



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

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

  
\_\_\_\_\_

подпись

Сухомлинов А. И.  
ФИО

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор департамента Информационных и компьютерных систем

  
\_\_\_\_\_

подпись

Пустовалов Е.В.  
ФИО

«15» июля 2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Электронная коммерция

**Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика**

(Прикладная информатика в управлении предприятием)

**Форма подготовки очная**

курс 3 семестр б

лекции 36 час.

практические занятия    час.

лабораторные работы 36 час.

в том числе с использованием МАО лек. 0/пр. 0/лаб. 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 72 час.

в том числе с использованием МАО 0 час.

самостоятельная работа 144 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрен

зачет    семестр

экзамен б семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. № 922 (с изменениями и дополнениями)

Рабочая учебная программа обсуждена на заседании кафедры информационных систем управления, протокол № 5 от «28» января 2020 г.

Директор департамента информационных и компьютерных систем Пустовалов Е.В.

Составитель: профессор, к.т.н., Сухомлинов А.И.


Владивосток

2021

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «17» сентября 2021 г. № 1

Директор департамента \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Пустовалов Е.В.  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор департамента \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины:

**Цель:** освоение студентами 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:**

- 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

Результаты освоения (формирование компетенций):

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				

<p>Сбор и анализ детальной информации для формализации предметной области проекта и требований пользователей заказчика, интервьюирование ключевых сотрудников заказчика.</p> <p>Формирование и анализ требований к информатизации и автоматизации прикладных процессов, формализация предметной области проекта.</p> <p>Моделирование прикладных и информационных процессов.</p> <p>Составление технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы.</p> <p>Проектирование информационных систем по видам обеспечения.</p> <p>Программирование приложений, создание прототипа информационной системы</p>	<p>Прикладные и информационные процессы</p> <p>Информационные системы</p> <p>Информационные технологии</p>	<p>ПК-1. Способность создавать и сопровождать требования и технические задания на разработку, и модернизацию систем и подсистем малого и среднего масштаба и сложности</p>	<p>ПК-1.1. знает методы проведения обследования предприятия, сбора детальной информации о предприятии и ее структурирования</p> <p>ПК-1.2. умеет моделировать предметную область, используя современные формализмы, составлять технико-экономические обоснования проектных решений и технические задания на разработку информационной системы</p> <p>ПК-1-3. владеет методами проектирования информационных систем по видам обеспечения, программирования приложений и создания прототипа информационной системы</p>	<p>ПС 06.022 Системный аналитик</p>
---	--	--	--	-------------------------------------

# **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 B2B. 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 (4 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-мак использует списки адресов электронной почты для рекламы. Web-реклама. Методы рекламы. Стратегии рекламы. Технология «Push» и интеллектуальные агенты. Экономика и эффективность рекламы. Онлайн-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. Кибербанкинг 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 (4 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 (4 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 И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

### **Практические занятия (семинары)**

**(54 час.)**

*Темы рефератов*

1. Влияние электронной коммерции на прямой маркетинг
2. Влияние электронной коммерции на трансформацию организаций
3. Влияние электронной коммерции на производство
4. Влияние электронной коммерции на финансы и бухгалтерский учет
5. Влияние электронной коммерции на управление людскими ресурсами, образование и обучение
- 6.
7. Розничная торговля в электронной коммерции
8. Построение отношений с клиентами
9. Реклама в электронной коммерции
10. Системы материально-технического снабжения в электронной коммерции
11. Электронная коммерция для индустрии обслуживания
12. Электронные платежные системы
13. Обзор структуры электронного маркетинга
14. Обзор и прогноз электронного рынка B2B
15. Сравнение бизнес моделей прямого и непрямого электронного маркетинга

16. Сравнение моделей полного кибермаркетинга и частичного кибермаркетинга
17. Сравнение моделей электронного дистрибьютора и электронного брокера
18. Сравнение глобального и регионального маркетинга
19. Влияние электронной коммерции на традиционную розничную торговлю
20. Онлайн-методы исследования рынка
21. Интеллектуальные агенты клиентов
22. Web реклама
23. Методы Web рекламы
24. Стратегии Web рекламы
25. Онлайн каталоги
26. Электронная коммерция в индустрии обслуживания
27. Электронный сервис туризма и путешествий
28. Влияние электронного туризма на индустрию путешествий
29. Электронная коммерция на рынке трудоустройства
30. Кибермаркетинг и личные финансы
31. Электронные аукционы
32. Электронное онлайн-издательство публикаций
33. Электронное материально-техническое снабжение
34. Характеристики электронной коммерции B2B
35. Аукцион B2B
36. Сравнение традиционного EDI с EDI, основанным на Интернет
37. Интеграция электронной коммерции с внутренней ERP системой
38. Роль программных агентов в электронной коммерции B2B
39. Электронный маркетинг в B2B
40. Электронные платежи и протоколы
41. Электронные системы кредитных карт в Интернет

Практическая часть курса дисциплины, включающая в себя подготовку рефератов и электронных презентаций, а также докладов предусматривает самостоятельную работу студентов вне учебных аудиторий, которая описана в разделе III.

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**



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

### **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 подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
2	3-4-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
3	5-6-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
4	7-8-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
5	9-10-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
6	11-12-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
7	13-14-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
8	15-16-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
9	17-18-я неделя	подготовка к лекции подготовка к лекции, работа над рефератом	10	УО-1, ПР-4
		<b>Всего в семестре</b>	<b>90 часов</b>	

### **Рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Дисциплина «Электронная коммерция» изучается в течение шестого семестра. В общей трудоемкости дисциплины 180 час. (5 ЗЕ). Аудиторные занятия составляют 90 час., включая 36 час. лекции и практические занятия 54 час.

По дисциплине предусмотрена внеаудиторная самостоятельная работа в объеме 90 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 течение семестровых учебных занятий знания, материалы семинарских практических занятий и литературу, указанную в настоящей программе. В процессе самостоятельной подготовки к занятиям и зачету 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 повторения 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 VIII «Фонды оценочных средств» дисциплины, сгруппированные по темам лекций, – всего 162 вопроса.

Текущий контроль самостоятельной работы подготовки к лекциям осуществляется на лекционном занятии. Используемая форма оценочного средства - «собеседование – УО-1. Собеседование на лекциях представляет собой специальную беседу преподавателя с обучающимся на рассматриваемую тему, на текущей лекции по изучаемой дисциплине. Оно рассчитано на выявление объема усвоенных знаний студентом при самостоятельной подго-

товке к лекции и приобретенную способность самостоятельно находить решения на поставленные преподавателем проблемные вопросы.

*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 полнотой 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.

*Самостоятельная работа при разработке реферата.* Тема реферата выбирается студентом самостоятельно из предложенного ему списка тем тематики настоящей программы. Студент по согласованию с преподавателем может разрабатывать собственную, предложенную им тему.

<b>Тематика семинаров</b>	<b>Темы рефератов</b>
Электронная коммерция	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Влияние электронной коммерции на прямой маркетинг</li><li>2. Влияние электронной коммерции на трансформацию организаций</li><li>3. Влияние электронной коммерции на производство</li><li>4. Влияние электронной коммерции на финансы и бухгалтерский учет</li><li>5. Влияние электронной коммерции на управление людскими ресурсами, образование и обучение</li><li>6.</li><li>7. Розничная торговля в электронной коммерции</li><li>8. Построение отношений с клиентами</li><li>9. Реклама в электронной коммерции</li><li>10. Системы материально-технического снабжения в электронной коммерции</li><li>11. Электронная коммерция для индустрии обслуживания</li><li>12. Электронные платежные системы</li><li>13. Обзор структуры электронного маркетинга</li><li>14. Обзор и прогноз электронного рынка B2B</li><li>15. Сравнение бизнес моделей прямого и непрямого электронного мар-</li></ol>

	кетинга 16. Сравнение моделей полного кибермаркетинга и частичного кибермаркетинга 17. Сравнение моделей электронного дистрибьютора и электронного брокера 18. Сравнение глобального и регионального маркетинга 19. Влияние электронной коммерции на традиционную розничную торговлю 20. Онлайн-методы исследования рынка 21. Интеллектуальные агенты клиентов 22. Web реклама 23. Методы Web рекламы 24. Стратегии Web рекламы 25. Онлайн каталоги 26. Электронная коммерция в индустрии обслуживания 27. Электронный сервис туризма и путешествий 28. Влияние электронного туризма на индустрию путешествий 29. Электронная коммерция на рынке трудоустройства 30. Кибермаркетинг и личные финансы 31. Электронные аукционы 32. Электронное онлайн-издательство публикаций 33. Электронное материально-техническое снабжение 34. Характеристики электронной коммерции B2B 35. Аукцион B2B 36. Сравнение традиционного EDI с EDI, основанным на Интернет 37. Интеграция электронной коммерции с внутренней ERP-системой 38. Роль программных агентов в электронной коммерции B2B 39. Электронный маркетинг в B2B 40. Электронные платежи и протоколы 41. Электронные системы кредитных карт в Интернет
--	---

Выбранная студентом тема реферата является его индивидуальным заданием. В ходе выполнения этого индивидуального творческого задания студент использует знания, полученные при изучении теоретического материала, Литературные источники, приведенные в разделе V, а также источники, избранные им самостоятельно в процессе информационного поиска. В процессе творческого поиска и анализа материала литературных источников студент формирует текст реферата и материалы мультимедийной презентации. Реферат оформляется в соответствии с Требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами и слушателями ДВФУ.

На семинаре студент представляет текст реферата и делает сообщение с использованием подготовленного им материала мультимедийной электронной презентации. Используемая форма оценочного средства на представлении доклада и реферата - «реферат – ПР-4»

*Критерии выставления оценки студенту на представлении реферата и доклада на семинаре по дисциплине*

<b>Оценка представления доклада и реферата</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и точно раскрыл выбранную тему, не допустил нарушений правил оформления письменных работ в реферате, полно и точно отразил смысл работы в материалах электронной презентации, логически стройно изложил его в своем докладе и правильно ответил на заданные вопросы во время презентации.
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал в рассматриваемой им области, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач и допусти незначительные недостатки в оформлении реферата, материалов презентации, в сообщении во время доклада.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет общие знания освоенного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении, испытывает затруднения в ответах на заданные вопросы.
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не освоил материал по выбранной им теме, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на поставленные вопросы., допустил значительные отклонения от требований правил оформления письменных и презентационных работ. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

*Самоподготовка к зачету.* Для усвоения теоретического материала и успешного прохождения промежуточной аттестации предусматривается подготовка студента за счет самостоятельного повторения и изучения пройденного дополнительного материала.

Для самоконтроля усвоения учебного материала используются вопросы для к зачету, приведенные в разделе VIII «Фонды оценочных средств» дисциплины, сгруппированные по разделам, – всего 162 вопроса. Используемая форма оценочного средства на зачете - «собеседование – УО-1»

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

<b>Баллы (рейтингов ой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
85-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глу-

		боко 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.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

##### Формы оценивания на этапах формирования компетенций

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	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1	

				реферат ПР-4	
2	Интернет клиенты и исследование рынка	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
3	Реклама в электронной коммерции	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-46	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
4	Электронная коммерция B2B	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
5	Электронная коммерция для индустрии об- служивания	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
6	Электронные платежные системы	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	

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 разделе VIII «Фонды оценочных средств»

## **V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. 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»
2. 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>
3. 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>
4. 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»
5. Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Крахоткина Е.В.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.— 129 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66114.html> .— ЭБС «IPRbooks»
6. 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>
7. 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»
8. 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)*

- a. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие по выполнению практических работ/ Гаврилов Л.П.— Элек-



трон. текстовые данные.— М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2010.— 112 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html>.— ЭБС «IPRbooks»

b. 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>

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

a. 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»

b. 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>

c. 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 телекоммуникаций и информатики, 2013.— 80 с.— Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/71883.html> .— ЭБС «IPRbooks»

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

e. 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»

3. 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>

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

5. 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>

а. 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.

б. 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>

7. 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](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»**

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks:  
<http://www.iprbookshop.ru/>

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

[http://www.iso14001.ru/?p=18&row\\_id=22](http://www.iso14001.ru/?p=18&row_id=22)

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

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

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

<http://znanium.com/>

5. Интернет университет информационных технологий:

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

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

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:

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

8. 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 течение шестого семестра. В общей трудоемкости дисциплины 180 час. (5 ЗЕ). Аудиторные занятия составляют 90 час., включая 36 час. лекции и лабораторные занятия 54 час. По дисциплине предусмотрена внеаудиторная самостоятельная работа в объеме 90 час. на весь курс дисциплины.

*Рекомендации по видам деятельности.* Изучение курса дисциплины «Электронная коммерция» предусматривает освоение студентом теоретического материала на лекциях, презентацию сообщения на семинаре, самостоятельную работу при подготовке к лекционным занятиям и разработке реферата и презентационного материала к докладу на семинаре.

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 занятии 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 в материалах фонда оценочных средств дисциплины, представленных в разделе VIII.

Выполнение *реферата* основано на выполнении индивидуального задания, которое выбирается студентом из списка тем. В ходе работы над рефератом студент использует знания, полученные при изучении теоретического материала, умения использовать методы и средства для разработки моделей, полученные при выполнении лабораторных работ, а также умения программирования и разработки элементов информационных систем. Результатом работы над рефератом является текст реферата, материалы мультимедийной презентации и тест доклада для семинара. Разработка реферата выполняется студентом самостоятельно в часы, отведенные для самостоятельной работы. На защите проекта студент представляет действующий программный макет и пояснительную записку.

При подготовке к *экзаменам* студенты используют установленное настоящей программой описание структуры и содержания теоретической части курса рекомендованную литературу и вопросы для промежуточного контроля, представленных в материалах фонда оценочных средств дисциплины.

Рекомендации по *работе с литературой*. Для углубленного изучения теоретического материала курса дисциплины и подготовке к экзамену рекомендуются использовать основную и дополнительную литературу, нормативно-правовые материалы, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», указанные выше.

Рекомендованные источники доступны студентам в научной библиотеке (НБ) ДВФУ, в электронной библиотечной системе (ЭБС) IPRbooks, электронно-библиотечной системе Znanium.com (ООО "Знаниум") и других электронных ресурсах, указанных в списке учебной литературы рабочей учебной программы дисциплины. Там же приведены соответствующие гиперссылки.

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 3 час. практических занятий.

## **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.

## VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Паспорт ФОС

#### Индикаторы достижения освоения дисциплины

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				
Сбор и анализ детальной информации для формализации предметной области проекта и требований пользователей заказчика, интервьюирование ключевых сотрудников заказчика. Формирование и анализ требований к информатизации и автоматизации прикладных процессов, формализация предметной области проекта.	Прикладные и информационные процессы Информационные системы Информационные технологии	ПК-1. Способность создавать и сопровождать требования и технические задания на разработку, и модернизацию систем и подсистем малого и среднего масштаба и сложности	ПК-1.1. знает методы проведения обследования предприятия, сбора детальной информации о предприятии и ее структурирования ПК-1.2. умеет моделировать предметную область, используя современные формализмы, составлять технико-экономические обоснования проектных решений и технические задания на разработку информационной системы ПК-1-3.	ПС 06.022 Системный аналитик

<p>Моделирование прикладных и информационных процессов. Составление технико-экономического обоснования проектных решений и технического задания на разработку информационной системы. Проектирование информационных систем по видам обеспечения. Программирование приложений, создание прототипа информационной системы</p>			<p>владеет методами проектирования информационных систем по видам обеспечения, программирования приложений и создания прототипа информационной системы</p>	
---	--	--	--	--

### Формы оценивания на этапах формирования компетенций

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	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
2	Интернет клиенты и исследование рынка	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
3	Реклама в электронной коммерции	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-46	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	

4	Электронная коммерция B2B	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
5	Электронная коммерция для индустрии обслуживания	ПК-1 ПК-2	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
6	Электронные платежные системы	ПК-1	Знает	собеседование УО-1 реферат ПР-4	собеседование УО-1
			Умеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	
			Владеет	собеседование УО-1 реферат ПР-4	

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-1. Способность создавать и сопровождать требования и технические задания на разработку, и модернизацию систем и подсистем малого и среднего масштаба и сложности	ПК-1.1. знает	знает методы проведения обследования предприятия, сбора детальной информации о предприятии и ее структурирования	способен определить специфику различных специфических областей бизнес деятельности и методы сбора данных и структурирования данных о текущей деятельности предприятий	способен назвать отраслевые специфические особенности прикладных областей, профессионально осуществить сбор и структурирование данных обследования действующих предприятий
	ПК-1.2. умеет	умеет моделировать предметную область, используя современные формализмы, составлять технико-экономические обоснования проектных решений и технические задания на разработку информационной системы	способен применять методы стратегического планирования, проводить реинженеринг бизнес компаний, определять бизнес-требований к будущей информационной системе, используя подходы электронной коммерции	способен разработать требования к будущей информационной системе для предприятий различной отраслевой принадлежности, используя все потенциальные выгоды электронной коммерции
	ПК-1.3. владеет	владеет методами проектирования информационных систем по видам обеспечения, программирования приложений и создания прототипа информационной системы	способен проводить проектирование и реализацию видов обеспечения, в том числе и программных средств на основе подходов электронной коммерции	способен осуществить проектирование и реализацию информационной системы предприятия используя полностью потенциал возможностей электронной коммерции



## **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 дистрибьютором и E-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 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.

## **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 СА (центр сертификации)?
5. Опишите схемы безопасности, 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 гражданство?
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 зачете по дисциплине «Электронная коммерция»*

<b>Баллы</b> (рейтингов ой оценки)	<b>Оценка</b> <b>экзамена</b> (стандартная)	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
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 дистрибьютором и E-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 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.

## **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 СА (центр сертификации)?
5. Опишите схемы безопасности, принятые в SSL и SET
6. Опишите платёжников 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 трансляций.
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*

<b>Баллы</b> (рейтинговой)	<b>Оценка</b> экзамена	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
-------------------------------	---------------------------	---

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.
45-64	«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.

## **Практические занятия**

### *Вопросы для практических занятий*

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 дистрибьютором и E-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.
16. Опишите типичный профиль пользователей Интернет.
17. Перечислите типичные характеристики индивидуального регионального покупателя.
18. Опишите процесс принятия решений процесса покупки.
19. Объясните концепцию лояльности клиентов.
20. Опишите, в чем состоит доверие в электронной коммерции и как его можно увеличить.
21. Объясните, как колл-центр дополнен интернет-технологией.
22. Приведите типичные примеры интеллектуальных агентов для покупателей и их выгоды.
23. Определите сегментацию рынка, и приведите примеры.
24. Объясните цели исследования рынка.
25. Перечислите основные методы исследования рынка, основанные на Интернет.
26. Приведите пример онлайн-средства исследования рынка.
27. Дайте определение термину «Data Mining», и опишите его применение в исследовании рынка.
28. Опишите Интернет-рекламу.
29. Перечислите преимущества Интернет-рекламы.
30. Опишите banner (баннер).
31. Перечислите основные методы Интернет-рекламы.

32. Опишите роль интеллектуальных агентов в рекламе.
33. Перечислите преимущества электронных каталогов над бумажными каталогами.
34. Опишите технологию «push» и ее выгоды.
35. Перечислите основные показатели успеха рекламы (и основы для платежей)
36. Опишите архитектуру Meta-Mall (мета центра).
37. Как можно давать рекламу в режиме чата?
38. Почему технология «pull» является пассивной стратегией?
39. Откуда компания может получить список адресов электронной почты для рассылки рекламы?
40. Как мы можем избавиться от потока нежелательной электронной почты?
41. Что такое связанная стратегия показа рекламы?
42. Как можно продавать рекламу как товар?
43. Какова типичная модель индивидуальной стратегии рекламы?
44. Как можно использовать процесс сравнения продуктов как возможность рекламы?
45. Опишите отношения между участниками электронной коммерции B2B на участках управление цепочками поставок, управление закупками (материально-техническим снабжением), электронного маркетинга, интранет и экстранет.
46. Перечислите бизнес-модели электронной коммерции B2B.
47. Объясните, как электронная коммерция B2B может усилить процесс закупок.
48. Опишите, как компания Cisco преуспела в продажах ее продукции обеспечении сервиса своим клиентам.
49. Объясните, как General Electric провел реинженеринг процесса закупок.
50. Опишите, как Boeing осуществляет роль посредника между своими клиентами и поставщиками комплектующих.
51. Объясните, как FedEx обеспечивает требование быстрой доставки, используя Интернет.
52. Определите EDI (электронный взаимообмен данными).
53. Опишите преимущества EDI, основанного на Интернет, над традиционным EDI.
54. Объясните роль агентов в поиске и сравнении предметов, интересующих покупателей.

55. Объясните средства, требуемые для платформы электронной коммерции B2B.
56. Опишите различные перспективы решений B2B.
57. Дайте определение сервисам, основанным на агентах.
58. Дайте определение сервису fare tracker (отслеживатель тарифа (цены) сложного маршрута).
59. Перечислите основные сервисы электронных услуг для путешественников.
60. Перечислите ограничения онлайн-туристических услуг.
61. Назовите движущие силы электронного рынка трудоустройства.
62. Что является основными преимуществами электронного поиска работы для кандидатов? Для работодателя?
63. Перечислите основные выгоды онлайн-торговли.
64. Назовите основные возможности электронной оплаты счетов.
65. Назовите выгоды электронных аукционов для покупателей и продавцов.
66. Перечислите типы онлайн-публикаций.
67. Перечислите четыре требования безопасности для безопасных электронных платежей.
68. Опишите плюсы и минусы шифрования секретным ключом и шифрования с открытым ключом и их дополнительное использование.
69. Дайте определение цифровой подписи и цифровому конверту.
70. Что такое CA (центр сертификации)?
71. Опишите схемы безопасности, принятые в SSL и SET
72. Опишите платильщиков и процедуры системы электронных кредитных карт.
73. Опишите EFT и его отношение с дебетовыми картами.
74. Опишите различие между открытыми и закрытыми картами с сохраненной стоимостью.
75. Перечислите типы смарт карт в терминах требований контакта и внутренней памяти.
76. Определите концепцию микроплатежей и приведите примеры ее применения.
77. Определите E-cash и перечислите различные типы электронных денег.
78. Опишите систему электронных чеков и ее сходство с EFT и электронными кредитными картами.

*Критерии выставления оценки студенту на практических занятиях (семинарах) за реферат и его презентацию»*

<b>Оценка представления доклада и реферата</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и точно раскрыл выбранную тему, не допустил нарушений правил оформления письменных работ в реферате, полно и точно отразил смысл работы в материалах электронной презентации, логически стройно изложил его в своем докладе и правильно ответил на заданные вопросы во время презентации.
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал в рассматриваемой им области, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач и допусти незначительные недостатки в оформлении реферата, материалов презентации, в сообщении во время доклада.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет общие знания освоенного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении, испытывает затруднения в ответах на заданные вопросы.
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не освоил материал по выбранной им теме, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на поставленные вопросы, допустил значительные отклонения от требований правил оформления письменных и презентационных работ. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.