



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ИНСТИТУТ МАТЕМАТИКИ И КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

Бедрина С.Л.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий департаментом Информационных и компьютерных систем

Пустовалов Е.В.

« 10 » марта



2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Электронная коммерция

Направление подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

(Прикладная информатика в экономике)

Форма подготовки очная

курс 4 семестр 8
лекции 12 час.
практические занятия 00 час.
лабораторные работы 36 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0/пр. 0/лаб. час.
всего часов аудиторной нагрузки 48 час.
в том числе с использованием МАО час.
самостоятельная работа 96 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрен
зачет _ семестр
экзамен 8 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

Рабочая учебная программа обсуждена на заседании департамента информационных и компьютерных систем протокол № 7 от «25» февраля 2022 г.

Заведующий департаментом Информационных и компьютерных систем: д.ф.-м. н., доцент Пустовалов Е.В.

Составитель: заведующий кафедрой, к.т.н., Сухомлинов А.И.

Владивосток
2022

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)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

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

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

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

Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель:

Сформировать у студентов компетенции по представлению использования информационных и телекоммуникационных технологий в коммерческой деятельности, принципов создания, функционирования и поддержки веб-сайтов, обеспечения информационной безопасности и правового обеспечения в рамках проектов электронной коммерции

Задачи:

- формирование специалиста нового профиля, владеющего инструментарием электронной коммерции и особенностями работы на различных сегментах рынка;
- изучение технологических аспектов функционирования сети Интернет;
- получения базовых навыков по созданию, наполнению и поддержке информационных ресурсов в сети Интернет;
- ознакомление студентов с перспективами развития информационных и телекоммуникационных технологий и систем в электронной коммерции, их взаимосвязь со смежными областями;
- изучение теоретических основ и получение практических навыков информационного поиска в сети Интернет;
- получение представлений о функционировании современных корпоративных веб-приложений, используемых в системах электронной коммерции;
- изучение теоретических и практических основ обеспечения безопасного функционирования систем электронной коммерции.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- ОПК-2. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих профессиональных компетенции:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------	---	--

	тенции (результат освоения)	
производственно-технологический	ПК-4 Способен внедрять, настраивать, эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы	<p>ПК-4.1 Использует системы управления базами данных, сетевые технологии, информационные хранилища, инструментальные средства разработки и программно-технологические платформы информационных систем</p> <p>ПК-4.2 Инсталлирует программное обеспечение и осуществляет загрузку баз данных, разработку технической документации, оценивает архитектуру вычислительных систем, сетей и систем телекоммуникаций и их подсистем</p> <p>ПК-4.3 Осуществляет работу в современной программно-технической среде в различных операционных системах</p>
	ПК-5 Способен использовать информационные сервисы и международные информационные ресурсы для автоматизации прикладных и информационных процессов	<p>ПК-5.1 Определяет основные современные программно-технологические платформы и их поставщиков, сервисы и информационные ресурсы информационной системы</p> <p>ПК-5.2 Использует технологические платформы, сервисы и международные информационные ресурсы информационной системы</p> <p>ПК-5.3 Применяет международные стандарты и информационные ресурсы в информатизации предприятий и организаций для автоматизации прикладных и информационных процессов</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-4.1 Использует системы управления базами данных, сетевые технологии, ин-	Знает назначение и виды прикладных ИС, принципы работы технических устройств ИКТ, состав функциональных и обеспечивающих

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
формационные хранилища, инструментальные средства разработки и программно-технологические платформы информационных систем	подсистем ИС, системы управления БД и информационными хранилищами
	Умеет осуществлять установку и настройку системного и прикладного ПО, необходимого для функционирования ИС
	Владеет навыками интеграции ИС с существующими ИС у заказчика
ПК-4.2 Инсталлирует программное обеспечение и осуществляет загрузку баз данных, разработку технической документации, оценивает архитектуру вычислительных систем, сетей и систем телекоммуникаций и их подсистем	Знает правила и принципы настройка оборудования и программного обеспечения, необходимого для работы ИС
	Умеет проводить работы по инсталляции программного обеспечения ИС и загрузке баз данных; настраивать параметры ИС и тестировать результаты настройки; вести техническую документацию
	Владеет навыками выбора и оценки архитектуры вычислительных систем, сетей и систем телекоммуникаций и их подсистем
ПК-4.3 Осуществляет работу в современной программно-технической среде в различных операционных системах	Знает принципы и правила развертывания рабочих мест ИС
	Умеет использовать различные операционные системы и прикладное программное обеспечение для осуществления работы в современной программно-технической среде
	Владеет навыками проведения приемосдаточных испытаний (валидации) ИС
ПК-5.1 Определяет основные современные программно-технологические платформы и их поставщиков, сервисы и информационные ресурсы информационной системы	Знает рынок международных информационных ресурсов
	Умеет выявлять требования к типовой ИС
	Владеет навыками согласования и утверждения требований к типовой ИС
ПК-5.2 Использует технологические платформы, сервисы и международные информационные ресурсы информационной системы	Знает основные современные программно-технологические платформы и сервисы
	Уметь разрабатывать прототипы ИС на базе типовой ИС
	Владеть навыками проведения приемосдаточных работ и обучения пользователей работе с информационными сервисами
ПК-5.3 Применяет между-	Знает международные стандарты по информа-

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
народные стандарты и информационные ресурсы в информатизации предприятий и организаций для автоматизации прикладных и информационных процессов	тизации предприятий и организаций
	Умеет согласовать и утверждать требований к типовой ИС
	Владеет навыками управления ожиданиями заказчика

2. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц (144 академических часов).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Лаб	Лабораторные работы
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
1	Электронная коммерция	6	12	36	-	-	69	27	УО-1; ПР-6;
	Итого:		12	36		-	69	27	

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия (12 часов)

Тема 1. Основы электронной коммерции (1 час)

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 (1 час)

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 (1 час)

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 (1 час)

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 (1 час)

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.

Тема 7. Интранет и экстранет (1 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.

Тема 8. Электронные платежные системы (1 час)

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 (1 час)

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 (1 час)

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 (1 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 (1 час)

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

Лабораторные работы (36 часов)

Лабораторная работа № 1. Анализ программных средств электронной коммерции для онлайн-бизнеса (8 часов)

Цель работы: Приобретение компетенций анализа и выбора свободно распространяемого программного обеспечения систем электронной коммерции.

Используемые электронные источники информации:

A. <https://www.techjockey.com/blog/8-free-open-source-ecommerce-software>

B. <https://www.ecommerceceo.com/open-source-ecommerce/>

C. <https://www.fossmint.com/best-open-source-ecommerce-business-software/>

D. <https://blog.capterra.com/best-free-open-source-ecommerce-software-solutions/>

E. <https://ecommerce-platforms.com/ru/articles/open-source-ecommerce-platforms>

F. <https://uguide.ru/rejting-cms-dlja-internet-magazina-vybiraem-luchshij-dvizhok-dlja-onlajn-torgovli#top-10>

Лабораторная работа № 2. Создание сайта электронной коммерции в среде платформы Open Cart (10 часов)

Цель работы: ознакомиться с системами управления контентом (CMS) и движками Интернет-магазинов; создать собственный Интернет-магазин.

Лабораторная работа №3. Анализ требований интеграции системы электронной коммерции и системы управления предприятием (8 часов)

Цель работы: Приобретение компетенций разработки требований интеграции B2C бизнеса и информационной системы предприятия.

Лабораторная работа №4. Проектирование и реализация системы электронного бизнеса предприятия (10 часов)

Цель работы: Приобретение умений и навыков проектирования и реализации системы электронной коммерции предприятия

Требования: Перед каждой лабораторной работой обучающемуся необходимо самостоятельно изучить Методические указания по выполнению соответствующей лабораторной работы по дисциплине «Электронная коммерция».

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	1-5 неделя	Подготовка к лекциям и лабораторной работе 1	27	УО-1, ПР-4
2	6-9 неделя	Подготовка к лекциям и лабораторной работе 2	27	УО-1, ПР-4
3	10-13 неделя	Подготовка к лекциям и лабораторной работе 3	27	УО-1, ПР-4
4	14-18 неделя	Подготовка к лекциям и лабораторной работе 4.	27	УО-1, ПР-4
5	19 неделя	подготовка к экзамену	36	Экзамен
Итого			144 часа	

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Планирование и организация времени, отведенного на выполнение заданий самостоятельной работы.

Изучив график выполнения самостоятельных работ, следует правильно её организовать. Рекомендуется изучить структуру каждого задания, обратить внимание на график выполнения работ, отчетность по каждому заданию предоставляется в последнюю неделю согласно графику. Обратит внимание, что итоги самостоятельной работы влияют на окончательную оценку по итогам освоения учебной дисциплины.

Работа с литературой.

При выполнении ряда заданий требуется работать с литературой. Рекомендуется использовать различные возможности работы с литературой: фонды научной библиотеки ДВФУ (<http://www.dvfu.ru/library/>) и других ведущих вузов страны, а также доступных для использования научно-библиотечных систем.

В процессе выполнения самостоятельной работы, в том числе при написании эссе рекомендуется работать со следующими видами изданий:

а) Научные издания, предназначенные для научной работы и содержащие теоретические, экспериментальные сведения об исследованиях. Они могут публиковаться в форме: монографий, научных статей в журналах или в научных сборниках;

б) Учебная литература подразделяется на:

- учебные издания (учебники, учебные пособия, тексты лекций), в которых содержится наиболее полное системное изложение дисциплины или какого-то ее раздела;

- справочники, словари и энциклопедии – издания, содержащие краткие сведения научного или прикладного характера, не предназначенные для сплошного чтения. Их цель – возможность быстрого получения самых общих представлений о предмете.

Существуют два метода работы над источниками:

– сплошное чтение обязательно при изучении учебника, глав монографии или статьи, то есть того, что имеет учебное значение. Как правило, здесь требуется повторное чтение, для того чтобы понять написанное. Старайтесь при сплошном чтении не пропускать комментарии, сноски, справочные материалы, так как они предназначены для пояснений и помощи. Анализируйте рисунки (карты, диаграммы, графики), старайтесь понять, какие тенденции и закономерности они отражают;

– метод выборочного чтения дополняет сплошное чтение; он применяется для поисков дополнительных, уточняющих необходимых сведений в словарях, энциклопедиях, иных справочных изданиях. Этот метод крайне важен для повторения изученного и его закрепления, особенно при подготовке к зачету.

Для того чтобы каждый метод принес наибольший эффект, необходимо фиксировать все важные моменты, связанные с интересующей Вас темой.

Тезисы – это основные положения научного труда, статьи или другого произведения, а возможно, и устного выступления; они несут в себе большой объем информации, нежели план. Простые тезисы лаконичны по форме; сложные – помимо главной авторской мысли содержат краткое ее обоснование и доказательства, придающие тезисам более весомый и убедительный характер. Тезисы прочитанного позволяют глубже раскрыть его содержание; обучаясь излагать суть прочитанного в тезисной форме, вы сумеете выделять из множества мыслей авторов самые главные и ценные и делать обобщения.

Конспект – это способ самостоятельно изложить содержание книги или статьи в логической последовательности. Конспектируя какой-либо источник, надо стремиться к тому, чтобы немногими словами сказать о многом. В тексте конспекта желательно поместить не только выводы или положения, но и их аргументированные доказательства (факты, цифры, цитаты).

Писать конспект можно и по мере изучения произведения, например, если прорабатывается монография или несколько журнальных статей.

Составляя тезисы или конспект, всегда делайте ссылки на страницы, с которых вы взяли конспектируемое положение или факт, – это поможет вам сократить время на поиск нужного места в книге, если возникает потребность глубже разобраться с излагаемым вопросом или что-то уточнить при написании письменных работ.

Методические рекомендации по подготовке к выполнению лабора-

торной работы по дисциплине «Электронная коммерция» и критерии оценки.

От обучающегося требуется:

1. Свободно ориентироваться в теоретическом материале, закрепляемом данной лабораторной работой.

2. Знать порядок выполнения лабораторной работы.

Собеседование (устный опрос) позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки.

Опрос – важнейшее средство развития мышления и речи. Обучающая функция опроса состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке задания по самостоятельной работе.

Критерии оценки. Используется зачетная система. Во время опроса допускается не более 1-й ошибки.

Критерии оценки.

Оценка	Требования
«зачтено»	Студент владеет навыками по теме лабораторной работы, реферировать литературные источники; методами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Ответы характеризуются смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. Студент умеет обобщать фактический материал, делать самостоятельные выводы. Работа соответствует требованиям и выполнена в установленные сроки.
«не зачтено»	Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Студент не умеет обобщать фактический материал, делать самостоятельные выводы, не владеет навыком реферировать литературные источники.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Код индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства – наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1		ПК-1.1 Определяет методологии и методы формирования требований на этапах жизненного цикла разработки информационной системы предприятия/организации	Знает области применения электронной коммерции и их специфику	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	вопросы к экзамену
			Умеет правильно формировать требования бизнеса к электронной коммерции	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	
			Владеет методами анализа прикладной области к электронной коммерции	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	

	ПК-1.2 Моделирует область предприятия и его информационной системы, используя современные фреймворки архитектуры предприятия, методологии и методы моделирования, составляет технико-экономические обоснования и технические задания на разработку информационной системы предприятия и ее компонентов	Знает специфику малых, средних и больших предприятий и особенности программных средств электронной коммерции, применяемых в каждой из этих категорий предприятий	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	вопросы к экзамену
		Умеет структурировать требования к подсистемам электронной коммерции	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	
		Владеет методами интеграции коммерческих средств электронной коммерции с системами предприятий	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	
	ПК-1.3 Применяет средства CASE для моделирования компонентов архитектуры предприятия и обеспечивает их интероперабельность в ходе разработки	Знает методы моделирования данных и процессов.	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	вопросы к экзамену
		Умеет разрабатывать модели данных и процессов	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	
		Владеет средствами CASE для моделирования компонентов архитектуры предприятия	УО-1 собеседование / устный опрос, ПР-6 лабораторная работа	

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

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

1. 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»

2. 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>

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

4. 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»

5. 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>

6. 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»
7. 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»
8. 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»
9. 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>
10. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. -М.: Альпина Бизнес, Букс, 2015.
11. 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>
12. 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.
13. 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>
14. 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»

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

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

Планирование и организация времени, отведенного на изучение дисциплины. Приступить к освоению дисциплины следует незамедлительно в самом начале учебного семестра. Рекомендуется изучить структуру и основные положения Рабочей программы дисциплины. Обратите внимание, что кроме аудиторной работы (лекции, лабораторные занятия) планируется самостоятельная работа, итоги которой влияют на окончательную оценку по итогам освоения учебной дисциплины. Все задания (аудиторные и самостоятельные) необходимо выполнять и предоставлять на оценку в соответствии с графиком.

В процессе изучения материалов учебного курса предлагаются следующие формы работ: чтение лекций, лабораторные занятия, задания для самостоятельной работы.

Лекционные занятия ориентированы на освещение вводных тем в каждый раздел курса и призваны ориентировать студентов в предлагаемом материале, заложить научные и методологические основы для дальнейшей самостоятельной работы студентов.

Лабораторные занятия акцентированы на наиболее принципиальных и проблемных вопросах курса и призваны стимулировать выработку практических умений.

Особо значимой для профессиональной подготовки студентов является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Студентам необходимо ознакомиться с основными источниками, без которых невозможно полноценное понимание проблематики курса.

Освоение курса способствует развитию навыков обоснованных и самостоятельных оценок фактов и концепций. Поэтому во всех формах контроля знаний, особенно при сдаче зачета, внимание обращается на понимание проблематики курса, на умение практически применять знания и делать выводы.

Работа с литературой. Рекомендуется использовать различные возможности работы с литературой: фонды научной библиотеки ДВФУ и электронные библиотеки (<http://www.dvfu.ru/library/>), а также доступные для использования другие научно-библиотечные системы.

Подготовка к экзамену. К сдаче экзамена допускаются обучающиеся, выполнившие все задания (лабораторные, самостоятельные), предусмотренные учебной программой дисциплины, посетившие не менее 85% аудиторных 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

Для дисциплины «Электронная коммерция» используются следующие оценочные средства:

Устный опрос:

1. Собеседование (УО-1)

Письменные работы:

1. Лабораторная работа (ПР-6)

Устный опрос

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки.

Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту.

Собеседование (УО-1) – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Письменные работы

Письменный ответ приучает к точности, лаконичности, связности изложения мысли. Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе.

Лабораторная работа (ПР-6) – средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине Электронная коммерция проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Форма отчётности по дисциплине – экзамен (6-й, весенний семестр). Экзамен по дисциплине включает ответы на 2 вопроса. Один из вопросов носит прикладной характер. Он направлен на раскрытие студентом знаний требований бизнес деятельности к системам электронной коммерции. Второй вопрос касается системных требований к электронной коммерции и их интеграции с информационными системами предприятий.

Методические указания по сдаче экзамена

Экзамен принимается ведущим преподавателем. При большом количестве групп у одного преподавателя или при большой численности потока по распоряжению заведующего кафедрой (заместителя директора по учебной и воспитательной работе) допускается привлечение в помощь ведущему преподавателю других преподавателей. В первую очередь привлекаются преподаватели, которые проводили лабораторные занятия по дисциплине в группах.

В исключительных случаях, по согласованию с заместителем директора Школы по учебной и воспитательной работе, заведующий кафедрой имеет право принять экзамен в отсутствие ведущего преподавателя.

Форма проведения экзамена (устная, письменная и др.) утверждается на заседании кафедры по согласованию с руководителем в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Во время проведения экзамена студенты могут пользоваться рабочей программой дисциплины, а также с разрешения преподавателя, проводящего зачет, справочной литературой и другими пособиями (учебниками, учебными пособиями, рекомендованной литературой и т.п.).

Время, предоставляемое студенту на подготовку к ответу на зачете, должно составлять не более 20 минут. По истечении данного времени студент должен быть готов к ответу.

Присутствие на зачете посторонних лиц (кроме лиц, осуществляющих проверку) без разрешения соответствующих лиц (ректора либо проректора по учебной и воспитательной работе, директора Школы, руководителя ОПОП или заведующего кафедрой), не допускается. Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, не имеющие возможности самостоятельного передвижения, допускаются зачет с сопровождающими.

При промежуточной аттестации обучающимся устанавливается оценка «отлично»/ «хорошо»/ «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

В зачетную книжку студента запись «неудовлетворительно» вносится только в экзаменационную ведомость. При неявке студента на зачет в ведомости делается запись «не явился».

Вопросы к экзамену

Тема 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 схемы, принятые в SSL и SET
6. Опишите платательщиков 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 экзамене

К экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие программу обучения по дисциплине, прошедшие все этапы текущей аттестации.

Оценка	Требования к сформированным компетенциям
--------	--

«отлично»	Студент показал развернутый ответ, представляющий собой связное, логическое, последовательное раскрытие поставленного вопроса, широкое знание литературы. Студент показал понимание материала, обоснованность суждений, способность применить полученные знания на практике. Допускаются некоторые неточности в ответе, которые студент исправляет самостоятельно.
«хорошо»	Студент показал развернутый ответ, представляющий собой связное, логическое, последовательное раскрытие поставленного вопроса, есть неточности в ответе, которые студент не может исправить самостоятельно.
«удовлетворительно»	Студент показал понимание материала, обоснованность суждений, способность применить полученные знания на практике. Не может дать развернутого ответа. Есть неточности в ответе, которые студент не может исправить самостоятельно
«не удовлетворительно»	Преподаватель обнаруживает незнание большей части проблем, связанных с изучением вопроса, допускает ошибки в ответе, искажает смысл текста, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Данная оценка характеризует недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешной профессиональной и научной деятельности.

Оценочные средства для текущей аттестации

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

Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий (собеседования, лабораторных работ) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина(активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Составляется календарный план контрольных мероприятий по дисциплине. Оценка посещаемости, активности обучающихся на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий ведётся на основе журнала, который ведёт преподаватель в течение учебного семестра.

Вопросы для собеседования / устного опроса

Раздел 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.

Раздел 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 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.

Раздел 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.

Раздел 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?

Раздел 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.

Раздел 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.

Раздел 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.

Раздел 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 плателльщиков 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.

Раздел 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.

Раздел 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

Раздел 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?

Раздел 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 оценивания

Оценка	Требования
«зачтено»	Студент показал развернутый ответ на вопрос, знание литературы, обнаружил понимание материала, обоснованность суждений, неточности в ответе исправляет самостоятельно.
«не зачтено»	Студент обнаруживает незнание вопроса, неуверенно излагает ответ.

Тематика лабораторных работ

1. Анализ программных средств электронной коммерции для онлайн-бизнеса
2. Создание сайта электронной коммерции в среде платформы Open Cart
3. Анализ требований интеграции системы электронной коммерции и системы управления предприятием
4. Проектирование и реализация системы электронного бизнеса предприятия

Критерии оценки лабораторных работ

Оценка	Требования
«зачтено»	Студент выполняет лабораторную работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности проведения измерений, правильно самостоятельно определяет цель работы; самостоятельно, рационально выбирает необходимое оборудование для получения наиболее точных результатов проводимой работы. Грамотно и логично.

	<p>но описывает ход работы, правильно формулирует выводы, точно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления и т.п., умеет обобщать фактический материал. Допускается два/три недочёта или одна негрубая ошибка и один недочёт. Работа соответствует требованиям и выполнена в срок.</p>
<i>«не зачтено»</i>	<p>Студент выполнил работу не полностью, объём выполненной части не позволяет сделать правильные выводы; не определяет самостоятельно цель работы; в ходе работы допускает одну и более грубые ошибки, которые не может исправить, или неверно производит наблюдения, измерения, вычисления и т.п.; не умеет обобщать фактический материал. Лабораторная работа не выполнена.</p>