



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

ШКОЛА ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»
 Руководитель ОП

Добржинский Ю.В.

«01» сентября 2017 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой
 «Информационные системы управления»



А.И. Сухомлинов

«01» сентября 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
 Электронная коммерция

Направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника
 профиль «Автоматизированные системы обработки информации и управления»
Форма подготовки очная

- курс 4 семестр 7
- лекции 36 час.
- практические занятия ____ час.
- лабораторные работы 36 час.
- в том числе с использованием MAO лек. ____ пр. ____ /лаб. 36 час.
- в том числе в электронной форме лек. ____ /пр. ____ /лаб. ____ час.
- всего часов аудиторной нагрузки 144 час.
- в том числе с использованием MAO 36 час.
- в том числе контролируемая самостоятельная работа ____ час.
- в том числе в электронной форме ____ час.
- самостоятельная работа 72 час.
- в том числе на подготовку к экзамену ____ час.
- курсовая работа / курсовой проект ____ семестр
- зачет 7 семестр
- экзамен ____ семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 №12-13-593

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры «Информационные системы управления», протокол № 1 от «1» сентября 2017 г.

Заведующий кафедрой информационных систем управления к.т.н., доцент к.т.н. Сухомлинов А.И.
 Составитель: к.т.н., доцент Сухомлинов А.И.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

ABSTRACT

Bachelor's degree in 09.03.01. Informatics and Computer Technology
Study profile «Computer Aided Systems for Information Processing and Management»

Course title: Electronic Commerce

Basic part of Block, 4 credits

Instructor: Anatolii Sukhomlinov

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

- GPC-1 ability to install software and hardware for information and automated systems
- GPC -3 ability to master the methods of using software tools for solving practical problems
- GPC ability to participate in the configuration and adjustment of software and hardware systems

Learning outcomes:

- PC-1, to develop models of components of information systems, including database models and models of interfaces "human-electronic-computer"
- PC-2, the ability to develop and maintain requirements for individual system functions

Course description:

The study area of the course includes methods of conducting electronic commerce in a wide area of commerce and services, as well as the formation of requirements for the technical implementation of enterprise e-commerce systems, both within and between organizations

Main course literature:

1. Kobelev O.A. Electronic commerce [Electronic resource]: study guide / Kobelev OA - Electron. text data.— M.: Dashkov and Co., 2015.— 684 c.— Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/52308.html> . - EBS "IPRbooks"

2. E-commerce: Textbook / LA Bragin, G.G. Ivanov, A.F. Nikishin, T.V. Pankina. - M.: ID FORUM: SIC Infra-M, 2012. - 192 pp.: il; 60x90 1/16. - (Higher education). (binding) ISBN 978-5-8199-0507-4 - Access mode: <http://znanium.com/catalog/product/304162>

3. Gavrilov L.P. E-commerce [Electronic resource]: a tutorial on the implementation of practical work / Gavrilov, LP - Electron. text data.— M.: SOLON-PRESS, 2010.— 112 c.— Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html> . - EBS "IPRbooks"

4. Krakhotkina E.V. E-commerce systems and their design technology [Electronic resource]: a tutorial / Krakhotkina EV - Electron. text data.— Stavropol:

North Caucasus Federal University, 2016.— 129 c.— Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/66114.html> .— EBS “IPRbooks”

5. Saveliev, AI, Electronic Commerce in Russia and Abroad: Legal Regulation - M .: Statut, 2014. - 543 pp .: 60x90 1/16 ISBN 978-5-8354-1018-7, 500 copies. - Access mode: <http://znanium.com/catalog/product/466438>

6. Mishin V.V. Internet commerce technologies [Electronic resource]: a tutorial / Mishin V.V., Martirosyan K.V.— Electron. text data.— Stavropol: North Caucasus Federal University, 2015.— 102 c .— Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/63144.html>.— EBS “IPRbooks”

7. Goldovsky I.M. [et al. Business Encyclopedia "Payment Cards" [Electronic resource] / - Electron. text data.— M .: TsIPSiR, 2014.— 554 c .— Access mode: <http://www.iprbookshop.ru/38527.html>.— EBS “IPRbooks”

Form of final knowledge control: pass

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронная коммерция»

Курс учебной дисциплины «Электронная коммерция» предназначен для обучения студентов направления 09.03.01 «Информатика и вычислительная техника», профиля «Автоматизированные системы обработки информации и управления» в составе дисциплин выбора вариативной части блока дисциплин Б1.В.ДВ.4.2 учебного плана. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц/144 час. Из них 36 час. составляют лекции, 36 час. - лабораторные работы, 72 час. самостоятельная работа. Дисциплина изучается в седьмом семестре на 4 курсе.

Приступая к изучению дисциплины «Электронная коммерция», студенты должны предварительно освоить предметы «Введение в программирование», «Организация ЭВМ и периферийных устройств», «Сети и телекоммуникации», «Электронная коммерция». Знания, умения и навыки, полученные в результате изучения дисциплины «Электронная коммерция», необходимы для изучения дисциплин «Проектирование автоматизированных систем обработки информации и управления», а также подготовки выпускной работы.

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» студентами является освоение ими методов ведения электронной коммерции в широкой области коммерции и услуг, а также формирования требований к технической реализации систем электронной коммерции предприятий, как внутри, так и между организациями.

Задачи изучения:

- понять основные выгоды, движущие силы и влияние электронной коммерции;
- усвоить фундаментальные теоретические знания области электронной коммерции;
- изучить методы применения электронной коммерции в розничной торговле, в управлении отношениями с клиентами, рекламе, платежных системах, в индустрии услуг и в отношениях между предприятиями;
- приобрести компетенции планирования и реализации, системы электронной коммерции предприятия в инфраструктуре сети интернет, интранет и экстранет;
- освоить вопросы публичной политики систем электронной коммерции.

Для успешного изучения дисциплины «Электронная коммерция» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции (элементы компетенций):

- ОПК-1 способностью инсталлировать программное и аппаратное обеспечение для информационных и автоматизированных систем
- ОПК-3 способностью осваивать методики использования программных средств для решения практических задач
- ОПК-4 способностью участвовать в настройке и наладке программно-аппаратных комплексов.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций	
ПК-1, разрабатывать модели компонентов информационных систем, включая модели баз данных и модели интерфейсов «человек-электронно-вычислительная машина»	знает	методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
	умеет	применять методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
	владеет	средствами автоматизации работ моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
ПК-2 способность разрабатывать и сопровождать требования к отдельным функциям системы	знает	методы стратегического планирования систем электронной коммерции, разработки модели электронной коммерции предприятия, требования к технической системе, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции.
	умеет	проводить стратегическое планирование, разрабатывать модели электронной коммерции предприятия, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции
	владеет	средствами CASE автоматизации процесса стратегического планирования, разработки моделей электронной коммерции предприятия, проектирования и реализации системы электронной коммерции.

Изучение дисциплины включает в себя освоение теоретического материала на лекциях, и выполнение лабораторных работ.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Электронная коммерция» применяются метод активного/ интерактивного

обучения - работа в малых группах.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекции (36 часов)

Тема 1. Основы электронной коммерции (2 часа)

Определение и содержание области электронной коммерции. Выгоды и ограничения. Движущие силы электронной коммерции. Влияние электронной коммерции: изменение всего

Тема 2. Розничная торговля в электронной коммерции (4 часа)

Конкурентная структура Amazon. Обзор структуры электронного рынка. Прогноз электронного рынка B2C. Прогноз электронного рынка B2C. Бизнес модель электронного маркетинга. Прямой маркетинг. Онлайн-обслуживание клиентов. Электронные посредники. Электронные универмаги, реагирующие на события. Региональное торговое обслуживание. Процедура Интернет торговли: перспективы для клиентов. Торговля, добавляющая сравнение. Влияние электронной коммерции на традиционные системы розничной торговли.

Тема 3. Интернет клиенты и исследование рынка (2 часа)

Построение отношений с клиентами. Модель поведения клиентов. Личные характеристики и демография сферы Интернет. Принятие решений совершения покупки клиентом. Индивидуальный маркетинг. Осуществление обслуживания клиентов в киберпространстве. Исследование рынка для электронной торговли. Интеллектуальные агенты для клиентов. Организационное поведение покупателя.

Тема 4. Реклама в электронной коммерции (2 часа)

CD-мах использует списки адресов электронной почты для рекламы. Web-реклама. Методы рекламы. Стратегии рекламы. Технология «Push» и интеллектуальные агенты. Экономика и эффективность рекламы. Онлайн-вые каталоги. Темы специальной рекламы.

Тема 5. Электронная коммерция для индустрии обслуживания (2 часа)

Электронный заказ журналов. Брокерские услуги. Услуги путешествий и туризма. Трудоустройство и рынок труда. Недвижимость: от виртуальных риэлторов до виртуальной реальности. Торговля акциями онлайн. Кибер-банкинг и личные финансы. Аукционы: от теории к практике. Онлайн публикации, распространение знаний и другие услуги.

Тема 6. Электронная коммерция B2B (4 часа)

Революция в снабжении в General Electric. Характеристики электронной коммерции B2B. Модели электронной коммерции B2B. Управление снабжением, с использованием внутреннего рынка покупателя. Рынок, ориентированный на поставщика: пример Cisco Connection Online. Рынок, ориентированный на покупателя: пример TPN Дженерал Электрик. Рынок, ориентированный на посредника: пример Boeing's PARTS. Доставка Just-in-Time: пример FedEx InterNetShop. Другие модели B2B, аукционы и услуги. От традиционного электронного обмена данными до обмена данными, основанного на Интернет. Интеграция с фоновой информационной системой. Роль программных агентов для электронной торговли B2B. Электронный маркетинг в B2B.

7. Интранет и экстранет (2 часа)

Автомобильная сеть обмена – самая крупная экстранет. Архитектура Интернет, Интранет и Экстранет. Программное обеспечение интранет. Аспекты развертывания Интранет. Экстранет. Структура экстранет. Продукты и услуги экстранет. Приложения экстранет. Бизнес модель приложений экстранет.

8. Электронные платежные системы (4 часа)

Является ли успешным протокол безопасности SET. Электронные платежи и протоколы. Схемы безопасности в электронных платежных системах. Системы электронных кредитных карт в Интернет. Электронный перевод денежных средств и дебетовые карты в Интернет. Накопительные

карты и электронные деньги. Электронные системы проверки. Унифицированные платежные системы. Перспективы платежных систем.

Тема 9. Стратегия и реализация электронной коммерции (2 часа)

Стратегия электронного бизнеса IBM. Стратегическое планирование для электронной коммерции. Стратегия электронной коммерции в действии. Конкурентная разведка в Интернет. Реализация: планы и выполнение. Проекты и оценка стратегии.

Тема 10. Публичная политика: От правовых вопросов до конфиденциальности (2 часа)

Правовые инциденты, связанные с электронной коммерцией. Правовые, этические и другие вопросы публичной политики. Защита конфиденциальности. Защита интеллектуальной собственности. Свобода слова, интернет непристойность и цензура. Политика налогообложения и шифрования. Другие правовые вопросы: контракты, азартные игры и многое другое. Защита покупателей и продавцов в электронной коммерции.

Тема 11. Инфраструктура электронной коммерции (2 час)

Это требует больше чем технологий. Сеть сетей. Интернет протоколы. Архитектура клиент-сервер, основанная на Web. Безопасность Интернет. Продажа в Интернет. Общение в Интернет. Мультимедийные услуги. Анализ Web посещений.

Тема 12. Экономические, глобальные и другие положения в электронной коммерции (2 часа)

Электронное распространение музыки. Сравнение рынка и рыночного пространства. Компоненты цифровой экономики. Конкуренция в рыночном пространстве. Некоторые вопросы цифровой экономики и факторов успеха. Воздействие на промышленность, структуру посредников и др. Виртуальные сообщества. Глобальная электронная коммерция. Электронная коммерция и малые предприятия. Исследования в электронной коммерции, Будущее электронной коммерции.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лабораторные работы (36час.)

Лабораторная работа №1. Розничная торговля в электронной коммерции (8 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение навыков и умений построение модели прямого маркетинга и онлайн-обслуживания клиентов.

Лабораторная работа №2. Построение отношений с клиентами (8 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение навыков и умений индивидуального маркетинга и исследования рынка для электронной торговли

Лабораторная работа 3. Реклама в электронной коммерции (8 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение умений применения стратегий рекламы в электронной коммерции.

Лабораторная работа № 4. Системы материально-технического снабжения в электронной коммерции (8 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение навыков и умений создания моделей электронной коммерции B2B.

Лабораторная работа № 5. Электронная коммерция для индустрии обслуживания (8 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение навыков и умений предоставления услуг средствами электронной коммерции.

Лабораторная работа № 6. Электронные платежные системы (6 час.), с использованием активно-интерактивного метода обучения работа в малых группах

Цель работы. Приобретение навыков и умений использования схем безопасности в электронной коммерции.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Электронная коммерция» 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;

контролируемая самостоятельная работа учебным планом не предусмотрена.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

N п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименования		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Розничная торговля в электронной коммерции	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
2	Интернет клиенты и исследование рынка	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
3	Реклама в электронной коммерции	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
4	Электронная	ПК-1	Знает	собеседование УО-1	собеседование

	коммерция В2В	ПК-2	Умеет	лабораторная работа ПР-6	УО-1
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
5	Электронная коммерция для индустрии обслуживания	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
6	Электронные платежные системы	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	

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.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

Кобелев О.А. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кобелев О.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 684 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52308.html>. — ЭБС «IPRbooks»

Кобелев О.А.; Под ред. Пирогов С.В. Электронная коммерция: Учебное пособие- 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2017. - 684 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01738-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/340852>

Электронная коммерция: Учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0507-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/304162>

Гаврилов Л.П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие по выполнению практических работ/ Гаврилов Л.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2010.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html>. — ЭБС «IPRbooks»

Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Крахоткина Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федераль-

ный университет, 2016.— 129 с.— Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/66114.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Савельев А. И. **Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование** - М.: Статут, 2014. - 543 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-8354-1018-7, 500 экз. - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/466438>

Мишин В.В. Технологии Internet-коммерции [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Мишин В.В., Мартиросян К.В.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2015.— 102 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63144.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Голдовский И.М. [и др. Бизнес-энциклопедия «Платежные карты» [Электронный ресурс]/— Электрон. текстовые данные.— М.: ЦИПСИР, 2014.— 554 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/38527.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

Гаврилов Л.П. **Электронная коммерция** [Электронный ресурс]: учебное пособие по выполнению практических работ/ Гаврилов Л.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2010.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Голицына О.Л. Информационные системы: Учебное пособие / О.Л. Голицына, Н.В. Максимов, И.И. Попов. - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 448 с - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=4359000>

Избачков Ю., Петров В., Васильев А., Телина И. Информационные системы. -СПб. :Питер, 2011.

Калужский М.Л. **Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка** [Электронный ресурс]/ Калужский М.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014.— 327 с.— Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/31693.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Корпоративные информационные системы управления: Учебник / Под науч. ред. Н.М. Абдикеева, О.В. Китовой. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 464 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=3899400>

Крюкова А.А. **Современные корпоративные информационные системы в электронной коммерции** [Электронный ресурс]: методические указания по проведению лабораторных работ/ Крюкова А.А.— Электрон. текстовые данные.— Самара: Поволжский государственный университет телекоммуни-

каций и информатики, 2013.— 80 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/71883.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Макаренкова Е.В. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Макаренкова Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 136 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/11134.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Муссель К.М. Платежные технологии. Системы и инструменты [Электронный ресурс]: научно-популярное издание/ Муссель К.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЦИПСИР, 2015.— 288 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/38556.html> .— ЭБС «IPRbooks»

Основы построения автоматизированных информационных систем: Учебник / В.А. Гвоздева, И.Ю. Лаврентьева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 320 с. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=392285>

Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. -М.: Альпина Бизнес, Букс, 2015.

Разработка и эксплуатация автоматизированных информационных систем: Учебное пособие / Л.Г. Гагарина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 384 с. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=368454>

Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Лекции [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2014. — 208 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69836> . — Загл. с экрана.

Титоренко, Г. А. Информационные системы и технологии управления [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Экономика», специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Г. А. Титоренко; под ред. Г. А. Титоренко. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 591 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391261>

Ясенев, В. Н. Информационные системы и технологии в экономике [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (080100) / В. Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 560 с.
<http://znanium.com/bookread2.php?book=391257>

Нормативно-правовые материалы

1. ГОСТ Р ИСО 10303-1-99 Системы автоматизации производства и их интеграция. Представление данных об изделии и обмен этими данными. – Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/gost/gost18561.html>
2. ГОСТ Р ИСО/МЭК 15288-2005 Информационная технология. Системная инженерия. Процессы жизненного цикла систем. – Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/gost/gost2011.html>
3. ISO 10303-233:2012. Industrial automation systems and integration – Product data representation and exchange. – Режим доступа: http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=55257
4. ГОСТ 7.32-2001 «Отчёт о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления». – Режим доступа: <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=130946>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Электронно-библиотечная система IPRbooks:

<http://www.iprbookshop.ru/>

«Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов». Сайт консалтинговой компании «Интеллектуальные решения»:

http://www.iso14001.ru/?p=18&row_id=22

«Бизнес-процессы. Подходы к оптимизации, моделирование и реинжиниринг». Сайт компании «Компания Информикус»:

<http://www.informicus.ru/Default.aspx?SECTION=4&id=92>

Электронно-библиотечная система Znanium.com (ООО "Знаниум"):

<http://znanium.com/>

Интернет университет информационных технологий:

<http://www.intuit.ru/>

Интернет-библиотека образовательных изданий: <http://www.iqlib.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:

<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/window/library>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Перечень требуемого программного обеспечения

- Редактор текстов Microsoft Word;
- Средство компьютерной графики Microsoft Office Visio;
- Средство CASE CA ERwin Data Modeler;

- Средство CASE CA ERwin Process Modeler.
- Система управления базой данных Microsoft Visual FoxPro 9
- СУБД Oracle;
- СУБД IBM DB2;
- IBM InfoSphere Data Architect;
- Oracle SQL Developer;
- MS Visual Studio.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Электронная коммерция» изучается в течении седьмого семестра. В общей трудоемкости дисциплины 144 час. (4 ЗЕ). Аудиторные занятия составляют 72 час., включая 36 час. лекции и лабораторные занятия 36 час. По дисциплине предусмотрена внеаудиторная самостоятельная работа в объеме 72 час. на весь курс дисциплины.

Рекомендации по видам деятельности. Изучение курса дисциплины «Электронная коммерция» предусматривает освоение студентом теоретического материала на лекциях, выполнение лабораторных работ в лаборатории, самостоятельную работу при подготовке к лекционным занятиям и лабораторным работам.

При освоении *теоретической части* студенты выполняют следующие виды работ. Осуществляют предварительное знакомство с содержанием материала очередной лекции в рамках *самостоятельной работы* студента, используя рекомендованную лектором литературу. На лекционных занятиях, которые проводятся с применением активно-интерактивных методов, студенты должны быть способны показать свое видение решения очередного рассматриваемого проблемного вопроса, задать свой вопрос при освещении темы преподавателем и ответить на вопросы преподавателя в завершение изучения рассматриваемой темы.

Выполнение *лабораторных работ* проводится в следующем порядке. Каждая группа студентов на лабораторной работе выполняет типовое задание и предлагает свой вариант решения. При этом наименование работы, содержание, используемые методы и применяемые средства автоматизации CASE является общим для всех студентов. Выполнение лабораторной работы начинается с ознакомления с ее содержанием и заданием. После проверки усвоения материала студенты приступают к выполнению работы. В конце отведенного времени на занятия производится обсуждение полученных группами результатов. Студенты подготавливают групповой письменный

отчет о выполнении лабораторной работы, и защищает его у преподавателя на следующем занятии.

Для подготовки к зачету необходимо также использовать перечень вопросов, представленный ниже, в материалах фонда оценочных средств дисциплины.

Рекомендации по *работе с литературой*. Для углубленного изучения теоретического материала курса дисциплины и подготовке к зачету рекомендуются использовать основную и дополнительную литературу, указанную в приведенном выше перечне.

Рекомендованные источники доступны обучаемым в научной библиотеке (НБ) ДВФУ (в перечне приведены соответствующие гиперссылки этих источников), а также в электронной библиотечной системе (ЭБС) IPRbooks (приведены аналогичные гиперссылки).

Рекомендации по *планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины*. Расписание аудиторных занятий включает в неделю 2 час. лекционных занятий и 2 час. лабораторных работ.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для полноценного преподавания дисциплины используются учебные аудитории или кабинеты, оборудованные рабочими местами и мультимедийным демонстрационным оборудованием (проектором, экраном, акустической системой, учебной доской, ноутбуком), соответствующие действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ и т.п. Проведение лабораторных работ дополнительно требует наличия персональных компьютеров, оснащенных операционной системой Windows, а также пакетов следующих программных средств.

- Редактор текстов Microsoft Word;
- Система управления базой данных Microsoft Visual FoxPro 9
- Средство компьютерной графики Microsoft Office Visio.

Программные пакеты, такие как:

- Средство CASE CA ERwin Data Modeler;
- СУБД Oracle;
- СУБД IBM DB2;
- IBM InfoSphere Data Architect;
- Oracle SQL Developer;

– MS Visual Studio.

предлагаются студентам в свободном доступе в виде триалов или академических, бесплатных лицензий (например, по программе Microsoft Imagine или Erwin Inc.). Эти продукты скачиваются, инсталлируются студентами под руководством преподавателя в составе действий, предусмотренных описанием лабораторной работы.



Приложение 1

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

ШКОЛА ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Электронная коммерция»

**Направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника
профиль «Автоматизированные системы обработки информации и управления»**

Форма подготовки очная

Владивосток

2017

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение (час.)	Форма контроля
1	1-2-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
2	3-4-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
3	5-6-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
4	7-8-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
5	9-10-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
6	11-12-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
7	13-14-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
8	15-16-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
9	17-18-я неделя	подготовка к лекции	4	УО-1
		Всего в семестре	36 часов	

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Дисциплина «Электронная коммерция» изучается в течении седьмого семестра. В общей трудоемкости дисциплины 144 час. (4 ЗЕ). Аудиторные занятия составляют 72 час., включая 36 час. лекции и лабораторные занятия 36 час.

По дисциплине предусмотрена внеаудиторная самостоятельная работа в объеме 72 час. на весь курс дисциплины. Согласно приведенному календарному плану-графику и содержанию теоретической части курса дисциплины, представленному в настоящей рабочей программе, студент самостоятельно осуществляет предварительное знакомство с теоретическим материалом перед посещением лекций, и также самостоятельно ведет подготовку к зачету, используя полученные в течении семестровых учебных занятий знания, материалы лабораторных работ и литературу, указанную в настоящей программе. В процессе самостоятельной подготовки к занятиям и экзамену студент также использует приведенные в настоящей программе вопросы.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самоподготовка к лекциям

Для усвоения теоретического материала предусматривается предварительная подготовка студента путем, как самостоятельного краткого повторе-

ния материала предыдущего лекционного занятия, так и изучения основных положений предстоящего занятия. В процессе самостоятельного изучения теоретического материала студент должен уметь выделить основные положения осваиваемого раздела. Попытаться выяснить, почему они являются важными, и определить какие могут быть предложены технические решения их практической реализации. Процесс освоения учебного материала сопровождается составлением конспекта в рабочей тетради. Конспект составляется студентом в свободной форме, соответствующей его индивидуальной модели представления научно-технических знаний и информации. Полученные студентом выводы могут быть использованы им для подготовки публикаций.

Для самоконтроля усвоения учебного материала используются вопросы для самопроверки, приведенные в разделе «Фонд оценочных средств» УМКД дисциплины, сгруппированные по темам лекций, – всего 162 вопроса.

Самоподготовка к лабораторным работам

Лабораторные работы не требуют самоподготовки.

Самоподготовка к зачету

Для усвоения теоретического материала и успешного прохождения промежуточной аттестации предусматривается подготовка студента за счет самостоятельного изучения пройденного им материала.

Для самоконтроля усвоения учебного материала используются вопросы для к зачету, приведенные в разделе «Фонд оценочных средств» УМКД дисциплины, сгруппированные по разделам, – всего 162 вопроса.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Собеседование на лекциях (УО-1) представляет собой специальную беседу преподавателя с обучающимся на рассматриваемую тему, на текущей лекции или экзамене по изучаемой дисциплине. Оно рассчитано на выявление объема усвоенных знаний студентом при самостоятельной подготовке к лекции и приобретенную способность самостоятельно находить решения на поставленные преподавателем проблемные вопросы.

Критерии выставления студенту оценки за самостоятельную работу при подготовке к зачету по дисциплине «Электронная коммерция»

Баллы (рейтингов ой	Оценка экзамена	Требования к сформированным компетенциям
-------------------------------	----------------------------------	---

оценки)	(стандартная)	
85-100	«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.
65-84	«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.
45-65	«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 выполнении практических работ.
менее 45	«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.

Критерии выставления студенту оценки на лекциях за самостоятельную работу по дисциплине «Электронная коммерция»

85-100 баллов выставляется студенту, если студент глубоко и прочно освоил программный материал, свободно владеет терминологией и монологической речью.

65-84 баллов выставляется студенту, если студент обнаружил прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и пол-

нотой раскрытия темы, владеет терминологией, свободно владеет терминологией и монологической речью, но допустил одну – три неточности в ответе.

45-64 балл выставляется студенту, если студент в основном знает предметную область, но недостаточно глубоко и полно раскрыл тему, проявил неумение обеспечить полную связанность компонентов,

баллы не выставляются студенту, если студент обнаруживает незнание процессов и объектов изучаемой области, неглубоко раскрыл тему, проявил незнание основных вопросов теории, неумение давать аргументированные ответы. Допустил серьезные ошибки в разработке.



Приложение 2

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

ШКОЛА ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Электронная коммерция»
Направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника
профиль «Автоматизированные системы обработки информации и управления»
Форма подготовки очная

Владивосток
2017

Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенций	
ПК-1, разрабатывать модели компонентов информационных систем, включая модели баз данных и модели интерфейсов «человек-электронно-вычислительная машина»	знает	методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
	умеет	применять методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
	владеет	средствами автоматизации работ моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции
ПК-2 способность разрабатывать и сопровождать требования к отдельным функциям системы	знает	методы стратегического планирования систем электронной коммерции, разработки модели электронной коммерции предприятия, требования к технической системе, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции.
	умеет	проводить стратегическое планирование, разрабатывать модели электронной коммерции предприятия, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции
	владеет	средствами CASE автоматизации процесса стратегического планирования, разработки моделей электронной коммерции предприятия, проектирования и реализации системы электронной коммерции.

N п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименования		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Розничная торговля в электронной коммерции	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	
			Умеет	собеседование УО-1	
			Владеет		
2	Интернет клиенты и исследование рынка	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	
			Умеет	собеседование УО-1	
			Владеет		

3	Реклама в электронной коммерции	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
4	Электронная коммерция B2B	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
5	Электронная коммерция для индустрии обслуживания	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	
6	Электронные платежные системы	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1	собеседование УО-1
			Умеет	лабораторная работа ПР-6	
			Владеет	лабораторная работа ПР-6	

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-1, разрабатывать модели компонентов информационных систем, включая модели баз данных и модели интерфейсов «человек-электронно-вычислительная машина»	знает	методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции	знание моделей и методов разработки моделей данных, моделей функций, моделей процессов, моделей распределенных аппаратных средств, моделей диалогов и интерфейсов. знание требований interoperability моделей компонентов системы электронной коммерции	способность дать определение каждой из упомянутых моделей, определить ее назначение и обозначения
	умеет	применять методы моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции	умение проводить разработку моделей компонентов системы электронной коммерции, включая данные, функции, процессы и интерфейсы; соблюдать согласованность и преемственность моделей; умение составлять документацию на промежуточные и окончательные результаты разработки моделей	- способность провести разработку набора моделей компонентов системы электронной коммерции на этапах от исследования объекта автоматизации до (включая) проектирования; -способность составления документации на результаты моделирования, полученные на каждом из этапов разработки
	владеет	средствами автоматизации работ моделирования компонентов: люди (персонал), функций, процессов, данных, интерфейсов, сетевой инфраструктуры систем электронной коммерции	владеет методами разработки компонентов системы электронной коммерции, включая модели данные, функций, процессов, распределенных аппаратных средств и интерфейсов человек – электронно-вычислительная машина.	- способность на практике применять методы разработки комплекта моделей компонентов системы электронной коммерции от этапа исследования объекта автоматизации до этапа (включая) проектирования; -способность составления документации на результаты моделирования, полученные на каждом из этапов разработки
ПК-2 способность разрабатывать и сопровождать требования к отдельным	знает	методы стратегического планирования систем электронной коммерции, разработки модели электронной коммерции предпри-	знает модели, используемые для спецификации требований к функциям системы	способность назвать модели, модели, используемые для спецификации требований к функциям системы

функциям системы		ятия, требования к технической системе, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции.		
	умеет	проводить стратегическое планирование, разрабатывать модели электронной коммерции предприятия, требования к проектированию и реализации системы электронной коммерции	умеет разрабатывать требования к функциям системы электронной коммерции и сопровождать эти требования на всех этапах жизненного цикла разработки систем	способность произвести разработку требований к функциям системы электронной коммерции и сопровождать эти требования на всех этапах жизненного цикла разработки систем
	владеет	средствами CASE автоматизации процесса стратегического планирования, разработки моделей электронной коммерции предприятия, проектирования и реализации системы электронной коммерции.	владеет методами разработки и сопровождения требований к отдельным функциям системы электронной коммерции на всех этапах жизненного цикла разработки систем	способность на практике применить методы разработки и сопровождения требований к отдельным функциям системы электронной коммерции на всех этапах жизненного цикла разработки систем

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

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

Текущая обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем. аттестация по дисциплине «Электронная коммерция» проводится в форме контрольных мероприятий и защиты лабораторной работы по оцениванию фактических результатов

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 лабораторным работам.

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

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1 Основы электронной коммерции

1. Определите электронную коммерцию.
2. Перечислите организационные, потребительские и социальные выгоды от электронной коммерции.
3. Перечислите основные технологические и нетехнологические ограничения электронной коммерции.
4. Перечислите рыночные, технические и социальные движущие силы электронной коммерции.
5. Перечислите основные виды деятельности, предпринимаемые организациями для борьбы с давлением бизнеса
6. Определите интранет и экстранет.
7. Опишите основные компоненты фреймворка электронной коммерции.
8. Дайте определение one-to-one маркетинг.
9. Перечислите основные виды деятельности реинженерии бизнес процесса.
10. Перечислите основное влияние электронной коммерции на прямой маркетинг.
11. Определите, что такое виртуальная корпорация.

Тема 2 Розничная торговля в электронной коммерции

1. Какой размер имеет текущий и перспективный рынок электронной коммерции? Опишите это в сравнении электронных рынков B2C и B2B.
2. Что составляет факторы успеха для Amazon, и что является угрозой для Amazon?
3. Опишите процесс Интернет торговли. Перечислите все главные шаги.
4. Что такое прямой маркетинг?
5. В чем состоит различие между полным и частичным кибермаркетингом?
6. В чем состоит различие между электронным дистрибьютером и Е-брокером?
7. В чем состоит различие между упреждающей и реактивной (реагирующей на события) стратегическими позициями?
8. Является ли Интернет коммерция всегда глобальной? Когда она становится региональной?
9. Перечислите критические факторы успеха компании Dell?

10. Опишите стратегическую позицию компании Ford?
11. Как онлайн-сервис клиентов обеспечил выгоду компании Hewlett Packard?
12. Какая из бизнес-моделей была более успешной: обобщенный E-брокер или специализированный электронный магазин? Дайте пример для каждой из моделей.

13. Что является стратегической позицией универмага?

14. Что является стратегической позицией 1-800 Flower?

15. Опишите успешную модель регионального маркетинга.

Тема 3. Интернет-клиенты и исследование рынка

1. Опишите типичный профиль пользователей Интернет.
2. Перечислите типичные характеристики индивидуального регионального покупателя.
3. Опишите процесс принятия решений процесса покупки.
4. Объясните концепцию лояльности клиентов.
5. Опишите, в чем состоит доверие в электронной коммерции и как его можно увеличить.
6. Объясните, как колл-центр дополнен интернет-технологией.
7. Приведите типичные примеры интеллектуальных агентов для покупателей и их выгоды.
8. Определите сегментацию рынка, и приведите примеры.
9. Объясните цели исследования рынка.
10. Перечислите основные методы исследования рынка, основанные на Интернет.
11. Приведите пример онлайн-средства исследования рынка.
12. Дайте определение термину «Data Mining», и опишите его применение в исследовании рынка.

Тема 4. Реклама в электронной коммерции

1. Опишите Интернет-рекламу.
2. Перечислите преимущества Интернет-рекламы.
3. Опишите banner (баннер).
4. Перечислите основные методы Интернет-рекламы.
5. Опишите роль интеллектуальных агентов в рекламе.
6. Перечислите преимущества электронных каталогов над бумажными каталогами.
7. Опишите технологию «push» и ее выгоды.
8. Перечислите основные показатели успеха рекламы (и основы для платежей).

9. Опишите архитектуру Meta-Mall (мета центра).
10. Как можно давать рекламу в режиме чата?
11. Почему технология «pull» является пассивной стратегией?
12. Откуда компания может получить список адресов электронной почты для рассылки рекламы?
 13. Как мы можем избавиться от потока нежелательной электронной почты?
 14. Что такое связанная стратегия показа рекламы?
 15. Как можно продавать рекламу как товар?
 16. Какова типичная модель индивидуальной стратегии рекламы?
 17. Как можно использовать процесс сравнения продуктов как возможность рекламы?

Тема 5. Электронная коммерция в индустрии обслуживания

1. Дайте определение сервисам, основанным на агентах.
2. Дайте определение сервису fare tracker (отслеживатель тарифа (цены) сложного маршрута).
3. Перечислите основные сервисы электронных услуг для путешественников.
4. Перечислите ограничения онлайн-туристических услуг.
5. Назовите движущие силы электронного рынка трудоустройства.
6. Что является основными преимуществами электронного поиска работы для кандидатов? Для работодателя?
7. Перечислите основные выгоды онлайн-торговли.
8. Назовите основные возможности электронной оплаты счетов.
9. Назовите выгоды электронных аукционов для покупателей и продавцов.
10. Перечислите типы онлайн-публикаций.

Тема 6. Электронная коммерция B2B

1. Опишите отношения между участниками электронной коммерции B2B на участках управление цепочками поставок, управление закупками (материально-техническим снабжением), электронного маркетинга, интранет и экстранет.
2. Перечислите бизнес-модели электронной коммерции B2B.
3. Объясните, как электронная коммерция B2B может усилить процесс закупок.
4. Опишите, как компания Cisco преуспела в продажах ее продукции обеспечении сервиса своим клиентам.

5. Объясните, как General Electric провел реинженеринг процесса закупок.
6. Опишите, как Boeing осуществляет роль посредника между своими клиентами и поставщиками комплектующих.
7. Объясните, как FedEx обеспечивает требование быстрой доставки, используя Интернет.
8. Определите EDI (электронный обмен данными).
9. Опишите преимущества EDI, основанного на Интернет, над традиционным EDI.
10. Объясните роль агентов в поиске и сравнении предметов, интересующих покупателей.
11. Объясните средства, требуемые для платформы электронной коммерции B2B.
12. Опишите различные перспективы решений B2B.

Тема 7. Интранет и экстранет

1. Дайте определение Интернет, интранет и экстранет.
2. Чем отличается архитектура Интернет, интранет и экстранет друг от друга?
3. В чем состоит роль, и какие существуют типы брандмауэров для интранет и экстранет?
4. Перечислите виды программных средств интранет, доступных на рынке.
5. Опишите общие функции интранет.
6. Перечислите главные прикладные цели интранет.
7. Что такое существующие отраслевые модели приложений интранет?
8. Определите прогноз рынка экстранет.
9. Приведите ключевые факторы планирования экстранет.
10. Опишите основные компоненты экстранет.
11. Опишите концепцию и методы туннелирования.
12. Определите VPN.
13. Перечислите категории приложений экстранет.
14. Какие виды информации участвуют в экстранет?
15. Перечислите главные отраслевые решения экстранет.
16. Перечислите главные бизнес модели экстранет.

Тема 8. Электронные платежные системы

1. Перечислите четыре требования безопасности для безопасных электронных платежей.

2. Опишите плюсы и минусы шифрования секретным ключом и шифрования с открытым ключом и их дополнительное использование.
3. Дайте определение цифровой подписи и цифровому конверту.
4. Что такое CA (центр сертификации)?
5. Опишите схемы безопасности, принятые в SSL и SET
6. Опишите платёжиков и процедуры системы электронных кредитных карт.
7. Опишите EFT и его отношение с дебетовыми картами.
8. Опишите различие между открытыми и закрытыми картами с сохранённой стоимостью.
9. Перечислите типы смарт карт в терминах требований контакта и внутренней памяти.
10. Определите концепцию микроплатежей и приведите примеры ее применения.
11. Определите E-cash и перечислите различные типы электронных денег.
12. Опишите систему электронных чеков и ее сходство с EFT и электронными кредитными картами.

Тема 9. Стратегия и реализация электронной коммерции

1. Опишите цели стратегического планирования.
2. Перечислите шаги стратегического планирования.
3. Опишите, что представляет собой SWOT.
4. Определите смысл и цели критических факторов успеха в электронной коммерции.
5. Опишите, что представляет собой цепочкой стоимости.
6. Объясните, что такое ROI (возврат инвестиций). Почему это так важно для электронной коммерции.
7. Объясните концепцию конкурентных стратегий.
8. Объясните концепцию кооперативных стратегий.
9. Определите термин конкурентная (маркетинговая) разведка.
10. Объясните процедуры для внедрения электронной коммерции.
11. Объясните природу оценки проекта электронной коммерции.
12. Объясните причины для аутсорсинга инфраструктуры электронной коммерции.

Тема 10. Публичная политика: От правовых вопросов до конфиденциальности

1. Определите термин этика.

2. Назовите четыре категории этики, применительно к информационным технологиям и электронной коммерции.
3. Определите термин куки.
4. Почему правительство и корпорации применяют наблюдение?
5. Почему существует столько много персональной информации в базах данных?
6. Объясните потенциальные этические проблемы, связанные с использованием электронной доски объявлений?
7. Опишите содержание кодекса этики (для конфиденциальности)
8. Определите интеллектуальную собственность.
9. Перечислите основные правовые вопросы электронной коммерции.
10. Определите термин конфиденциальность.
11. Определите, как можно защитить себя от куки.
12. Перечислите пять основных принципов конфиденциальной защиты.
13. Определите доменное имя. Каковы его различные уровни.
14. Определить спам.
15. Опишите биометрический контроль

Тема 11. Инфраструктура электронной коммерции

1. Опишите физическую структуру Интернет.
2. Что такое протокол, и какой протокол обрабатывает Интернет коммуникации?
3. Что такое доменное имя и как оно создается?
4. Перечислите ключевые протоколы клиент/сервер для Интернет.
5. Что такое Интернет 2 и Следующее поколение Интернет и почему они важны
6. Как влияет на электронные покупки отсутствие гражданства?
7. Перечислите основные функции веб-сервера.
8. Каковы краеугольные камни интернет-безопасности?
9. Как работает шифрование с закрытым и открытым ключом?
10. Какова роль брандмауэра?
11. За пределами брандмауэра, какие основные технологии используются для обеспечения интернет-безопасности?
12. Что такое VPN и какая технология является ключом к его работе?
13. Перечислите функциональные требования продаж в Web.
14. Какие варианты доступны для аутсорсинга при создании и обслуживании интернет-магазина?

15. В чем состоит главное различие между торговым сервером и пакетом электронной коммерции?
16. Опишите основные типы видео и аудио трансляцией.
17. Как пропускная способность влияет на широкое использование веб-вещания?
18. Каковы некоторые бизнесы используют группы чата?
19. Как в файлах журнала указывается, кто посетил сайт и на что он смотрел?

Тема 12. Экономические, глобальные и другие положения в электронной коммерции.

1. Определить рыночное место и рыночное пространство.
2. Определите цифровой продукт (услугу) и дайте несколько примеров.
3. Перечислите пять принципов электронной коммерции правительства США.
4. Перечислите главные компоненты цифровой экономики.
5. Определите электронное сообщество.
6. Перечислите основные типы электронных сообществ.
7. Перечислите основные компоненты фреймворка поведенческие исследования.
8. Перечислите основные движущие силы глобальной электронной коммерции.
9. Перечислите потенциальные выгоды и ограничения малого онлайн-бизнеса.
10. Перечислите основные факторы, которые могли бы способствовать электронной торговле в будущем.
11. Опишите проблему неопределенного качества и возможные решения.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по дисциплине «Электронная коммерция»

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
85-100	Зачет	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.
65-84	зачет	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.
45-65	зачет	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 выполнении практических работ.
менее 45	«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 текущей аттестации

Теоретический материал

Вопросы к лекциям

1 Основы электронной коммерции

1. Определите электронную коммерцию.
2. Перечислите организационные, потребительские и социальные выгоды от электронной коммерции.
3. Перечислите основные технологические и нетехнологические ограничения электронной коммерции.

4. Перечислите рыночные, технические и социальные движущие силы электронной коммерции.
5. Перечислите основные виды деятельности, предпринимаемые организациями для борьбы с давлением бизнеса
6. Определите интранет и экстранет.
7. Опишите основные компоненты фреймворка электронной коммерции.
8. Дайте определение one-to-one маркетинг.
9. Перечислите основные виды деятельности реинженерии бизнес процесса.
10. Перечислите основное влияние электронной коммерции на прямой маркетинг.
11. Определите, что такое виртуальная корпорация.

Тема 2 Розничная торговля в электронной коммерции

1. Какой размер имеет текущий и перспективный рынок электронной коммерции? Опишите это в сравнении электронных рынков B2C и B2B.
2. Что составляет факторы успеха для Amazon, и что является угрозой для Amazon?
3. Опишите процесс Интернет торговли. Перечислите все главные шаги.
4. Что такое прямой маркетинг?
5. В чем состоит различие между полным и частичным кибермаркетингом?
6. В чем состоит различие между электронным дистрибьютером и Е-брокером?
7. В чем состоит различие между упреждающей и реактивной (реагирующей на события) стратегическими позициями?
8. Является ли Интернет коммерция всегда глобальной? Когда она становится региональной?
9. Перечислите критические факторы успеха компании Dell?
10. Опишите стратегическую позицию компании Ford?
11. Как онлайн-сервис клиентов обеспечил выгоду компании Hewlett Packard?
12. Какая из бизнес моделей была более успешной обобщенный Е-брокер или специализированный электронный магазин? Дайте пример для каждой из моделей.
13. Что является стратегической позицией универмага?

14. Что является стратегической позицией 1-800 Flower?
15. Опишите успешную модель регионального маркетинга.

Тема 3. Интернет клиенты и исследование рынка

1. Опишите типичный профиль пользователей Интернет.
2. Перечислите типичные характеристики индивидуального регионального покупателя.
3. Опишите процесс принятия решений процесса покупки.
4. Объясните концепцию лояльности клиентов.
5. Опишите, в чем состоит доверие в электронной коммерции и как его можно увеличить.
6. Объясните, как колл-центр дополнен интернет-технологией.
7. Приведите типичные примеры интеллектуальных агентов для покупателей и их выгоды.
8. Определите сегментацию рынка, и приведите примеры.
9. Объясните цели исследования рынка.
10. Перечислите основные методы исследования рынка, основанные на Интернет.
11. Приведите пример онлайн-средства исследования рынка.
12. Дайте определение термину «Data Mining», и опишите его применение в исследовании рынка.

Тема 4. Реклама в электронной коммерции

1. Опишите Интернет рекламу.
2. Перечислите преимущества Интернет рекламы
3. Опишите banner (баннер)
4. Перечислите основные методы Интернет рекламы
5. Опишите роль интеллектуальных агентов в рекламе.
6. Перечислите преимущества электронных каталогов над бумажными каталогами.
7. Опишите технологию «push» и ее выгоды.
8. Перечислите основные показатели успеха рекламы (и основы для платежей)
9. Опишите архитектуру Meta-Mall (мета центра).
10. Как можно давать рекламу в режиме чата?
11. Почему технология «pull» является пассивной стратегией?
12. Откуда компания может получить список адресов электронной почты для рассылки рекламы?
13. Как мы можем избавиться от потока нежелательной электронной почты?

14. Что такое связанная стратегия показа рекламы?
15. Как можно продавать рекламу как товар?
16. Какова типичная модель индивидуальной стратегии рекламы?
17. Как можно использовать процесс сравнения продуктов как возможность рекламы?

Тема 5. Электронная коммерция в индустрии обслуживания

1. Дайте определение сервисам, основанным на агентах.
2. Дайте определение сервису fare tracker (отслеживатель тарифа (цены) сложного маршрута).
3. Перечислите основные сервисы электронных услуг для путешественников.
4. Перечислите ограничения онлайн-туристических услуг.
5. Назовите движущие силы электронного рынка трудоустройства.
6. Что является основными преимуществами электронного поиска работы для кандидатов? Для работодателя?
7. Перечислите основные выгоды онлайн-торговли.
8. Назовите основные возможности электронной оплаты счетов.
9. Назовите выгоды электронных аукционов для покупателей и продавцов.
10. Перечислите типы онлайн-публикаций.

Тема 6. Электронная коммерция B2B

1. Опишите отношения между участниками электронной коммерции B2B на участках управление цепочками поставок, управление закупками (материально-техническим снабжением), электронного маркетинга, интранет и экстранет.
2. Перечислите бизнес-модели электронной коммерции B2B.
3. Объясните, как электронная коммерция B2B может усилить процесс закупок.
4. Опишите, как компания Cisco преуспела в продажах ее продукции обеспечения сервиса своим клиентам.
5. Объясните, как General Electric провел реинженеринг процесса закупок.
6. Опишите, как Boeing осуществляет роль посредника между своими клиентами и поставщиками комплектующих.
7. Объясните, как FedEx обеспечивает требование быстрой доставки, используя Интернет.
8. Определите EDI (электронный обмен данными).

9. Опишите преимущества EDI, основанного на Интернет, над традиционным EDI.

10. Объясните роль агентов в поиске и сравнении предметов, интересующих покупателей.

11. Объясните средства, требуемые для платформы электронной коммерции B2B.

12. Опишите различные перспективы решений B2B.

Тема 7. Интранет и экстранет

1. Дайте определение Интернет, интранет и экстранет.

2. Чем отличается архитектура Интернет, интранет и экстранет друг от друга?

3. В чем состоит роль, и какие существуют типы брандмауэров для интранет и экстранет?

4. Перечислите виды программных средств интранет, доступных на рынке.

5. Опишите общие функции интранет.

6. Перечислите главные прикладные цели интранет.

7. Что такое существующие отраслевые модели приложений интранет?

8. Определите прогноз рынка экстранет.

9. Приведите ключевые факторы планирования экстранет.

10. Опишите основные компоненты экстранет.

11. Опишите концепцию и методы туннелирования.

12. Определите VPN.

13. Перечислите категории приложений экстранет.

14. Какие виды информации участвуют в экстранет?

15. Перечислите главные отраслевые решения экстранет.

16. Перечислите главные бизнес модели экстранет.

Тема 8. Электронные платежные системы

1. Перечислите четыре требования безопасности для безопасных электронных платежей.

2. Опишите плюсы и минусы шифрования секретным ключом и шифрования с открытым ключом и их дополнительное использование.

3. Дайте определение цифровой подписи и цифровому конверту.

4. Что такое CA (центр сертификации)?

5. Опишите схемы безопасности схемы, принятые в SSL и SET

6. Опишите плательщиков и процедуры системы электронных кредитных карт.

7. Опишите EFT и его отношение с дебетовыми картами.
8. Опишите различие между открытыми и закрытыми картами с сохраненной стоимостью.
9. Перечислите типы смарт карт в терминах требований контакта и внутренней памяти.
10. Определите концепцию микроплатежей и приведите примеры ее применения.
11. Определите E-cash и перечислите различные типы электронных денег.
12. Опишите систему электронных чеков и ее сходство с EFT и электронными кредитными картами.

Тема 9. Стратегия и реализация электронной коммерции

1. Опишите цели стратегического планирования.
2. Перечислите шаги стратегического планирования.
3. Опишите, что представляет собой SWOT.
4. Определите смысл и цели критических факторов успеха в электронной коммерции.
5. Опишите, что представляет собой цепочкой стоимости.
6. Объясните, что такое ROI (возврат инвестиций). Почему это так важно для электронной коммерции.
7. Объясните концепцию конкурентных стратегий.
8. Объясните концепцию кооперативных стратегий.
9. Определите термин конкурентная (маркетинговая) разведка.
10. Объясните процедуры для внедрения электронной коммерции.
11. Объясните природу оценки проекта электронной коммерции.
12. Объясните причины для аутсорсинга инфраструктуры электронной коммерции.

Тема 10. Публичная политика: От правовых вопросов до конфиденциальности

1. Определите термин этика.
2. Назовите четыре категории этики, применительно к информационным технологиям и электронной коммерции.
3. Определите термин куки.
4. Почему правительство и корпорации применяют наблюдение?
5. Почему существует столько много персональной информации в базах данных?

6. Объясните потенциальные этические проблемы, связанные с использованием электронной доски объявлений?
7. Опишите содержание кодекса этики (для конфиденциальности)
8. Определите интеллектуальную собственность.
9. Перечислите основные правовые вопросы электронной коммерции.
10. Определите термин конфиденциальность.
11. Определите, как можно защитить себя от куки.
12. Перечислите пять основных принципов конфиденциальной защиты.
13. Определите доменное имя. Каковы его различные уровни.
14. Определить спам.
15. Опишите биометрический контроль

Тема 11. Инфраструктура электронной коммерции

1. Опишите физическую структуру Интернет.
2. Что такое протокол, и какой протокол обрабатывает Интернет коммуникации?
3. Что такое доменное имя и как оно создается?
4. Перечислите ключевые протоколы клиент/сервер для Интернет.
5. Что такое Интернет 2 и Следующее поколение Интернет и почему они важны
6. Как влияет на электронные покупки отсутствие гражданства?
7. Перечислите основные функции веб-сервера.
8. Каковы краеугольные камни интернет-безопасности?
9. Как работает шифрование с закрытым и открытым ключом?
10. Какова роль брандмауэра?
11. За пределами брандмауэра, какие основные технологии используются для обеспечения интернет-безопасности?
12. Что такое VPN и какая технология является ключом к его работе?
13. Перечислите функциональные требования продаж в Web.
14. Какие варианты доступны для аутсорсинга при создании и обслуживании интернет-магазина?
15. В чем состоит главное различие между торговым сервером и пакетом электронной коммерции?
16. Опишите основные типы видео и аудио трансляцией.
17. Как пропускная способность влияет на широкое использование веб-вещания?
18. Каковы некоторые бизнесы используют группы чата?

19. Как в файлах журнала указывается, кто посещал сайт и на что он смотрел?

Тема 12. Экономические, глобальные и другие положения в электронной коммерции.

1. Определить рыночное место и рыночное пространство.
2. Определите цифровой продукт (услугу) и дайте несколько примеров.
3. Перечислите пять принципов электронной коммерции правительства США.
4. Перечислите главные компоненты цифровой экономики.
5. Определите электронное сообщество.
6. Перечислите основные типы электронных сообществ.
7. Перечислите основные компоненты фреймворка поведенческие исследования.
8. Перечислите основные движущие силы глобальной электронной коммерции.
9. Перечислите потенциальные выгоды и ограничения малого онлайн-бизнеса.
10. Перечислите основные факторы, которые могли бы способствовать электронной торговле в будущем.
11. Опишите проблему неопределенного качества и возможные решения.

Критерии выставления оценки студенту на лекциях

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
85-100	«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.
65-84	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу из-

		лагает 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.
45-64	«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 выполнении практических работ.
менее 45	«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.

Лабораторные работы

Вопросы к лабораторным работам

Лабораторная работа № 1 Розничная торговля в электронной коммерции (8 часов)

1. Какой размер имеет текущий и перспективный рынок электронной коммерции? Опишите это в сравнении электронных рынков B2C и B2B.
2. Что составляет факторы успеха для Amazon, и что является угрозой для Amazon?
3. Опишите процесс Интернет торговли. Перечислите все главные шаги.
4. Что такое прямой маркетинг?
5. В чем состоит различие между полным и частичным кибермаркетингом?
6. В чем состоит различие между электронным дистрибьютером и Е-брокером?
7. В чем состоит различие между упреждающей и реактивной (реагирующей на события) стратегическими позициями?
8. Является ли Интернет коммерция всегда глобальной? Когда она становится региональной?
9. Перечислите критические факторы успеха компании Dell?

10. Опишите стратегическую позицию компании Ford?
11. Как онлайн-сервис клиентов обеспечил выгоду компании Hewlett Packard?
12. Какая из бизнес-моделей была более успешной: обобщенный E-брокер или специализированный электронный магазин? Дайте пример для каждой из моделей.
13. Что является стратегической позицией универмага?
14. Что является стратегической позицией 1-800 Flower?
15. Опишите успешную модель регионального маркетинга.

Лабораторная работа №2. Построение отношений с клиентами (8 часов)

1. Опишите типичный профиль пользователей Интернет.
2. Перечислите типичные характеристики индивидуального регионального покупателя.
3. Опишите процесс принятия решений процесса покупки.
4. Объясните концепцию лояльности клиентов.
5. Опишите, в чем состоит доверие в электронной коммерции и как его можно увеличить.
6. Объясните, как колл-центр дополнен интернет-технологией.
7. Приведите типичные примеры интеллектуальных агентов для покупателей и их выгоды.
8. Определите сегментацию рынка, и приведите примеры.
9. Объясните цели исследования рынка.
10. Перечислите основные методы исследования рынка, основанные на Интернет.
11. Приведите пример онлайн-средства исследования рынка.
12. Дайте определение термину «Data Mining», и опишите его применение в исследовании рынка.

Лабораторная работа №3 Реклама в электронной коммерции (8 часов)

1. Опишите Интернет-рекламу.
2. Перечислите преимущества Интернет-рекламы.
3. Опишите banner (баннер).
4. Перечислите основные методы Интернет-рекламы.
5. Опишите роль интеллектуальных агентов в рекламе.
6. Перечислите преимущества электронных каталогов над бумажными каталогами.
7. Опишите технологию «push» и ее выгоды.
8. Перечислите основные показатели успеха рекламы (и основы для платежей).

9. Опишите архитектуру Meta-Mall (мета центра).
10. Как можно давать рекламу в режиме чата?
11. Почему технология «pull» является пассивной стратегией?
12. Откуда компания может получить список адресов электронной почты для рассылки рекламы?
 13. Как мы можем избавиться от потока нежелательной электронной почты?
 14. Что такое связанная стратегия показа рекламы?
 15. Как можно продавать рекламу как товар?
 16. Какова типичная модель индивидуальной стратегии рекламы?
 17. Как можно использовать процесс сравнения продуктов как возможность рекламы?

Лабораторная работа № 4. Системы материально-технического снабжения в электронной коммерции. (8 часов)

1. Опишите отношения между участниками электронной коммерции B2B на участках управление цепочками поставок, управление закупками (материально-техническим снабжением), электронного маркетинга, интранет и экстранет.
 2. Перечислите бизнес-модели электронной коммерции B2B.
 3. Объясните, как электронная коммерция B2B может усилить процесс закупок.
 4. Опишите, как компания Cisco преуспела в продажах ее продукции обеспечении сервиса своим клиентам.
 5. Объясните, как General Electric провел реинженеринг процесса закупок.
 6. Опишите, как Boeing осуществляет роль посредника между своими клиентами и поставщиками комплектующих.
 7. Объясните, как FedEx обеспечивает требование быстрой доставки, используя Интернет.
 8. Определите EDI (электронный взаимообмен данными).
 9. Опишите преимущества EDI, основанного на Интернет, над традиционным EDI.
 10. Объясните роль агентов в поиске и сравнении предметов, интересующих покупателей.
 11. Объясните средства, требуемые для платформы электронной коммерции B2B.
 12. Опишите различные перспективы решений B2B.

Лабораторная работа № 5. Электронная коммерция в индустрии обслуживания (8 часов)

1. Дайте определение сервисам, основанным на агентах.
2. Дайте определение сервису fare tracker (отслеживатель тарифа (цены) сложного маршрута).
3. Перечислите основные сервисы электронных услуг для путешественников.
4. Перечислите ограничения онлайн-туристических услуг.
5. Назовите движущие силы электронного рынка трудоустройства.
6. Что является основными преимуществами электронного поиска работы для кандидатов? Для работодателя?
7. Перечислите основные выгоды онлайн-торговли.
8. Назовите основные возможности электронной оплаты счетов.
9. Назовите выгоды электронных аукционов для покупателей и продавцов.
10. Перечислите типы онлайн-публикаций.

Лабораторная работа № 6. Электронные платежные системы (8 часов)

1. Перечислите четыре требования безопасности для безопасных электронных платежей.
2. Опишите плюсы и минусы шифрования секретным ключом и шифрования с открытым ключом и их дополнительное использование.
3. Дайте определение цифровой подписи и цифровому конверту.
4. Что такое СА (центр сертификации)?
5. Опишите схемы безопасности, принятые в SSL и SET
6. Опишите платёжиков и процедуры системы электронных кредитных карт.
7. Опишите EFT и его отношение с дебетовыми картами.
8. Опишите различие между открытыми и закрытыми картами с сохраненной стоимостью.
9. Перечислите типы смарт карт в терминах требований контакта и внутренней памяти.
10. Определите концепцию микроплатежей и приведите примеры ее применения.
11. Определите E-cash и перечислите различные типы электронных денег.
12. Опишите систему электронных чеков и ее сходство с EFT и электронными кредитными картами.

Критерии выставления оценки студенту на лабораторных работах по дисциплине «Электронная коммерция»

85-100 баллов выставляется студенту, если студент глубоко и прочно освоил программный материал, не отошел от канонов предписанной методологии, не совершил ошибок в процессе разработки, довел разработку до рабочего макета системы, оформил отчет в соответствии с правилами оформления письменных работ, свободно владеет терминологией и монологической речью.

65-84 баллов выставляется студенту, если студент обнаружил прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы, владеет терминологией, довел разработку до рабочего макета системы, оформил отчет в соответствии с правилами оформления письменных работ, свободно владеет терминологией и монологической речью, но допустил одну – три неточности в ответе.

45-64 балл выставляется студенту, если студент основном знает предметную область, но недостаточно глубоко и полно раскрыл тему, проявил неумение обеспечить полную связанность компонентов информационной системы, допустил ошибки в оформлении отчета, не продемонстрировал в своем макете весь спектр возможностей технологий информационного управления.

работа не зачитывается студенту, если студент обнаруживает незнание процессов и объектов изучаемой области, неглубоко раскрыл тему, проявил незнание основных вопросов теории, неумение давать аргументированные ответы. Допустил серьезные ошибки в разработке и небрежно оформил отчет.