-маркетинг [Электронный ресурс]: заставьте интернет работать на вас/ Г.В. Загребельный [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58562.html>.

7. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/947029>

Нормативно-правовые материалы

1. Федеральный закон от 03.07.2016 N 244-ФЗ (ред. от 27.11.2017) "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации", Статья 174.2. Особенности исчисления и уплаты налога при оказании иностранными организациями услуг в электронной форме. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200490/b004fed0b70d0f223e4a81f8ad6cd92af90a7e3b/

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Некоммерческое партнерство содействия развитию интерактивной рекламы IAB Russia <https://iabrus.ru/>
2. Ассоциация Коммуникационных Агентств России: АКАР www.akarussia.ru
3. Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) <http://www.akit.ru/>
4. Сайт ассоциации «Интернет и бизнес» <http://www.a-ib.ru>
5. WebMoney Transfer — международная система расчетов и среда для ведения бизнеса в сети <http://www.webmoney.ru/>
6. Электронная платежная система ЯндексДеньги <http://money.yandex.ru>
7. Электронная платежная система RBK Money <https://rbkmoney.ru>
8. Электронная платежная система CyberPlat «КиберПлат» <http://www.cyberplat.ru>
9. Электронная платежная система PayPal <https://www.paypal.com>

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Электронная торговля» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Электронная торговля» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий и тестов, выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Электронная торговля» является экзамен, который проводится в форме собеседования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- освоить теоретический материал (20 баллов);
- успешно выполнить все практические задания и тесты (50 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (30 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Электронная торговля» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Электронная торговля» для аттестации на зачете следующие: 86-61 баллов – «зачтено», 60 и менее баллов – «не зачтено».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[\frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где: $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$ для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$ для итогового рейтинга;

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

O_i – балл, полученный студентом на i -ом контрольном мероприятии;

O_i^{max} – максимально возможный балл студента по i -му контрольному

мероприятию;

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

k_i^n – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия, если оно является основным, или 0, если оно является дополнительным.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Сценарий изучения дисциплины предполагает:

- внимательное чтение рабочей программы учебной дисциплины (помогает целостно увидеть структуру изучаемых вопросов);
- изучение методических рекомендаций по самостоятельной работе студентов;
- посещение аудиторных занятий;
- самостоятельное углубленное изучение теоретических тем курса по источникам, представленным в списке учебной литературы;
- самостоятельной выполнение ситуационных заданий в форме кейс-задач, презентацию результатов и участие в коллективном обсуждении на практических занятиях;
- прохождение тестирования по темам курса на практических занятиях;
- составление майнд-карты, ее презентация на практическом занятии и коллективное обсуждение.

Овладением необходимыми профессиональными знаниями, умениями и навыками должно завершиться изучение дисциплины. Важное значение имеют не только старание и способности, но и хорошо продуманная организация труда студента, и прежде всего правильная организация времени.

По каждой теме дисциплины «Электронная торговля» предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельная работа студента. Время, на изучение дисциплины и планирование объема времени на самостоятельную работу студента отводится согласно рабочему учебному плану данного

направления подготовки. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, выполнение кейс-задач.

Для сокращения затрат времени на изучение дисциплины в первую очередь, необходимо своевременно выяснить, какой объем информации следует усвоить, какие умения приобрести для успешного освоения дисциплины, какие задания выполнить для того, чтобы получить достойную оценку. Сведения об этом (списки рекомендуемой и дополнительной литературы, темы практических занятий, тестовые задания, а также другие необходимые материалы) имеются в разработанной рабочей программе учебной дисциплины.

Регулярное посещение лекций и практических занятий не только способствует успешному овладению профессиональными знаниями, но и помогает наилучшим образом организовать время, т.к. все виды занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат. Важная роль в планировании и организации времени на изучение дисциплины отводится знакомству с планом-графиком выполнения самостоятельной работы студентов по данной дисциплине. В нем содержится виды самостоятельной работы для всех разделов дисциплины, указаны примерные нормы времени на выполнение и сроки сдачи заданий.

Чтобы содержательная информация по дисциплине запоминалась, целесообразно изучать ее поэтапно – по темам и в строгой последовательности, поскольку последующие темы, как правило, опираются на предыдущие темы. При подготовке к практическим занятиям целесообразно за несколько дней до занятия внимательно 1–2 раза прочитать нужную тему, попытавшись разобраться со всеми теоретико-методическими положениями и примерами. Для более глубокого усвоения материала крайне важно обратиться за помощью к основной и дополнительной учебной, справочной литературе, журналам или к преподавателю за консультацией. За день до практического занятия крайне важно повторить определения базовых понятий, классификации, структуры и другие базовые положения.

Важной частью работы студента является знакомство с рекомендуемой и дополнительной литературой, поскольку лекционный материал, при всей его важности для процесса изучения дисциплины, содержит лишь минимум необходимых теоретических сведений. Высшее образование предполагает более глубокое знание предмета. Кроме того, оно предполагает не только усвоение информации, но и формирование навыков исследовательской работы. Для этого необходимо изучать и самостоятельно анализировать статьи периодических изданий и Интернет-ресурсы.

Студентам рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины «Электронная торговля»:

- – изучение конспекта лекции в тот же день после лекции – 10 – 15 минут;
- повторение лекции за день перед следующей лекцией – 10 – 15 минут;
- изучение теоретического материала по рекомендуемой литературе и конспекту – 30 минут в неделю;
- подготовка к практическому занятию, предполагающая выполнение кейс-задач – 3 часа.

Тогда общие затраты времени на освоение курса «Электронная торговля» студентами составят около 4-х часов в неделю.

Рекомендации по использованию материалов учебно-методического комплекса

Все материалы учебно-методического комплекса по дисциплине «Электронная торговля» доступны для студентов в электронной форме и в печатном виде хранятся на кафедре маркетинга, коммерции и логистики.

Приступая к изучению курса, студенту необходимо будет ознакомиться с данными изданиями.

1) рабочая программа учебной дисциплины дает общее представление о предмете изучения, цели и включает основные темы, разделенные на разделы, список основной и дополнительной литературы.

2) тексты лекций, проблемные вопросы, словарь основных терминов и понятий помогут в подготовке к практическим занятиям, к опросам и подготовке к экзамену.

4) учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся включают план-график самостоятельной работы по дисциплине, характеристику заданий для самостоятельной работы обучающихся и рекомендации по их выполнению.

5) Фонд оценочных средств содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания для текущей и промежуточной аттестаций, и комплекты оценочных средств.

Рекомендации по работе с литературой

Самостоятельная работа с литературой является обязательным условием формирования у обучающихся научных знаний. Работа студентов с первоисточниками предполагает следующие методы:

1) Первоисточник целесообразно внимательно просмотреть. В книгах следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать (или быстро просмотреть электронный вариант), рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие - прочитать быстро; в книге или журнале, принадлежащие самому студенту, ключевые позиции можно выделять маркером или делать пометки на полях. При работе с Интернетом - источником целесообразно также выделять важную информацию; если книга или журнал не являются собственностью студента, то целесообразно записывать номера страниц, которые привлекли внимание. Позже следует возвратиться к ним, перечитать или переписать нужную информацию.

Физическое действие по записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

2) При работе с первоисточниками следует вести записи (конспектировать материал). Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают выработать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов. Следует выписывать:

- выходные данные научной публикации (для книги выходные данные включают ФИО автора, название книги, город и название издательства, год, количество страниц; для статьи - ФИО автора, название статьи, название издания, год, номер, диапазон страниц);

- кратко основные идеи автора (фокус исследования);

- наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц и источника).

Законспектированный материал поможет проанализировать различные точки зрения по спорным вопросам и аргументировать собственную позицию, будет способствовать выработке собственного мнения по проблеме. Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

- Конспект - краткая схематическая запись основного содержания научной работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.

- Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

- Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Рекомендации по подготовке к экзамену

Экзамен является неотъемлемой частью учебного процесса и призван закрепить и упорядочить знания студента, полученные на занятиях и самостоятельно.

На проведение экзамена отводятся часы занятий по расписанию. Студенты сдают экзамен в день, определенный расписанием экзаменационной сессии, и только со своей группой.

В случае если дисциплина участвует в рейтинговой системе оценки успеваемости и экзамен (как контрольное мероприятие) в рейтинг-плане дисциплины имеет нулевой вес, то преподаватель проводит промежуточную аттестацию в последнюю неделю теоретического обучения по дисциплине. Экзамены в этом случае не включаются в расписание экзаменов – в расписании эти дисциплины указываются как дисциплины, по которым промежуточная аттестация осуществляется на основании рейтинга за семестр

Сдачи экзамена предшествует работа студента на лекционных, практических занятиях и самостоятельная работа по выполнению кейс-задач. Отсутствие студента на занятиях без уважительной причины и невыполнение заданий самостоятельной работы является основанием для недопущения студента к экзамену. В процессе подготовки к экзамену обучающимся следует придерживаться следующих рекомендаций:

1) Подготовку к экзамену необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на экзамен. При подготовке ответов следует использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу, а также тексты лекций по дисциплине и лекционные конспекты, составленные студентом самостоятельно.

2) Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также выполненные в процессе обучения кейс-задачи.

3) При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы. При необходимости

сти в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня.

4) В случае возникновения трудностей при подготовке к экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Электронная торговля» необходимы специализированные аудитории, оснащенные средствами мультимедиа и имеющие доступ в Интернет.

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус G, каб. G 502, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; учебная аудитория для проведения занятий	50 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, Wi-Fi Ноутбук Acer ExtensaE2511-30VO Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen

семинарского типа (практических занятий); учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.
--	---



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Электронная торговля»

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа «Стратегический маркетинг»

Форма подготовки очная

Владивосток

2019

1 План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Электронная торговля»

№ п/п	Дата/сроки выполнения 2 курс 3 семестр (17 недель)	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение, час.	Форма контроля
1	1, 2, 3 недели	Подготовка кейс-задач: 1.1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции 1.2. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран. 1.3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
2	4, 5, 6 недели	Подготовка кейс-задач: 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации. 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна... республика Корея, Япония, Бразилия и ...).	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
3	7,8,9 недели	Подготовка кейс-задач: 3. Международные карточные платежные системы и их представленность в России	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
4	10, 11, 12 неделя	Подготовка кейс-задач: 4 Основные тенденции развития рынка услуг Internet-банкинга Приморского края (или России).	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии -Тестирование
5	13, 14, 15 недели	Подготовка кейс-задач: 5.Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
6	16, 17 недели	Подготовка кейс-задач: 6.1. Электронная платежная система (национальная или международная...) 6.2. Разработка майнд-карты.	12	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
		Подготовка к экзамену	36	
		Всего	108	

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель выполнения самостоятельной работы состоит в закреплении теоретических знаний и в формировании практических навыков в области электронной торговли.

Самостоятельная работа с источниками литературы поможет студентам приобрести определенные навыки в обобщении и изложении материала по вопросам управления маркетингом.

Выполнение самостоятельной работы позволит судить о подготовленности студента в основных вопросах изучаемой дисциплины, об умении разбираться в рыночных ситуациях.

Самостоятельная работа магистров предполагает:

1. Выполнение проекта в рамках ситуационных заданий в форме кейс-задачи (МАО).
2. Разработка майнд-карты по теме, предложенной преподавателем или самостоятельно выбранной студентом и согласованной с преподавателем.
3. Подготовка к тестированию по темам курса.

Методические рекомендации по выполнению кейс-задач (МАО)

В учебном процессе в рамках дисциплины «Электронная торговля» применяются активные методы обучения – кейс-задачи, представляющие собой имитационные неигровые: case-study «описание опыта» (ситуационные задания) – разбор и анализ конкретных ситуаций.

Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы, и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентации по результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой ситуационные задания, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека).

Самостоятельная работа магистров в рамках выполнения кейс-задачи предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия.

2. Поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований в форме презентации (файл с расширением .ppt).

3. Защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

По результатам проверки студенту выставляется определенное количество баллов, которое входит в общее количество баллов студента, набранных им в течение семестра. При оценке результатов выполнения кейс-задачи учитываются четкость структуры работы, умение сбора вторичной информации, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления.

Методические указания по выполнению кейс-задачи «Составление майнд-карты» (МАО)

Цель задания – повышение эффективности обучения и систематизация знаний и последних научных публикаций по различным областям электронной торговли.

Этапы выполнения задания:

1. Тема для составления майнд-карт выдается преподавателем творческому коллективу студентов из нескольких человек или индивидуально. В качестве темы выступает одна из областей электронной торговли. Выполнение задания относится к самостоятельной работе студентов и оценивается 10 дополнительными баллами.

2. Исполнитель самостоятельно изучает правила составления майнд-карт и разрабатывает майн-карту, используя программный продукт или отцифровав цветной рисунок, созданный на формате бумаги А1-А4. В качестве объектов майнд-карт выступают уровни и разделы (предметные области) заявленной для исследования темы, выбранные для поиска в отечественных и иностранных базах данных научного цитирования: РИНЦ

(<http://elibrary.ru>), Scopus (<http://www.sciencedirect.com>), Web of Knowledge.

Майнд-карта составляется на русском и английском языках.

3. Составляется список ключевых слов (на двух языках)

4. Осуществляется поиск научных публикаций по определенным ключевым словам с описанием алгоритма сужения поиска за счет фильтров (упрощенно). Например, на первом этапе были оставлены следующие области знаний, года и типы публикаций и т.д.

Результаты поиска оформляются в виде таблицы, в которой должны присутствовать следующие данные по публикации:

- Библиографические данные по публикации (автор, название, статьи, журнал, год, номер, страницы)
- Аннотация на английском языке
- Аннотация на русском языке
- Список ключевых слов
- Ссылка на текст публикации

Итоговые результаты поиска, содержащиеся в таблице, анализируются в разрезе стран и лет с помощью дополнительного сервиса Scopus и представляются в форме двух дополнительных таблиц

5. Результаты выполнения задания оформляются в форме текстового документа, в котором должны присутствовать следующие элементы:

- Тема задания и список состав исполнителей с указанием группы.
- Майн-карта на русском и английском языках с описанием
- Алгоритм сужения результатов поиска.
- Итоговая таблица
- Анализ результатов поиска в разрезе стран, лет

Определение и направления использования. Словосочетание "MindMaps" в различных источниках переводят по-разному, кроме термина "ментальные карты" можно встретить интеллект-карты, майнд мэпы, карты памяти, карты ума.

«Законы майнд-мэппинга» были разработаны английским психологом Тони Бьюзенем в 1970-х годах. Именно он систематизировал использование образов, цвета и ассоциаций и создал для этого термин «майнд-мэппинг», его идея заключается в создании «несущей конструкции», призванной помочь восстановить живые мысли, находящиеся за скучным текстом, или создать их, если использовать *майндмэппинг* в качестве инструмента для создания новых идей. За последующие 30 с лишним лет было создано много вариантов оригинальной техники, и широкое использование разнообразных программ для создания карт памяти разительно изменили все, что возможно.

Бердин В. Где можно применять майндмэппинг и майнд-карты?
<http://free-psycho.ru/gde-primenyayut-majndme-pping-i-majnd-karty/>

Крилин С. Обзор программ для составления майнд-карт
<http://skirilin.ru/21skillsd6/>

Темы майнд-карт по дисциплине «Электронная торговля»:

1. Платежи в интернет (электронные платежные системы в Интернет), классификации.

2. Платежные шлюзы в Интернет.

3. Мобильная коммерция (m-commerce), сущность, направления и классификации.

4. Мобильные платежи и системы мобильных платежей (мобильные деньги), классификации.

5. Мобильные платежи ближнего взаимодействия ((NFC, QR, Near Sound), классификации и примеры внедрения.

6. Мобильные удаленные платежи (IP based? Binary SMS based, Text SMS, голосовые каналы), классификации и примеры внедрения.

7. Мобильный банкинг или мобильные платежи с помощью (на основе) банковских карт.

8. Методы шифрования в Интернет (асимметричные и симметричные криптоалгоритмы).

9. Электронная цифровая подпись и электронные сертификаты, технология, классификации.

10. Безопасные протоколы сеанса связи (стандарты, протоколы безопасности) в Интернет (SET, SSL и т.д.).

11. Модели комплекса маркетинга (marketing mix) в Интернет.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связки теоретического материала дисциплины с практическими ситуациями, которые решали на практических занятиях и в ходе выполнения самостоятельной работы. Рекомендуется при подготовке к тесту использовать список основной литературы, профильные журналы по теории и практике управления маркетингом. Если в ходе к подготовке к тесту у студента остаются вопросы, на которые он не смог ответить, то обязательно следует посетить консультацию ведущего преподавателя и выяснить эти вопросы.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

По дисциплине «Управление маркетингом» предусмотрена рейтинговая оценка знаний студентов согласно Положению о рейтинговой системе оценки освоения дисциплин студентами ДВФУ, утвержденному приказом ректора от 28.10.2014 №12-13-1718. Если студент по итогам текущего контроля в 7 семестре набирает 61 балл, то экзамен проставляется автоматически. Если набранные баллы не превышают 61, то в этом случае студенту необходимо сдать экзамен в форме устного собеседования согласно расписанию экзаменационной сессии. Перечень вопросов к экзамену

приводится в Приложении 2 данной РПД. Для подготовки к экзамену студенту необходимо внимательно ознакомиться с лекционными материалами, повторить все решенные кейсы и деловые игры, поскольку в процессе сдачи экзамена студент должен владеть не только теоретическими знаниями, но и ориентироваться в практике принятия маркетинговых решений в области электронной торговли. Все ответы на теоретические вопросы поясняются практическими ситуациями. На подготовку к экзамену студенту отводится 36 часов.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

Критерии оценки самостоятельной работы:

- ✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если выполнены все проекты в форме кейс-задач и многоуровневых задач и заданий, результаты аккуратно оформлены согласно общим стандартам и требованиям преподавателя,

студент аргументировано обосновывает свою точку зрения, глубина проработки каждого задания составляет более 25-30 научных публикаций в международных и национальных индексах научного цитирования;

✓ 85-76 баллов выставляется студенту, если выполнены все проекты в форме кейс-задач и заданий, допущены незначительные погрешности в оформлении результатов, правильная, но неполная интерпретация выводов, ход решения многоуровневых задач и заданий правильный, глубина проработки каждого задания составляет не менее 15 научных публикаций в международных и национальных индексах научного цитирования, фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

✓ 75-61 балл выставляется студенту, если выполнено не менее 70% проектов в форме кейс-задач и заданий, допущены значительные погрешности в оформлении результатов, неполная интерпретация выводов, подход к решению многоуровневых заданий правильный, но есть ошибки, глубина проработки каждого задания составляет не менее 5 научных публикаций в международных и национальных индексах научного цитирования, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов выставляется студенту, если результаты выполненных кейс-задач представляет собой полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущены три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
«Электронная торговля»
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
магистерская программа «Стратегический маркетинг»
Форма подготовки очная

Владивосток
2019

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p style="text-align: center;">ПК-4</p> <p>способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; - уровни представленности предприятий в Интернет; - эволюцию моделей комплекса маркетинга; - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования; - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции; - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; - модель дистанционного банковского обслуживания; - виды систем удаленного управления счетами;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Интернет; - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт;

		<ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;
<p>ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет; - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-9	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анали- 	Тест 1 (ПР-4) Кейс-задачи 1, 1.1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (1-6)

			за темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны		
2	Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе 	Тест 2 (ПР-4) Кейс-задачи 2.1, 2.2 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (7-11)
3	Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок карточных продуктов страны <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт 	Тест 3 (ПР-4) Кейс-задача 3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (12-13, 15-20)
4	Internet-банкинг	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - модель дистанционного банковского обслуживания - виды систем удаленного управления счетами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов 	Тест 4 (ПР-4) Кейс-задача 4 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (11, 12)

			с использованием услуг интернет-банкинга		
5	Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании 	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача 5 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (23-25)
6	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-4	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей 	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задачи 6.1, 6.2. (ПР-11)	Вопросы к экзамену (26, 30, 19-21)

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	знает (пороговый уровень)	<ul style="list-style-type: none"> - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; - уровни представленности предприятий в Интернет; - эволюцию моделей комплекса маркетинга; - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования; - принципы работы 	<ul style="list-style-type: none"> - знание форм оплаты, методов доставки, реализуемых виртуальными торговцами; - уровней представленности предприятий в Интернет; траекторий эволюции моделей комплекса маркетинга; основных моделей комплекса электронного маркетинга и содержания составляющих элементов; - основные методы шифрования; принципов работы электронной цифровой 	<ul style="list-style-type: none"> - способность перечислить и охарактеризовать формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами; - уровни представленности предприятий в Интернет; эволюцию моделей комплекса маркетинга; основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сер-

		<p>электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правовое регулирование электронной коммерции; - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; - модель дистанционного банковского обслуживания; - виды систем удаленного управления счетами; 	<p>подписи и электронного сертификата ключа; правового регулирования электронной коммерции; основных принципов функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуры и функций участников; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; моделей мобильной коммерции и структуры совершения мобильных платежей; модели дистанционного банковского обслуживания; видов систем удаленного управления счетами;</p>	<p>тификата ключа; правовые акты, регулирующие электронную коммерцию; основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; модель дистанционного банковского обслуживания; виды систем удаленного управления счетами;</p>
	умеет (продвинутый)	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга; 	<ul style="list-style-type: none"> - умение проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно осуществлять сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	владеет (высокий)	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных 	<ul style="list-style-type: none"> - владение методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и средства разработки реко-

		<p>магазинов определенной специализации в регионе;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; 	<p>ных магазинов определенной специализации в регионе;</p> <ul style="list-style-type: none"> навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; 	<p>мендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе;</p> <ul style="list-style-type: none"> методы разработки модели веб-маркетинга предприятия; навыки оптимизации представленности предприятия в Internet; методы управления безопасностью платежей на сайте компании; навыки оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; методы разработки рекомендаций по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;
<p>ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет; - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции; 	<ul style="list-style-type: none"> - знание основных принципов функционирования Internet, структуры и специфических черт Рунета; системы адресации Интернет; содержания фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; электронных рынков: их структуры, функций участников, основных элементов систем электронной коммерции; 	<ul style="list-style-type: none"> - способность перечислить и охарактеризовать основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; систему адресации Интернет; содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции;
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); 	<ul style="list-style-type: none"> - умение анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); 	<ul style="list-style-type: none"> способность самостоятельно осуществлять анализ основных элементов систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессов и моделей);

		- исследовать основные детерминанты электронного рынка страны;	следовать основные детерминанты электронного рынка страны;	проводить исследование основных детерминант электронного рынка страны;
	владеет (высокий)	- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.	- владение методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны.	способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать темпы развития рынка электронной коммерции страны; самостоятельно выявлять тенденции и особенности развития рынка электронной коммерции страны.

Зачетно-экзаменационные материалы

Список вопросов к экзамену:

1. Уникальность фундаментальных протоколов Internet и общая характеристика структуры Internet.
2. Система адресации Internet, структура доменного имени и типы доменных имен.
3. Сущность и структура рынка электронной коммерции.
4. Основные детерминанты развития Рунета.
5. Объекты и субъекты электронной коммерции.
6. Модели комплекса маркетинга для электронной коммерции.
7. Модели электронной коммерции для рынка B2C и B2B.
8. Уровни (виды) представленности организаций в Internet.
9. Специфика агентств коммерческой информации и электронных досок объявлений (виртуальных барахолки).
10. Специфика Internet-аукционов и виртуальных магазинов.
11. Типология виртуальных торговых площадок B2B.
12. Виды карточных платежных систем и их структура.
13. Технология оплаты товаров и услуг с помощью банковских платежных карт.
14. Технология совершения мобильных платежей.

15. Сущность понятий «транзакция» и «авторизация».
16. Виды карт, перспективы их развития и использования в Internet.
17. Классификация карт в зависимости от эмитента.
18. Классификация карт по основной функции.
19. Техническая классификация карт.
20. Отличия совместных карт (co-branding) от мультиапликационных карт.
21. Сущность Internet-банкинга и его место в дистанционном банковском обслуживании.
22. Уровни присутствия банков в Internet.
23. Основные методы шифрования в криптографии и их роль в развитии электронной коммерции.
24. Технология и сфера применения электронной цифровой подписи.
25. Виды и технология использования цифровых сертификатов.
26. Типология (виды) электронных платежных систем и их структура.
27. Виды и классификации систем электронных денег.
28. Обличительные критерии электронных денег.
29. Основной принцип работы платежных систем на основе виртуальных карт. Тенденции и перспективы.
30. Типология систем мобильной коммерции.

**Комплекты оценочных средств для текущей аттестации для
дисциплины «Электронная торговля»**

Тесты для дисциплины «Электронная торговля»

Тест к теме 1

1. *Единый формат передаваемой информации и запросов на операции.*
 - A. Браузер
 - B. Интерфейс
 - C. Протокол

2. *Протоколы, которые описывают технические детали представления и передачи информации в разных операционных системах.*

A. Высокоуровневые протоколы

B. Низкоуровневые протоколы

3. *Протоколы, описывающие технические детали представления и передачи информации.*

A. Высокоуровневые протоколы

B. Низкоуровневые протоколы

4. *Уникальное имя, под которым компьютер (сетевое соединение или узел) известен всем остальным компьютерам в Internet (состоит из четырех номеров, разделенных точками) в версии IP.v.4.*

A. Доменное имя

B. IP-адрес

C. Браузер

D. Протокол

E. Топология

5. *Протокол, который регламентирует связь между пакетиками, на которые разбивается информация, передаваемая между компьютерами в Internet.*

A. IP

B. TCP

C. FTP

D. HTTP

6. *Протокол, который определяет, что любая информация, передаваемая в Internet, представляет собой пакет длиной 1500 байт, сопровождаемый стандартной служебной записью с IP-адресами машины-получателя и машины-отправителя.*

A. IP

B. TCP

C. FTP

D. HTTP

7. Уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое состоит из нескольких слов (сочетаний символов), разделенных точками, которое позволяет идентифицировать web-сайт или адрес электронной почты в сети Internet.

- A. Доменное имя
- B. IP-адрес
- C. Браузер
- D. Протокол
- E. Топология

8. Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.

- A. Рунет
- B. Российский Internet

9. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть www.yandex.ru

- A. Полное доменное имя
- B. Относительное имя
- C. Краткое имя

10. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [yandex](http://www.yandex.ru).

- A. Полное доменное имя
- B. Относительное имя
- C. Краткое имя

11. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [www.yandex](http://www.yandex.ru).

- A. Полное доменное имя
- B. Относительное имя
- C. Краткое имя

12. В доменном имени relax.marine.ru его часть [ru](http://relax.marine.ru).

- A. Домен первого уровня
- B. Домен второго уровня типа GENERIC

- C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
 - D. Домен третьего уровня
13. В доменном имени *relax.marine.ru* его часть *marine*.
- A. Домен первого уровня
 - B. Домен второго уровня типа GENERIC
 - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
 - D. Домен третьего уровня
14. В доменном имени *relax.marine.ru* его часть *relax*.
- A. Домен первого уровня
 - B. Домен второго уровня типа GENERIC
 - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
 - D. Домен третьего уровня
15. В доменном имени *relax.pp.ru* его часть *pp*.
- A. Домен первого уровня
 - B. Домен второго уровня типа GENERIC
 - C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL
 - D. Домен третьего уровня
16. *президент.рф*
- A. Доменное имя IDN (англ. Internationalized Domain Names — интернационализованные доменные имена)
 - B. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня gTLD
 - C. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня ccTLD
17. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня gTLD
- A. Администраторы национальных доменов
 - B. ICANN

18. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня ccTLD

- A. Администраторы национальных доменов
- B. ICANN

19. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня IDN

- A. Администраторы национальных доменов ICANN

Тест к теме 2

1. Деловая сделка, осуществляемая с помощью Internet и обязательно сопровождаемая передачей прав пользования на товар или услугу, т.е. процесс купли-продажи сопровождается электронным документооборотом и работой электронных платежных систем.

- A. Электронный бизнес.
- B. Электронная коммерция.
- C. Internet-маркетинг

2. Маркетинговая деятельность компании, осуществляемая с помощью информационных сетей (глобальной сети Internet).

- A. Электронный бизнес
- B. Электронная коммерция
- C. Internet-маркетинг

3. Преобразование основных бизнес-процессов компании (внутренних и внешних) при помощи Интернет технологий.

- A. Электронный бизнес
- B. Электронная коммерция
- C. Internet-маркетинг

4. Платежные сервисы в Internet, которые объединяют в себе возможности сразу нескольких систем, но не эмитируют при этом собственную цифровую наличность, а также предоставляют сопутствующие услуги.

A. Платежные системы

B. Платежные шлюзы

5. Тип сайтов, на которых присутствуют только почтовые и банковские реквизиты компании, описание ее направлений деятельности и потребительских свойств товаров (с указанием их стоимости), но отсутствует возможность оплаты заказа через Internet.

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)

D. Internet-аукцион

E. Виртуальный магазин

G. Электронное правительство

6. Тип сайтов с базами данных, содержащими объявления о покупке и продаже товаров физических и юридических лиц (возможность заказать товар и оплатить заказ через Internet отсутствует).

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)

D. Internet-аукцион

E. Виртуальный магазин

G. Электронное правительство

7. Тип сайтов с базами данных, содержащими информацию о компаниях и их ассортименте, специализирующихся на определенной категории товаров (возможность заказать товар и оплатить заказ через Internet отсутствует).

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)

D. Internet-аукцион

E. Виртуальный магазин

G.Электронное правительство

8. *Новый способ взаимодействия на основе активного использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в целях повышения эффективности предоставления государственных услуг.*

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин

G.Электронное правительство

9. *Тип сайтов, представляющий собой торговую площадку, где каждый участник может выставить на продажу свой товар в качестве лота, посмотреть выставленные лоты, поторговаться и пообщаться с продавцами и покупателями.*

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин

G.Электронное правительство

10. *Тип сайтов, на которых возможно не только получить полную информацию о фирме, перечне ее товаров и услуг, но заказать и оплатить товар через Internet.*

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- F. G.Электронное правительство

11. *Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами, которые выступают в роли продавцов и покупателей.*

- A. B2B
- B. B2C
- C. B2A
- D. C2C

12. *Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами (продавцами) и физическими лицами (покупателями).*

- A. B2B
- B. B2C
- C. B2A
- D. C2C

13. *Аудитория Рунет – это количество пользователей, которые подключаются к Internet с компьютера, находящегося в персональном использовании.*

- A. Не реже раза в день
- B. Не реже раза в неделю
- C. Не реже раза в месяц

14. *Для розничной торговли в 1981 г. была предложена следующая модель комплекса маркетинга*

- A. 4P
- B. 7P
- C. 4S
- D. $4Ps+(2P+2C+2S)$
- E. $2P+2C+3S$
- F. 6C

15. *Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$*

Присутствие на сайте программного модуля, распознающего конкретных пользователей с помощью профайлов, либо определяющего характеристики

пользователя на основе предыдущих действий (покупок, просмотренных продуктов, страниц и т.д.), подбирающего информационное наполнение.

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

16. Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$

Обеспечивается путем использования псевдонимов (кодов) вместо имен, помимо этого на сайте присутствует описание личных данных о вас, которые собираются на сайте, каким образом они используются, разглашаются и защищаются, а также каким образом можно изменить и удалить эти данные.

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

17. Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$

Интеграция сайта с социальными сетями и создание на сайте сервисов для общения посетителей сайта (форумов , где сообщения могут храниться неограниченное время, и чатов с общением в реальном времени).

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

18. Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$

Функционал сайта обеспечивает обслуживание клиентов до, во время и после покупки товара или услуги, направленное на увеличение уровня удовлетворённости клиента .

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

19. Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$

Функционал сайта обеспечивает защиту информации от модификации (искажения, уничтожения) и несанкционированного использования.

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

20. Укажите элемент модели комплекса маркетинга $4Ps+(2P+2C+2S)$

Совокупность элементов сайта (грамотная структура, удобная навигация, информационное насыщение, сервисные и программные возможности, улучшающие динамику и работу сайта), призванные обеспечить высокие потребительские свойства сайта и эстетические качества.

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)

F. Security (безопасность)

21. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

Обеспечение доступа к информации и связанным с ней активам авторизованных пользователей по мере необходимости, т.е. избежание временного или постоянного сокрытия информации от пользователей, получивших права доступа.

- A. Capture (доступность)
- B. Content (текст)
- C. Community (сообщество)
- D. Commerce (электронная коммерция)
- E. Customer orientation (ориентация на покупателя)
- F. Credibility (благоприятный имидж)

22. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

Любая информация, которая содержится в информационном ресурсе (тексты, фотографии, картинки, видео и аудиофайлы)

- A. Capture (доступность)
- B. Content (текст)
- C. Community (сообщество)
- D. Commerce (электронная коммерция)
- E. Customer orientation (ориентация на покупателя)
- F. Credibility (благоприятный имидж)

23. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

Функционал сайта предоставляет формы оплаты покупок, в том числе предполагающие работу электронных платежных систем

- A. Capture (доступность)
- B. Content (текст)
- C. Community (сообщество)
- D. Commerce (электронная коммерция)
- E. Customer orientation (ориентация на покупателя)
- F. Credibility (благоприятный имидж)

24 Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

Элементы сайта, создающие положительный, привлекательного образ ресурса в глазах потребителей, потенциальных партнеров, сотрудников предприятия

- A. Capture (доступность)
- B. Content (текст)
- C. Community (сообщество)
- D. Commerce (электронная коммерция)
- E. Customer orientation (ориентация на покупателя)
- F. Credibility (благоприятный имидж)

Тест к теме 3

1. Участник платежной системы, который обеспечивает общее руководство платежной системой в плане текущей деятельности и в плане развития системы.

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Держатели карт

2. Кто из участников платежной системы возмещает денежные средства эквайреру?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

3. У кого из участников традиционной платежной системы размещены картсчета клиентов?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

4. Кто из участников традиционной платежной системы возмещает денежные средства торговым точкам за товары и услуги, оплаченные картами данной системы?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

5. Кто из участников традиционной платежной системы наносит информацию на карты данной системы (эмбоссирует символы и записывает информацию на магнитную полосу или чип)?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

6. Кто из участников традиционной платежной системы является владельцем картсчетов и выступает в качестве покупателей?

- A. Центр
- B. Эмитент

- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

7. Кто из участников традиционной платежной системы принимает карты данной системы для оплаты товаров и услуг?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

8. Кто из участников традиционной платежной системы заключает договора с торговыми точками на прием карт данной системы для оплаты товаров и услуг, но не ведет картсчета клиентов?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

9. Кто из участников традиционной платежной системы объединяет всех участников на региональном уровне в единую информационную сеть и отвечает за авторизацию в режиме включенной линии?

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайрер
- D. Процессинговый центр
- E. Торговые точки
- F. Клиенты

10. Укажите название процесса выдавливания символов на платежной карте.

- A. Авторизация.
- B. Персонализация
- C. Транзакция
- D. Эмбоссирование

11. Укажите название квитанции или чека, подтверждающего приобретение товара или услуги, оплаченного пластиковой картой.

- A. ПИН.
- B. Слип.
- C. Транзакция.

12. Процедура, позволяющая определить наличие средств на счете клиента (проверка платежеспособности карты).

- A. Авторизация.
- B. Персонализация
- C. Транзакция.

13. Платежная операция, связанная с дебитованием/кредитованием карточного счета клиента

- A. Авторизация.
- B. Персонализация
- C. Транзакция.

14. Код, который дается держателю карточки эмитентом и используется как средство идентификации держателя карточки при ее использовании.

- A. Слип
- B. ПИН
- C. Чип
- D. Овердрафт

15. Платежная операция, или операция по выдаче наличных денег, совершаемая владельцем карточки в платежной системе.

- A. Транзакция

- В. Авторизация
- С. Персонализация
- Д. Эмбоссирование

16. Процесс нанесения на карту персональных данных о держателе карты и эмитенте (помимо логотипа) .

- А. Эмбоссирование
- В. Авторизация
- С. Персонализация
- Д. Транзакция

17. Краткосрочный кредит, предоставляемый по дебитно-кредитной карте при полном израсходовании средств на счете клиента.

- А. Слип
- В. ПИН
- С. Чип
- Д. Овердрафт

18. Карты, предназначенные для осуществления расчетов и снятия наличных денежных средств.

- А. Платежные карты
- В. Идентификационные карты
- С. Лоялти карты
- Д. Дисконтные карты
- Е. Комбинированные карты

19. Карты, являющиеся пропуском и разрешающие (или ограничивающие) проход в определенные зоны предприятия.

- А. Платежные карты
- В. Идентификационные карты
- С. Лоялти карты
- Д. Дисконтные карты
- Е. Комбинированные карты

20. *Карты, выпускаемые коммерческими организациями только для расчетов в торговой и сервисной сети данной компании.*

- A. Платежные карты
- B. Идентификационные карты
- C. Лоялти карты
- D. Дисконтные карты
- E. Комбинированные карты.

21. *Карты, которые не принимаются к оплате в торговой сети, а лишь удостоверяют право держателя на получение скидок.*

- A. Платежные карты
- B. Идентификационные карты
- C. Лоялти карты
- D. Дисконтные карты
- E. Комбинированные карты

22 *Карты, совмещающие в себе несколько функций.*

- A. Платежные карты
- B. Идентификационные карты
- C. Лоялти карты
- D. Дисконтные карты
- E. Комбинированные карты

23. *Карты, предполагающие соответствие средств на счете в банке и средств, доступных по карте.*

- A. Дебетные карты
- B. Кредитные карты
- C. Дебетно-кредитные карты

24. *Карты, предоставляющие доступ к определенной сумме лимита предоставляемых по карте кредитных средств.*

- A. Дебетные карты
- B. Кредитные карты
- C. Дебетно-кредитные карты

25. *Карты, допускающие возможность перерасхода средств со счета (предоставление овердрафта).*

- A. Дебетные карты
- B. Кредитные карты
- C. Дебетно-кредитные карты

26. *Карты, обслуживающие только физические лица.*

- A. Личные карты
- B. Корпоративные карты

14. *Карты, обслуживающие только юридические лица.*

- A. Личные карты
- B. Корпоративные карты

27. *Работа платежной системы, поддерживающей операции с картами данного вида, строится только в режиме on-line.*

- A. Карты с магнитной полосой
- B. Микропроцессорные карты

28. *Карты являются не только средством идентификации владельца, но перезаписываемость информации позволяет хранить баланс на самой карте.*

- A. Карты с магнитной полосой
- B. Микропроцессорные карты

Тест к теме 4

1. *К какому типу электронных платежных систем относятся системы дистанционного управления банковскими счетами или системы Internet-банкинга*

Выберите один ответ:

- a. Кредитные ЭПС
- b. Дебетовые ЭПС

2. *К какой модели мобильной коммерции относится управление банковскими счетами с использованием мобильного устройства в качестве средства управления и идентификации владельца банковского счета*

Выберите один ответ:

- a. Мобильные платежи
- b. Мобильный банкинг

3. К какой модели мобильной коммерции относится осуществление платежей с использованием мобильного телефона, при котором используются денежные средства плательщика, размещенные у оператора связи.

Выберите один ответ:

- a. Мобильные платежи
- b. Мобильный банкинг

Тест к теме 5

1. Метод в криптографии, основанный на применении пары ключей (открытый ключ для шифровки, закрытый - для расшифровки).

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

2. Метод в криптографии, в котором для шифровки и расшифровки сообщений используется один и тот же ключ

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

3. Реквизит электронного документа (файл), который идентифицирует лицо, поставившее этот реквизит, и подтверждает неизменность документа после этого.

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

4. Цифровой документ, который связывает открытый ключ с конкретным пользователем (или приложением) и, одновременно, включает в себя открытый ключ электронной цифровой подписи.

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись.
- D. Цифровой сертификат

5. При помощи какого из двух ключей восстанавливается из цифровой подписи (ЭЦП) исходный файл для сравнения с присланным файлом, чтобы подтвердить его неизменность?

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

6. Владелец использует этот ключ для создания своей подписи (ЭЦП) под каждым электронным документом.

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

7. Конфиденциальность предполагает защиту информации от несанкционированного доступа при ее хранении и при передаче, конфиденциальность обеспечивается

- A. Шифрование данных
- B. Электронная цифровая подпись
- C. Цифровой сертификат

8. Аутентификация предполагает необходимость однозначной идентификации отправителя послания и обеспечивается следующими технологиями

- A. Шифрование данных
- B. Электронная цифровая подпись
- C. Цифровой сертификат

9. Целостность предполагает, что информация должна быть защищена от несанкционированной модификации при ее хранении и при передаче.

- A. Шифрование данных

В. Электронная цифровая подпись

С. Цифровой сертификат

Тест к теме 6

1. К какому типу электронных платежных систем относятся системы дистанционного управления банковскими счетами или системы Internet-банкинга

Выберите один ответ:

а. Кредитные ЭПС

б. Дебетовые ЭПС

2. К какому типу электронных платежных систем относятся карточные платежные системы

Выберите один ответ:

а. Дебетовые ЭПС

б. Кредитные ЭПС

3. К какому типу относятся электронных платежных систем, осуществляющие эмиссию (выпуск) электронных денежных эквивалентов

Выберите один ответ:

а. Дебетовые ЭПС

б. Кредитные ЭПС

4. К какому типу относятся электронные платежные системы на основе смарт-карт

Выберите один ответ:

а. Дебетовые ЭПС

б. Кредитные ЭПС

5. Электронные платежные системы, объединяющие в себе возможности сразу нескольких систем, предоставляющие сопутствующие услуги (получение и отправка безналичных переводов, работа с чеками, прием платежей на сайте), но не эмитирующие при этом собственную цифровую наличность.

Выберите один ответ:

- a. Платежные системы
- b. Платежные шлюзы (сервисы или Интернет-банки)

6. Электронные платежные системы, эмитирующие при этом собственную цифровую наличность.

Выберите один ответ:

- a. Платежные шлюзы (сервисы или Интернет-банки)
- b. Платежные системы

7. К какой модели мобильной коммерции относится управление банковскими счетами с использованием мобильного устройства в качестве средства управления и идентификации владельца банковского счета

Выберите один ответ:

- a. Мобильные платежи
- b. Мобильный банкинг

8. К какой модели мобильной коммерции относится осуществление платежей с использованием мобильного телефона, при котором используются денежные средства плательщика, размещенные у оператора связи.

Выберите один ответ:

- a. Мобильные платежи
- b. Мобильный банкинг

9. К какой модели мобильной коммерции в зависимости от типа взаимодействия клиента и системы платежей относится бесконтактный платеж, выполняемый клиентом, физически присутствующим в точке продажи с использованием мобильного устройства (технологии RFID, NFC, QR). Для связи мобильного устройства с платежным терминалом точки продаж используются беспроводные интерфейсы (Bluetooth, инфракрасный порт, бесконтактная RF и т.д.)

Выберите один ответ:

а. Ближнее взаимодействие

б. Удаленные платежи

10. *NFC (Near Field Communication) - беспроводная технология передачи данных на ультракороткие дистанции (10 см.), применяемая для осуществления платежей в метро, в торговых автоматах, предприятиях общественного питания (требует модернизированную сим-карту или специальную модель телефона, а также оборудованную точку продаж), используется в следующей модели мобильной коммерции.*

Выберите один ответ:

а. Ближнее взаимодействие

б. Удаленные платежи

11. *В какой модели мобильной коммерции (в зависимости от типа взаимодействия клиента и системы платежей) используется технология QR или bar коды - терминал и/или телефон считывают информацию необходимую для транзакции в виде 2D/1D изображения (QR код или bar код). При этом транзакция, как правило, осуществляется по удаленному методу (IP based), т.е. при помощи QR происходит только обмен реквизитами платежа.*

Выберите один ответ:

а. Удаленные платежи

б. Ближнее взаимодействие

12. *В какой модели мобильной коммерции (в зависимости от типа взаимодействия клиента и системы платежей) используется Text SMS (SMS-billing) на основе премиум сервисов.*

Выберите один ответ:

а. Удаленные платежи

б. Ближнее взаимодействие

Кейс-задачи по дисциплине «Электронная торговля»

Практические занятия (36 час., в том числе МАО – 18 час.)

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (6 час., в том числе МАО – 3 час.)

Кейс-задача 1.1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции.

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия:

- зайти на сайт Администратора национального домена страны (например, для РФ - это Координационный центр национального домена сети Интернет, на котором представлен список аккредитованных регистраторов РФ¹; для КНР – это China Internet Network Information Center (CNNIC), на котором представлен список аккредитованных регистраторов Китая²);
- собрать краткую историческую справку по национальному домену: в каком году выделен, кто выступил инициатором, какой организации делегировано право управлять зоной национального домена, подробно описать правила регистрации доменных имен в национальной зоне (регистрация открыта резидентам или нерезидентам, разрешены двухуровневые или трехуровневые доменные имена, домены общего пользования второго уровня);
- провести сравнительный анализ аккредитованных регистраторов: количество, право можно купить или оно выдается, стоимость регистрации доменного имени на один год;
- оценить следующие детерминанты развития национальной зоны Интернета страны в динамике за три последних года: количество жителей страны, количество пользователей, уровень проникновения Интернета в

¹ Координационного центра национального домена RU сети Интернет <http://www.cctld.ru/ru>

² CNNIC China Internet Network Information Center - <http://www.cnnic.cn>

стране, количество зарегистрированных доменных имен в разрезе типов доменов;

- сформулировать ключевые тенденции развития национальной зоны Интернета страны (краткий обзор распределение предпочтений по регистрации доменных имен в разрезе доменов gTLD, ccTLD и IDN на основе анализа статей).

Кейс-задача 1.2. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран.

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

- сравнительная характеристика содержания адресов IP.v.4 и IP.v.6;
- историческая справка по тестированию IP.v.6;
- рейтинг и ТОП стран (регионов) по выделению IP.v.6 на настоящий момент.

Кейс-задача 1.3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

- справка по выделению доменов IDN: история выделения доменов, общее количество доменов, управляющая организация (выделяющая и разрабатывающая правила регистрации);

- правила регистрации доменных имен в разрезе стран;

- рейтинг и ТОП-10 зарегистрированных имен в разрезе стран.

Занятие 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (6 час., в том числе МАО - 3 час.)

Кейс-задача 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации. Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Анализируются российские виртуальные магазины рынка B2C определенной специализации (книжные магазины, магазины одежды, ювелирных украшений, цветов, автозапчастей, спортивного инвентаря, мебели и т.д.). Обязательны ссылки на источники информационных данных.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- через поисковую систему выйти на 10-12 виртуальных магазинов определенной специализации;

- определить отличия ассортимента виртуальных магазинов от ассортимента традиционных торговых предприятий;

- провести анализ уровня цен и идентифицировать ориентацию магазина на определенный сегмент потребителей;

- сформулировать выводы по преобладающим формам оплаты, по условиям доставки и используемым электронным платежным системам;

- идентифицировать (определить) применяемую модель комплекса маркетинга и модель электронной коммерции.

Кейс-задача 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна...республика Корея, Япония, Бразилия и ...). Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных. Анализируются уровень предоставления госуслуг физическим и юридическим лицам страны. Обязательны ссылки на источники информационных данных.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- ключевые сайты страны, предоставления госуслуг в Интернет, историческая справка по данному вопросу, ближайшие перспективы и проблемы (на основе анализ статей);
- идентифицировать существующий уровень предоставления госуслуг;
- функция информирования о госуслугах;
- формы предоставления услуги через Интернет;
- формы оплаты госуслуг.

Занятие 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт (6 час., в том числе МАО – 3 час.)

Кейс-задача 3. Международные карточные платежные системы и их представленность в России. Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Исследуется одна из международных карточных платежных систем (Visa, Master card, Diners Club, STB, Union, Золотая корона ...) и ее позиции на российском рынке.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка (год создания, страна и т.д.);
- центр платежной системы (название и место расположения);
- количество эмитентов, держателей карт, предприятий торговли и сервиса, принимающих карты данной платежной системы к оплате, количество банкоматов в динамике за несколько лет (по миру и по России);
- предлагаемые карточные продукты и возможность их использования для оплаты покупок в Internet;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития карточной платежной системы в России.

Занятие 4. Internet-банкинг (6 час., в том числе МАО – 3 час.)

Кейс-задача 4. Основные тенденции развития рынка услуг Internet-банкинга Приморского края (или России). Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet. Группа студентов (2-3 человека) исследует карточные продукты и услуги Internet-банкинга одного из ведущих банков Приморского края (Приморье, Примсоцбанк, Дальневосточный банк) или России (Сбербанк, ВТБ24, Альфа и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- участником каких карточных платежных систем является исследуемый банк;
- карточные продукты для физических и юридических лиц;
- услуги эквайринга;
- количество держателей карт;
- предлагаемые услуги Internet-банкинга и их тип.
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития рынка карточных продуктов и услуг Internet-банкинга Приморского края (или России).

Занятие 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (6 час., в том числе МАО – 3 час.)

Кейс-задача 5. Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей.

Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Группа студентов исследует один из сервисов (платежных шлюзов), обеспечивающих безопасность платежей в Интернет (Assist, ChronoPay, Payment, Robokassa, Z-Payment и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;
- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.

Занятие 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи (6 час. . в том числе МАО – 3 час.)

Кейс-задача 6.1. Электронная платежная система (национальная или международная...). Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

Группа студентов исследует одну из национальных электронных платежных систем России (WebMoney, E-PORT.RU, Яндекс.Деньги, Рапида, RBK Money, CyberPlat, Money Mail, Rumbler Plus, Единый кошелек, Кредит-Пилот, Монета.ру и т.д.), международной или другой страны (PayPal, Moneybookers, EasyPay AliPay, AlertPay, E-gold, Google Checkout, NetCash и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года (количество пользователей и активных пользователей);
- заведение счета в системе и основные особенности системы;
- особенности личного цифрового сертификата;
- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития электронной платежной системы.

Кейс-задача 6.2. Разработка майнд-карты.

Цель задания – повышение эффективности обучения и систематизация знаний и последних научных публикаций по различным областям электронной торговли.

Этапы выполнения задания:

6. Тема для составления майнд-карт выдается преподавателем творческому коллективу студентов из нескольких человек или индивидуально. В качестве темы выступает одна из областей электронной торговли. Выполнение задания относится к самостоятельной работе студентов и оценивается 10 дополнительными баллами.

7. Исполнитель самостоятельно изучает правила составления майнд-карт и разрабатывает майн-карту, используя программный продукт или отцифровав цветной рисунок, созданный на формате бумаги А1-А4. В качестве объектов майнд-карт выступают уровни и разделы (предметные области) заявленной для исследования темы, выбранные для поиска в

отечественных и иностранных базах данных научного цитирования: РИНЦ (<http://elibrary.ru>), Scopus (<http://www.sciencedirect.com>), Web of Knowledge. Майнд-карта составляется на русском и английском языках.

8. Составляется список ключевых слов (на двух языках)

9. Осуществляется поиск научных публикаций по определенным ключевым словам с описанием алгоритма сужения поиска за счет фильтров (упрощенно). Например, на первом этапе были оставлены следующие области знаний, года и типы публикаций и т.д.

Результаты поиска оформляются в виде таблицы, в которой должны присутствовать следующие данные по публикации:

- Библиографические данные по публикации (автор, название, статьи, журнал, год, номер, страницы)
- Аннотация на английском языке
- Аннотация на русском языке
- Список ключевых слов
- Ссылка на текст публикации

Итоговые результаты поиска, содержащиеся в таблице, анализируются в разрезе стран и лет с помощью дополнительного сервиса Scopus и представляются в форме двух дополнительных таблиц

10. Результаты выполнения задания оформляются в форме текстового документа, в котором должны присутствовать следующие элементы:

- Тема задания и список состав исполнителей с указанием группы.
- Майн-карта на русском и английском языках с описанием
- Алгоритм сужения результатов поиска.
- Итоговая таблица
- Анализ результатов поиска в разрезе стран, лет

Определение и направления использования. Словосочетание "*MindMaps*" в различных источниках переводят по-разному, кроме термина

"ментальные карты" можно встретить интеллект-карты, майнд мэпы, карты памяти, карты ума.

«Законы майнд-мэппинга» были разработаны английским психологом Тони Бьюзенем в 1970-х годах. Именно он систематизировал использование образов, цвета и ассоциаций и создал для этого термин «майнд-мэппинг», его идея заключается в создании «несущей конструкции», призванной помочь восстановить живые мысли, находящиеся за скучным текстом, или создать их, если использовать *майндмэппинг* в качестве инструмента для создания новых идей. За последующие 30 с лишним лет было создано много вариантов оригинальной техники, и широкое использование разнообразных программ для создания карт памяти разительно изменили все, что возможно.

Бердин В. Где можно применять майндмэппинг и майнд-карты?
<http://free-psycho.ru/gde-primenyayut-majndme-pping-i-majnd-karty/>

Крилин С. Обзор программ для составления майнд-карт
<http://skirilin.ru/21skillsd6/>

Темы майнд-карт по дисциплине «Электронная торговля»:

1.Платежи в интернет (электронные платежные системы в Интернет), классификации.

2.Платежные шлюзы в Интернет.

3.Мобильная коммерция (m-commerce), сущность, направления и классификации.

4.Мобильные платежи и системы мобильных платежей (мобильные деньги), классификации.

5.Мобильные платежи ближнего взаимодействия ((NFC, QR, Near Sound), классификации и примеры внедрения.

6.Мобильные удаленные платежи (IP based? Binary SMS based, Text SMS, голосовые каналы), классификации и примеры внедрения.

7.Мобильный банкинг или мобильные платежи с помощью (на основе) банковских карт.

8.Методы шифрования в Интернет (асимметричные и симметричные криптоалгоритмы).

9.Электронная цифровая подпись и электронные сертификаты, технология, классификации.

10.Безопасные протоколы сеанса связи (стандарты, протоколы безопасности) в Интернет (SET, SSL и т.д.).

11.Модели комплекса маркетинга (marketing mix) в Интернет.

Критерии оценивания для разных оценочных средств

Критерии оценки тестов

Критерии оценки:

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент не допустил ошибок в ответах на вопросы теста

✓ 85-76 баллов выставляется студенту, если студент допустил не более 1-2 ошибок в ответах на вопросы теста

✓ 75-61 балл выставляется студенту, если студент допустил не более 3-5 ошибок в ответах на вопросы теста

✓ 60-50 баллов выставляется студенту, если студент допустил более 6 ошибок в ответах на вопросы теста

Критерии оценки кейс-задач

для дисциплины «Электронная торговля»

Критерии оценки:

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; ме-

тодами и приемами стратегического анализа. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 85-76 баллов - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

✓ 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Электронная торговля» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Электронная торговля» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты презентации по кейс-задачам и тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

- результаты самостоятельной работы.

По каждому объекту выше дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Электронная торговля» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Вид промежуточной аттестации - экзамен – 3 семестр. Предполагается экзамен в форме собеседования.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций и практических занятий студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к экзамену, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. Критерии оценки студента на экзамене представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (практические занятия) представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии оценки студента на экзамене
по дисциплине «Электронная торговля»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
--------------------------------------	---	---

86-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
менее 61	«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций

ПК-4 способность анализировать и формировать предпринимательскую ориентацию организации	<p>Краткая информация: Если пользователь совершает трансграничную покупку на онлайн-площадке другой страны, то НДС в цене товара идет в бюджет страны торговой площадки.</p> <p>В КНР НДС на трансграничные покупки на элитные товары (табак, алкоголь, дорогие ювелирные украшения, часы и косметику, оборудование для гольфа) достигает до 60%, на спортивные товары, текстильные изделия, телевизионные камеры и другие электроприборы – до 30%, книги, видео, пищевые продукты, мебель, игрушки, игры – до 15% . Поэтому, китайские пользователи предпочитают осуществлять покупки на китайских онлайн-платформах.</p> <p>Вопросы для принятия решений:</p>
ПК-9 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Сформулируйте следующие рекомендации для российских онлайн-площадок, ориентированных на трансграничные продажи китайским пользователям и аргументируйте:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Востребованные товарные категории российских онлайн-площадок, которые представляют интерес для бес-

	<p>печенных китайских потребителей</p> <ul style="list-style-type: none">- Востребованные товарные категории российских онлайн-площадок, которые представляют интерес для китайских потребителей со средним уровнем дохода
--	--