



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
маркетинга, коммерции и логистики

Т.А. Никулина
(подпись)
«17» июня 2019 г.

И.М. Романова
(подпись)
«17» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ИСЦИПЛИНЫ

Электронная коммерция

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Образовательная программа «Торговое дело»
Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7
лекции 36 час.
практические занятия 36 час
лабораторные работы не предусмотрены
в том числе с использованием МАО лек. _____/пр. _____/лаб. _____ час.
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.
в том числе с использованием МАО _____ час.
самостоятельная работа 72 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект _ не предусмотрен
зачет _____ не предусмотрен
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 04.04.2016 г. № 12-13-592.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга, коммерции и логистики протокол №6 от «17» июня 2019 г.
Заведующий кафедрой д.э.н., профессор Романова И.М.
Составители: к.э.н., доцент Е.Б. Кметь, к.э.н., доцент Виничук О.Ю.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « » 2020 г.

Заведующий кафедрой _____ И.М. Романова
(подпись)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « » июня 20 г. №

Заведующий кафедрой _____ И.М. Романова
(подпись)

ABSTRACT

Bachelor's degree in 38.03.01 Economy, Trading business

Educational program: "Trading Business"

Course title: Electronic commerce

Variable part of Block, 4 credits.

Instructor: Kmet E.B., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Vinichuk O.Y. Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

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

know:

- Basic concepts in the field of marketing basics;
- Concepts in the field of innovative marketing;
- Mathematical methods of modeling;
- Computer technologies and the main directions of their use in professional activities;
- Psychological properties of the individual and their role in professional activities;

be able to:

- Apply mathematical methods in modeling marketing activities;
- To use knowledge of psychology and ethics in professional activity;
- to *apply computer technologies in professional work at the advanced level;*

own:

methods of mathematical modeling;

- Skills to practically apply knowledge about mental processes and states in professional activity;
- Computer technologies as a confident user.

Learning outcomes:

- the ability to analyze and interpret financial, accounting and other information contained in the statements of enterprises of various forms of ownership, organizations, departments, etc., and use the information to make management decisions (PC-5)

Course description:

The mechanism of regulation of commercial activities in the market. The concept of commercial information and trade secrets. The function of trademarks in commercial work. Status, structure and features of consumer market development and trade. Organizational and legal forms of functioning of commercial enterprises. Network systems in trade and development prospects in Russia. The concept of retail trade. Types of retail trade enterprises and their particular organizations. The formats of retail trade enterprises. The value of wholesale trade in the distribution of the mass of commodities. Organized by the wholesale market and its place in bringing the goods to the consumer. System performance analysis of the efficiency of commercial activities of commercial enterprise.

The essence of the Internet and the landscape of the Russian Internet; The levels of enterprise representation in the Internet and the national payment system; Internet Sales Technologies; Traditional payment systems based on bank cards, types of cards; Internet banking; Basic concepts of cryptography, security and reliability of payment technologies functioning; Typology of electronic payment systems on the Internet, electronic money and mobile payments.

Main course literature:

1. Dashkov, LP Organization and management of commercial activities: Textbook / Dashkov LP, Pambukhchiyants OV, - 2nd ed., Revised. and add. - Moscow: Dashkov i K, 2018 - 400 p.: - (Educational publications for bachelors) Text: electronic. - Access : <https://znanium.com/catalog/product/329767>

2. Pambuhchchuyants OV Fundamentals of commercial activity [Electronic resource]: Textbook / OV Pambukhchuyants. - Moscow: Dashkov and K, 2017. - 284 p. (rus). Access: <http://znanium.com/bookread2.php?book=450757>

3. Bystrenina, I. E. Jelektronnaja kommercija [Electronic commerce]. - Jelektronnaja kommercija [Electronic commerce]. - Moscow: Dashkov and K*, 2019.- 90 p. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081831>

4. Kobelev O.A. Jelektronnaja komercija [Electronic commerce]. - Moscow: Dashkov and K*, 2020. - 682 p. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093667>

5. Lapidus, L. V. Cifrovaya ekonomika: upravlenie elektronnyh biznesom i elektronnoj komerciej [Digital Economy: E-Business and E-Commerce]. - Moscow: INFRA-M, 2018 . - 479 p. (Higher education: Bachelor's degree).- URL: <https://znanium.com/catalog/product/947029>

6. Markova, V. D. Cifrovaya ekonomika: uchebnik [Digital Economy: Textbook]. - Moscow: INFRA-M, 2018. — 186 p. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959818>

Form of final knowledge control: exam.

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Электронная коммерция»

Учебный курс «Электронная коммерция» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика, программа «Торговое дело».

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (72 часа, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Электронная коммерция» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Управление продажами», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг», «Маркетинговые коммуникации», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Цифровой маркетинг» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинг по сферам применения», «Брэнддинг», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов:

- сущность и значение коммерческой деятельности, функции, элементы и процессы коммерческой деятельности. Особенности построения и содержания курса определены использованием системного подхода в организации коммерческой деятельности предприятия и механизмам ее регулирования в условиях рынка;

- современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники, сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки, электронная коммерция, содержание и типология электронных платежных систем.

Цель

- формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для углубленного понимания особенностей организации основных процессов коммерческой деятельности;
- формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления электронной торговли в Internet и особенностях функционирования российского рынка электронной торговли и электронных платежных систем.

Задачи:

- изучить требования нормативной документации по организации коммерческих операций в зависимости от внутренних и внешних факторов деятельности предприятия;
- сформировать умение выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры;
- рассмотреть сущность Интернет, принципы функционирования, ландшафт российского Интернета и в разрезе отдельных стран, устройство и основных игроков;
- уточнить ключевые понятия в данной предметной области и правовое регулирование электронной коммерции;
- рассмотреть сущность национальной платежной системы применительно к электронному бизнесу;
- рассмотреть структуру традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников;
- познакомить с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем;
- рассмотреть типологию платежных систем, функционирующих в Internet и типологию мобильной коммерции;
- оценить уровень освоения Internet-банкинга на национальном и регионально рынках.

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

знать:

- основные понятия в области основ маркетинга и коммерции;
- понятия в области инновационного маркетинга;
- математические методы моделирования;
- компьютерные технологии и основные направления их использования в профессиональной деятельности;
- психологические свойства личности и их роль в профессиональной деятельности;

уметь:

- применять математические методы в моделировании маркетинговой деятельности;
- использовать знания психологии и этики в профессиональной деятельности;
- применять компьютерные технологии в профессиональной деятельности на продвинутом уровне;

владеть:

- методами математического моделирования;
- умениями практически применять знания о психических процессах и состояниях в профессиональной деятельности;
- компьютерными технологиями в качестве уверенного пользователя.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию,	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую деятельность предприятия; - отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных договоров; - основные принципы функционирования Internet,

<p>содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p>		<p>структуру и специфические черты Рунета, систему адресации Интернет, содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet;</p> <ul style="list-style-type: none"> - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции, формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами, уровни представленности предприятий в Интернет, эволюцию моделей комплекса маркетинга, основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования, принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции, основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников, классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет, модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей, модель дистанционного банковского обслуживания, виды систем удаленного управления счетами;
	<p>Умеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство; - анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения для принятия коммерческих решений; - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели), исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки, идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга, анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны, анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке, анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	<p>Владеет</p>	<ul style="list-style-type: none"> - методами анализа требований нормативных документов в коммерческой деятельности предприятия; - методами оценки информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений; - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны, навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны; - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе, навыками

	<p>разработки модели веб-маркетинга предприятия, умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;</p> <p>- навыками управления безопасностью платежей на сайте компании, навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт, навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга, умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей.</p>
--	--

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

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Теоретическая часть курса включает два модуля.

Модуль «Коммерческая деятельность»

Тема 1. Понятие коммерческой деятельности предприятия и ее законодательное регулирование (4 час.)

Значение, функции и элементы коммерческой деятельности. Системный подход к организации коммерческой деятельности предприятия. Механизмы регулирования коммерческой деятельности в условиях рынка (правовое регулирование, спекуляция и конкуренция). Понятие коммерческой информации и коммерческой тайны в организации коммерческой деятельности предприятия. Законодательное регулирование и обеспечение защиты коммерческой тайны. Организационно-правовые формы функционирования торговых предприятий. Законодательное регулирование процесса создания и ликвидации предприятия.

Тема 2. Организация закупочной деятельности предприятия (4 час.)

Роль и значение закупочной деятельности в системе коммерческой деятельности предприятия. Характеристика основных этапов программы закупки предприятия (методы определения объема закупаемого товара,

методы выбора поставщика, методы определения потребности в закупаемых товарах, методы поставки товаров). Формы и системы материально – технического обеспечения. Методы определения эффективности закупочной деятельности предприятия.

Тема 3. Организация сбытовой деятельности предприятия (2 час.)

Особенности разработки программы сбыта производственного предприятия. Особенности сбытовой программы посредника (оптового, розничного). Оценка эффективности канала сбыта предприятия. Структура отдела сбыта предприятия и методы оценки эффективности его работы. Стратегии сбыта в канале распределения продукции (вталкивания, втягивания).

Тема 4. Организация договорной деятельности предприятия (4 час.)

Сущность договора в гражданско-правовом российском законодательстве. Договор купли – продажи: виды, существенные условия, заключение, исполнение и расторжение. Способы обеспечения обязательств по договору (характеристика всех видов).

Тема 5. Организация коммерческой деятельности розничных и оптовых предприятий (4 час.)

Понятие розничной торговли, виды розничных торговых предприятий (форматы) и особенности их организаций (специализация, типизация). Оценка эффективности торгово-технологических процессов магазина. Определение условий эффективности коммерческой деятельности розничного торгового предприятия (принцип размещения, тип продаж, планировка торгового зала, организация технологических процессов по приёму, хранению и выкладке товаров в торговом зале, работа с покупателями).

Виды оптовых предприятий, организация коммерческих процессов оптового предприятия (особенности закупки, хранения и продажи товаров на рынке B2B).

Планирование продаж торгового предприятия (разработка плана и бюджета продаж). Планирование потребности в материально-технических ресурсах. Методы оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия.

Модуль «Электронная коммерция» (18 час.)

Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (3 час.).

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

Современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet.

Тема 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (3 час.)

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

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

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

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

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

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

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

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

Тема 4. Internet-банкинг (3 час.)

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

Тема 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (3 час.)

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

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

Тема 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи (3 час.)

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

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

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

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (36 час.)

Модуль «Коммерческая деятельность» (18 час.)

Занятие 1. Понятие коммерческой деятельности. Правовое регулирование коммерческих операций и сделок. Государственный контроль в сфере коммерции (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – выполнение индивидуального проектного задания (2 час.)

1. Подготовка докладов – презентаций по теме
2. Выполнение индивидуального проектного задания (характеристика элементов коммерческой деятельности конкретного предприятия, особенности отраслевого законодательного регулирования)
3. Выполнение индивидуального проектного задания (коммерческая информация и способы защиты коммерческой тайны на предприятии)

Занятие 2. Субъекты коммерческой деятельности (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – выполнение

индивидуального проектного задания (2 час.)

1. Подготовка документов для регистрации и открытия коммерческих предприятий в различных ОПФ

2. Подготовка докладов – презентаций по теме

3. Выполнение индивидуальных проектных заданий (оформление пакета документов по регистрации предприятия, составление технологических карт создания и ликвидации предприятия)

4. Тест

Занятие 3. Организация закупочной деятельности предприятия (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – выполнение индивидуального проектного задания, решение ситуационного задания (2 час.)

1. Подготовка докладов – презентаций по теме

2. Выполнение индивидуального проектного задания (основные методы закупочной деятельности конкретного предприятия)

3. Решение ситуационного задания по выбору поставщика и заполнению договора поставки. Материально-техническое обеспечение предприятия: определение потребности в материально-технических ресурсах, поиск и покупка ресурсов, организация доставки, хранения и выдачи потребителям.

4. Тест

Занятие 4. Организация сбытовой деятельности предприятия (2 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – выполнение индивидуального проектного задания (2 час.)

1. Подготовка докладов – презентаций по теме

2. Выполнение индивидуальных проектных заданий (формирование программы сбыта предприятия и оценка ее эффективности)

3. Решение кейс-задачи

4. Тест

Занятие 5. Организация договорной деятельности предприятия (4 час.)

Метод активного / интерактивного обучения – выполнение индивидуального проектного задания (2 час.)

1. Подготовка докладов – презентаций по теме
2. Выполнение индивидуальных заданий (заполнение 4 форм договоров купли – продажи, нормативно-правовое решение проблем по нарушению условий договора)

Занятие 6. Организация коммерческой деятельности розничных и оптовых предприятий (4 час.)

1. Подготовка докладов – презентаций по теме
2. Кейс – задача по организации торгово-технологических процессов магазина
3. Тест

Модуль «Электронная коммерция» (18 час.)

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (3 час.)

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

Занятие 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (3 час.)

1. Тест

2. Кейс-задача 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации.

3. Кейс-задача 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна... республика Корея, Япония, Бразилия и ...).

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

1. Тест

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

Занятие 4. Internet-банкинг (3 час.)

1. Тест

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

Занятие 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (3 час.)

1. Тест

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

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

1. Тест

2. Кейс-задача 6. Электронная платежная система (национальная или международная...)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

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

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Модуль «Коммерческая деятельность»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Тема 1. Понятие коммерческой деятельности предприятия и ее законодательное регулирование Тема 2. Организация закупочной деятельности предприятия Тема 3. Организация сбытовой деятельности предприятия Тема 4. Организация договорной деятельности предприятия Тема 5. Организация коммерческой деятельности розничных и оптовых предприятий	ПК -5	-действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую деятельность предприятия; -отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных договоров	Дискуссия (УО-4) Коллоквиум (УО-2)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-36
			-пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство; - анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения	Тест (ПР-1) Проект (ПР-9)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-36

			для принятия коммерческих решений		
			- методами анализа требований нормативных документов коммерческой деятельности предприятия; - методами оценки эффективности информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Проект (ПР-9) Дискуссия Тест (ПР -1)	Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-36

Модуль «Электронная коммерция»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			Текущий контроль	Промежуточный контроль	
1	Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны 	Тест 1 (ПР-4) Кейс-задачи 1.1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (1-6)
2	Тема 2. Уровни представленности	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности 	Тест 2 (ПР-4) Кейс-задачи	Вопросы к экзамену (7-

	предприятия в Internet и национальная платежная система		<p>предприятий в Интернет</p> <ul style="list-style-type: none"> - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе 	2.1, 2.2 (ПР-11)	11)
3	Тема 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок карточных продуктов страны <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт 	Тест 3 (ПР-4) Кейс-задача 3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (12-13, 15-20)
4	Тема 4. Internet-банкинг	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - модель дистанционного банковского обслуживания - виды систем удаленного управления счетами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга 	Тест 4 (ПР-4) Кейс-задача 4 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (11, 12)
5	Тема 5. Основные понятия криптографии,	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы шифрования - принципы работы электронной 	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача	Вопросы к экзамену (23-25)

	безопасность и надежность функционирования платежных технологий		цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции <i>умеет:</i> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина <i>владеет:</i> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании	5 (ПР-11)	
6	Тема 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-5	<i>знает:</i> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей <i>умеет:</i> - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке <i>владеет:</i> - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задача 6 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (26, 30, 19-21)

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

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

Модуль «Коммерческая деятельность»

1. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд.,

перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2018. - 400 с.: - (Учебные издания для бакалавров) Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/329767>

2. Диянова, С. Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебное пособие / С. Н. Диянова, Н. И. Денисова. — Москва : Магистр : ИНФРАМ, 2020. — 384 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1067398>

3. Петров, А. М. Договоры коммерческой деятельности: Практическое пособие/А.М.Петров - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 396 с. - Режим доступа:<https://znanium.com/catalog/product/101505>,
<http://znanium.com/bookread2.php?book=507956>

4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф.Г., - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2017. - 500 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/317391>

Модуль «Электронная коммерция»

5. Быстренина, И. Е. Электронная коммерция : учебное пособие / И. Е. Быстренина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2019. - 90 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081831>

6. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — М. : Дашков и К°, 2020. — 682 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093667>

7. Лapidус, Л. В. / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/947029>

8. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959818>

Дополнительная литература
(печатные и электронные издания)

Модуль «Коммерческая деятельность»

1. Баженов Ю.К. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: Учебное пособие/Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: - (Высшее образование) - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502697>

9. Боровинский Д. В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов) [Электронный ресурс] : монография / Д. В. Боровинский, В. В. Куимов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. – 172 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=507439> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/507439>

10. Гуняков Д. Ю. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности/ Гуняков Ю.В., Гуняков Д.Ю. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 160 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/550323>

11. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 224 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=398696>

12. Маклаков Г.В. Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 232 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/557756>

13. Минько Э. В. Основы коммерции [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Э. В. Минько, А. Э. Минько. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 512 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377001>

14. Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484736>

15. Основы предпринимательской деятельности: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 313 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411733>

16. Основы предпринимательской деятельности: Учебное пособие / Т.М. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 272 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400632>

17. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: Учебное пособие / А.И. Тыщенко. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 216 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=363700>

Модуль «Электронная коммерция»

18. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина : пособие / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. - 332 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091107>

19. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003504>

20. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин, Т. В. Панкина. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044009>

21. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 352 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Федеральная служба государственной статистики. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

2. Электронно-библиотечная система «Лань» Режим доступа:
<http://e.lanbook.com>
3. Электронно-библиотечная система «Научно-издательского центра ИНФРА-М» Режим доступа: <http://znanium.com>
4. Электронно-библиотечная система БиблиоТех. Режим доступа:
<http://www.bibliotech.ru>
5. Электронный каталог научной библиотеки ДВФУ Режим доступа:
<http://ini-fb.dvgu.ru:8000/cgi-bin/gw/chameleon>
6. Научная библиотека КиберЛенинка: Режим доступа:
<http://cyberleninka.ru/>
7. <http://www.akit.ru/> Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)
8. <http://www.a-ib.ru> - Сайт ассоциации «Интернет и бизнес»
9. <http://www.webmoney.ru/>- WebMoney Transfer — международная система расчетов и среда для ведения бизнеса в сети
10. <http://money.yandex.ru> – электронная платежная система ЯндексДеньги
11. <https://rbkmoney.ru> – электронная платежная система RBK Money
12. <http://www.cyberplat.ru> – электронная платежная система CyberPlat «КиберПлат»
13. <https://www.paypal.com> – электронная платежная система PayPal

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Освоение курса дисциплины «Электронная коммерция» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами

лекций, подготовкой и выполнением всех практических заданий и тестов, выполнением всех видов самостоятельной работы.

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

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

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

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

Критерии оценки по дисциплине «Электронная коммерция» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

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

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

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

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

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

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

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

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

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

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Сценарий изучения дисциплины предполагает:

- посещение аудиторных занятий;
- самостоятельное углубленное изучение теоретических тем курса по источникам, представленным в списке учебной литературы;
- самостоятельной выполнение ситуационных заданий в форме кейс-задач, презентацию результатов и участие в коллективном обсуждении на практических занятиях;
- прохождение тестирования по темам курса на практических занятиях;
- составление майнд-карты, ее презентация на практическом занятии и коллективное обсуждение.

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

По каждой теме дисциплины «Электронная коммерция» предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельная работа студента. Время, на изучение дисциплины и планирование объема времени на самостоятельную работу студента отводится согласно рабочему учебному плану данного направления подготовки. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как, выполнение кейс-задач.

Для сокращения затрат времени на изучение дисциплины в первую очередь, необходимо своевременно выяснить, какой объем информации следует усвоить, какие умения приобрести для успешного освоения дисциплины, какие задания выполнить для того, чтобы получить достойную

оценку. Сведения об этом (списки рекомендуемой и дополнительной литературы, темы практических занятий, тестовые задания, а также другие необходимые материалы) имеются в разработанной рабочей программе дисциплины.

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

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

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

работы. Для этого необходимо изучать и самостоятельно анализировать статьи периодических изданий и Интернет-ресурсы.

Работу по конспектированию дополнительной литературы следует выполнять, предварительно изучив планы практических занятий. В этом случае ничего не будет упущено и студенту не придется возвращаться к знакомству с источником повторно. Правильная организация работы, чему должны способствовать данные выше рекомендации, позволит студенту своевременно выполнить все задания, получить достойную оценку и избежать, таким образом, необходимости тратить время на переподготовку и передачу предмета.

Подготовленный студент легко следит за мыслью преподавателя, что позволяет быстрее запоминать новые понятия, сущность которых выявляется в контексте лекции. Повторение материала облегчает в дальнейшем подготовку к экзамену.

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

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

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

**Описание последовательности действий обучающихся, или
алгоритм изучения дисциплины**

Учебный процесс студента по дисциплине «Электронная коммерция» сводится в последовательном изучении тем аудиторных занятий: лекционных и практических. На основе лекционных занятий, студент переходит к выполнению практических. Освоение дисциплины «Электронная коммерция» включает несколько составных элементов учебной деятельности.

1. Внимательное чтение рабочей программы учебной дисциплины (помогает целостно увидеть структуру изучаемых вопросов).

2. Изучение методических рекомендаций по самостоятельной работе студентов.

3. Важнейшей составной частью освоения дисциплины является посещение лекций (обязательное) и их конспектирование. Глубокому освоению лекционного материала способствует предварительная подготовка, включающая чтение предыдущей лекции, работу с основной и дополнительной литературой.

4. Регулярная подготовка к практическим занятиям, предполагающая выполнение кейс-задач, и активная работа на занятиях, включающая:

- изучение материала по теме занятия;
- поиск и сбор первичной и вторичной информации по заявленной проблеме в рамках ситуационных заданий к практическим занятиям и подготовка отчета по результатам самостоятельно проведенных исследований в форме презентации (файл с расширением .ppt);
- защита ситуационного задания на практическом занятии с демонстрацией отчета или презентации, ответы на вопросы, обсуждение.

5. Подготовка к устным опросам.

6. Самостоятельная проработка тем, не излагаемых на лекциях.

7. Подготовка к экзамену (в течение семестра), повторение материала всего курса дисциплины «Электронная коммерция».

При непосещении студентом определенных занятий, по уважительной причине, студентом отрабатывается материал на занятиях, при этом баллы за

данное занятие не снижаются. Если уважительность пропущенного занятия студентом документально не подтверждается, то баллы по успеваемости снижаются. В целях уточнения материала по определенной теме студент может посетить часы консультации преподавателя. По окончании курса студент проходит промежуточный контроль знаний по данной дисциплине в форме экзамена.

Рекомендации по использованию материалов учебно-методического комплекса

Все материалы учебно-методического комплекса по дисциплине «Электронная коммерция» в печатном виде хранятся на кафедре маркетинга, коммерции и логистики.

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

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

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

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

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

Рекомендации по работе с литературой

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

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

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

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

- кратко основные идеи автора (фокус исследования);

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

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

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

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

- Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

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

Рекомендации по подготовке к экзамену

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

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

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

промежуточная аттестация осуществляется на основании рейтинга за семестр

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

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

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

3) При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы. При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня.

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

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
690922, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, корпус G, каб. G208, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	90 посадочных мест, автоматизированное рабочее место преподавателя, переносная магнитно-маркерная доска, WI-FI Ноутбук Acer ExtensaE2511-30BO Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron.



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

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине «Электронная коммерция»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Программа «Торговое дело»**

Форма подготовки очная

**Владивосток
2020**

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

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение, час	Форма контроля
Модуль «Коммерческая деятельность»				
1	4 неделя	Составление майнд-карты по теме проектной работы	7,5	Майнд-карта
2	1-6 неделя	Написание реферата	5	Защита реферата
3	В течении 1-8 недели	Подготовка к практическим занятиям, выполнение индивидуального домашнего задания (ИДЗ); индивидуальная работа с литературой, конспектами лекций	10	Контрольная работа, ИДЗ
Модуль «Электронная коммерция»				
1	10-11 недели	Подготовка кейс-задач: 1.1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции 1.2. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран. 1.3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.	2,5	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
2	11-12 недели	Подготовка кейс-задач: 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации. 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна... республика Корея, Япония, Бразилия и ...).	4	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
3	13-14 недели	Подготовка кейс-задач:	4	– Подготовка проекта в

		3. Международные карточные платежные системы и их представленность в России		форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
4	14-15 неделя	Подготовка кейс-задач: 4 Основные тенденции развития рынка услуг Internet-банкинга Приморского края (или России).	4	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии -Тестирование
5	16-17 недели	Подготовка кейс-задач: 5.Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей	4	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
6	17-18 недели	Подготовка кейс-задач: 6. Электронная платежная система (национальная или международная...)	4	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
	18 неделя	Подготовка к экзамену	27	Собеседование
		Всего	72	

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Задания для самостоятельного выполнения:

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

Методические рекомендации по выполнению проекта в рамках ситуационных заданий в форме кейс-задач (МАО)

Методы активного обучения (МАО) составляют 18 часов и включают выполнение ситуационного задания (проекта) в форме кейс-задач. Кейс-задача представляет собой проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы,

и предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентации по результатам исследования.

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

Кейс-задачи предполагают самостоятельные исследования под конкретную поставленную задачу и подготовку презентаций по результатам исследования. Кейс-задачи представляют собой *ситуационные задания*, выполняемые индивидуально или группой студентов - временным творческим коллективом в составе нескольких студентов (2-3 человека).

Самостоятельная работа бакалавров предполагает:

1. Изучение материала по теме занятия и подготовка к практическому занятию.

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

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

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

Методические указания по построению майнд-карт

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

Этапы выполнения задания:

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

2. Исполнитель самостоятельно изучает правила составления майнд-карт и разрабатывает майн-карту, используя программный продукт или отцифровав цветной рисунок, созданный на формате бумаги А1-А4. В качестве объектов майнд-карт выступают уровни и разделы (предметные области) заявленной для исследования темы, выбранные для поиска в отечественных и иностранных базах данных научного цитирования: РИНЦ (<http://elibrary.ru>), Scopus (<http://www.sciencedirect.com>), Web of Knowledge. Майнд-карта составляется на русском и английском языках.

3. Составляется список ключевых слов (на двух языках)

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

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

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

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

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

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

Определение и направления использования

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

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

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

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

Темы майнд-карт по дисциплине «Электронная коммерция»:

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

2. Платежные шлюзы в Интернет
3. Мобильная коммерция (m-commerce), сущность, направления и классификации
4. Мобильные платежи и системы мобильных платежей (мобильные деньги), классификации
5. Мобильные платежи ближнего взаимодействия ((NFC, QR, Near Sound), классификации и примеры внедрения
6. Мобильные удаленные платежи (IP based? Binary SMS based, Text SMS, голосовые каналы), классификации и примеры внедрения
7. Мобильный банкинг или мобильные платежи с помощью (на основе) банковских карт
8. Методы шифрования в Интернет (асимметричные и симметричные криптоалгоритмы)
9. Электронная цифровая подпись и электронные сертификаты, технология, классификации
10. Безопасные протоколы сеанса связи (стандарты, протоколы безопасности) в Интернет (SET, SSL и т.д.)
11. Модели комплекса маркетинга (marketing mix) в Интернет

Методические рекомендации по подготовке к тестированию

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

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

По дисциплине «Электронная коммерция» предусмотрена рейтинговая оценка знаний студентов согласно Положению о рейтинговой системе оценки освоения дисциплин студентами ДВФУ, утвержденному приказом ректора от 28.10.2014 №12-13-1718. Если студент по итогам текущего контроля в 7 семестре набирает 61 балл, то экзамен проставляется автоматически. Если набранные баллы не превышают 61, то в этом случае студенту необходимо сдать экзамен в форме устного собеседования согласно расписанию экзаменационной сессии. Перечень вопросов к экзамену приводится в Приложении 2 данной РПУД. Для подготовки к экзамену студенту необходимо внимательно ознакомиться с лекционными материалами, повторить все решенные кейсы и деловые игры, поскольку в процессе сдачи экзамена студент должен владеть не только теоретическими знаниями, но и ориентироваться в практике принятия маркетинговых решений в области маркетинговых коммуникаций. Все ответы на теоретические вопросы поясняются практическими ситуациями. На подготовку к экзамену студенту отводится 27 часов.

Критерии оценки самостоятельной работы:

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если выполнены все проекты в форме кейс-задач и многоуровневых задач, и заданий, результаты аккуратно оформлены согласно общим стандартам и требованиям преподавателя, студент аргументировано обосновывает свою точку зрения, глубина проработки каждого задания составляет более 25-30 научных публикаций в международных и национальных индексах научного цитирования;

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

научного цитирования, фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

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

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



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Электронная коммерция»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика
Программа «Торговое дело»

Форма подготовки очная

Владивосток
2020

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p style="text-align: center;">ПК- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую деятельность предприятия; - отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных договоров; - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета, систему адресации Интернет, содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции, формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами, уровни представленности предприятий в Интернет, эволюцию моделей комплекса маркетинга, основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; - основные методы шифрования, принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции, основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников, классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет, модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей, модель дистанционного банковского обслуживания, виды систем удаленного управления счетами;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство; - анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения для принятия коммерческих решений; - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели), исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки, идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга, анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны, анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке, анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами анализа требований нормативных документов в коммерческой деятельности предприятия;

		<p>-методами оценки информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений;</p> <p>- методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны, навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны;</p> <p>- методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе, навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия, умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet;</p> <p>- навыками управления безопасностью платежей на сайте компании, навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт, навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга, умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей.</p>
--	--	---

Модуль «Коммерческая деятельность»

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	<p>Тема 1. Понятие коммерческой деятельности предприятия и ее законодательное регулирование</p> <p>Тема 2. Организация закупочной деятельности предприятия</p> <p>Тема 3. Организация сбытовой деятельности предприятия</p> <p>Тема 4. Организация договорной деятельности предприятия</p> <p>Тема 5. Организация коммерческой</p>	ПК -5	<p>-действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую деятельность предприятия;</p> <p>-отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных договоров</p>	<p>Дискуссия (УО-4)</p> <p>Коллоквиум (УО-2)</p>	<p>Собеседование (УО-1), вопросы к экзамену №№ 1-36</p>
			<p>-пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство;</p> <p>- анализировать и</p>	<p>Тест (ПР-1)</p> <p>Проект (ПР-9)</p>	

	деятельности розничных и оптовых предприятий		интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения для принятия коммерческих решений		
			<p>- методами анализа требований нормативных документов коммерческой деятельности предприятия;</p> <p>-методами оценки эффективности информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений</p>		

Модуль «Электронная коммерция»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				Текущий контроль	Промежуточный контроль
1	Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; - систему адресации Интернет - содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet - электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели) - исследовать основные детерминанты электронного рынка страны <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами 	Тест 1 (ПР-4) Кейс-задачи 1.1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (1-6)

			анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны		
2	Тема 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе 	Тест 2 (ПР-4) Кейс-задачи 2.1, 2.2 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (7-11)
3	Тема 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок карточных продуктов страны <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт 	Тест 3 (ПР-4) Кейс-задача 3 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (12-13, 15-20)
4	Тема 4. Internet-банкинг	ПК-5	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - модель дистанционного банковского обслуживания - виды систем удаленного управления счетами <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга 	Тест 4 (ПР-4) Кейс-задача 4 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (11, 12)

			<i>владеет:</i> - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга		
5	Тема 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	ПК-5	<i>знает:</i> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции <i>умеет:</i> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина <i>владеет:</i> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача 5 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (23-25)
6	Тема 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-5	<i>знает:</i> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей <i>умеет:</i> - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке <i>владеет:</i> - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задача 6 (ПР-11)	Вопросы к экзамену (26, 30, 19-21)

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Модуль «Коммерческая деятельность»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	критерии	показатели
ПК- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности,	знает (пороговый уровень)	-действующее законодательство в области регулирования предпринимательской деятельности, основные нормативные документы, регулирующие коммерческую, финансовую и бухгалтерскую	знание основной документации по управлению коммерческими процессами предприятия способность изучить отчетность предприятия для принятия коммерческих решений

организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений		деятельность предприятия; -отчетность предприятий различных форм собственности, порядок заключения и исполнения основных договоров		
	умеет (продвинутый)	-пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующее законодательство; - анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, использовать полученные сведения для принятия коммерческих решений	умение анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности	способность анализировать и интерпретировать коммерческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности
	владеет (высокий)	- методами анализа требований нормативных документов коммерческой деятельности предприятия; -методами оценки эффективности информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений	владение методами оценки эффективности информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использования полученных сведений для принятия управленческих решений	способность оценить качество информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

Модуль «Электронная коммерция»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и	знает (пороговый уровень)	- формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами;	- знание форм оплаты, методов доставки, реализуемых виртуальными	- способность перечислить и охарактеризовать формы оплаты, методы доставки, реализуемые

<p>иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p>		<ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности предприятий в Интернет; - эволюцию моделей комплекса маркетинга; - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержания составляющих элементов; - основные методы шифрования; - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; - правовое регулирование электронной коммерции; - основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; - модель дистанционного банковского обслуживания; - виды систем удаленного управления счетами; 	<p>торговцами; уровней представленности предприятий в Интернет; траекторий эволюции моделей комплекса маркетинга; основных моделей комплекса электронного маркетинга и содержания составляющих элементов; основных методов шифрования; принципов работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правового регулирования электронной коммерции; основных принципов функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуры и функций участников; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; моделей мобильной коммерции и структуры совершения мобильных платежей; модели дистанционного банковского обслуживания; видов систем удаленного управления счетами;</p>	<p>виртуальными торговцами; уровни представленности предприятий в Интернет; эволюцию моделей комплекса маркетинга; основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов; основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правовые акты, регулирующие электронную коммерцию; основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; модель дистанционного банковского обслуживания; виды систем удаленного управления счетами;</p>
	<p>умеет (продвинутый)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса 	<ul style="list-style-type: none"> - умение проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса 	<ul style="list-style-type: none"> - способность самостоятельно осуществлять сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; - идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга;

		<p>маркетинга; - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; - анализировать рынок карточных продуктов страны; - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; - анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;</p>	<p>маркетинга; анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;</p>	<p>анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать региональный рынок услуг интернет-банкинга;</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>- методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; - навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; - навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и</p>	<p>- владение методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; - умениями оптимизировать представленность предприятия в Internet; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;</p>	<p>способность самостоятельно использовать и правильно интерпретировать методы и средства разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе; методы разработки модели веб-маркетинга предприятия; навыки оптимизации представленности предприятия в Internet; методы управления безопасностью платежей на сайте компании; навыки оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; форм оплаты виртуальных магазинов с использованием услуг интернет-банкинга; методы разработки рекомендаций по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей;</p>

		систем мобильных платежей;		
--	--	----------------------------	--	--

Зачетно-экзаменационные материалы

Модуль «Коммерческая деятельность»

Вопросы на экзамен

1. Системный подход к организации коммерческой деятельности предприятия
2. Функции и элементы коммерческой деятельности, их характеристика
3. Характеристика видов коммерческой деятельности, их экономическое содержание
4. Инфраструктура коммерческой деятельности
5. Механизмы регулирования коммерческой деятельности (правовое регулирование, спекуляция и конкуренция)
6. Информационное обеспечение коммерческой деятельности (коммерческая информация и ее правовое обеспечение)
7. Коммерческая тайна: понятие формирования и порядок ее защиты на предприятии
8. Субъекты коммерческой деятельности (основные виды, особенности законодательного регулирования)
9. Основные этапы создания предприятия, особенности регистрации и ликвидации предприятия (правовые основы)
10. Понятие закупочная логистика, ее цели и задачи на предприятии
11. Характеристика основных этапов программы закупки предприятия (методы определения объема закупаемого товара, методы выбора поставщика, методы определения потребности в закупаемых товарах, методы поставки товаров)
12. Использование методов ABC – анализа и XYZ – анализа при формировании объема закупки
13. Оферта, ее содержание, виды и порядок предоставления

14. Методы определения эффективности закупочной деятельности предприятия

15. Сущность договора в гражданско - правовом российском законодательстве

16. Публичный договор, его характеристика и особенности использования в коммерческой практике

17. Понятие договорных конструкций по ГК, их характеристика. «Обычай (правила) делового оборота», сущность и особенности применения в коммерческой практике при заключении договоров

18. Договор купли – продажи: виды, существенные условия, заключение, исполнение и расторжение

19. Способы обеспечения обязательств по договору (характеристика всех видов). Понятие спецификации при заключении договора поставки

20. Виды оптовых посредников и их характеристика

21. Выставки и ярмарки, их роль и особенности организации

22. Комиссионные сделки и порядок их проведения

23. Понятие розничной торговли, основные критерии ее классификации

24. Договор коммерческой концессии, условия заключения, исполнения и расторжения

25. Организация сбытовой деятельности производителя (программы сбыта)

26. Организация сбытовой деятельности посредника (программа сбыта)

27. Особенности формирования каналов сбыта (виды и характеристика)

28. Вертикально- интегрированные каналы сбыта

29. Особенности логистики сбыта на предприятии

30. Роль и место планирования в управлении предприятием

31. Система планирования на предприятии. Сущность и структура объектов планирования на предприятии

32. Понятие и этапы стратегического планирования

33. Выбор стратегии в соответствии с результатами стратегического анализа

34. Методология тактического планирования коммерческой деятельности

35. Планирование потребности в материально-технических ресурсах

36. Методы оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия

Модуль «Электронная коммерция»

1. Уникальность фундаментальных протоколов Internet и общая характеристика структуры Internet.

2. Система адресации Internet, структура доменного имени и типы доменных имен.

3. Сущность и структура рынка электронной коммерции.

4. Основные детерминанты развития Рунета.

5. Объекты и субъекты электронной коммерции.

6. Модели комплекса маркетинга для электронной коммерции.

7. Модели электронной коммерции для рынка B2C и B2B.

8. Уровни (виды) представленности организаций в Internet.

9. Специфика агентств коммерческой информации и электронных досок объявлений (виртуальных барахолки).

10. Специфика Internet-аукционов и виртуальных магазинов.

11. Типология виртуальных торговых площадок B2B.

12. Виды карточных платежных систем и их структура.

13. Технология оплаты товаров и услуг с помощью банковских платежных карт.

14. Технология совершения мобильных платежей.

15. Сущность понятий «транзакция» и «авторизация».

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

Оценочные средства для текущей аттестации

по дисциплине «Электронная коммерция»

Модуль «Коммерческая деятельность»

Контрольные тесты по всем темам (в целом по дисциплине)

Вариант 1

Задание 1. Движение товара от производителя к потребителю посредством торгового посредника осуществляется по схеме:

- а) производство - оптовая торговля - мелкий опт - розничная сеть
- б) производство - оптовая торговля - розничная сеть
- в) производство - распределение - опт - потребление

Задание 2. Укажите услуги, выполняемые торговыми посредниками:

- а) поиск контрагента, подготовка и совершение сделки
- б) кредитование сторон, выполнение транспортно-экспедиционных операций
- в) производство продукции, её распределение
- г) страхование товара при транспортировке, выполнение таможенных формальностей
- д) проведение рекламных и прочих мероприятий по продвижению товара на рынок

Задание 3. Интегрирующая функция оптовой торговли на макроуровне заключается в:

- а) дифференциации производителей
- б) интеграции территорий и преодолении пространственного разрыва
- в) кредитовании сторон
- г) формировании каналов сбыта

Задание 4. Универсальные оптовые посредники - это:

- а) посредники, осуществляющие весь комплекс организационно-коммерческих функций
- б) посредники, содействующие установлению хозяйственных связей между поставщиком и потребителем, подыскивающие партнеров и подписывающие контракты от своего имени, но исполняющие их за счет продавца или покупателя
- в) посредники, приобретающие товар на основе договора купли-продажи

Задание 5. Агенты промышленных фирм, занимающиеся поиском потенциальных покупателей в определенных регионах страны - это:

- а) независимые посредники
- б) чистые или информационные посредники
- в) специализированные посредники
- г) поисковые посредники

Задание 6. При включении производителями формально независимых посредников в свой производственно-сбытовой цикл используются следующие виды договоров:

- а) договор-поручение
- б) договор-консигнации
- в) договор-комиссии
- г) счет-фактура;
- д) договор купли-продажи
- е) договор простого посредничества
- ж) накладная

Задание 7. Фирмы, лица, действующие на основе договора-поручения, когда продавцы или покупатели привлекают посредников к совершению сделок от имени и за счет доверителя - это:

- а) зависимые посредники
- б) полномочные агенты по сбыту
- в) агенты по закупкам
- г) поверенные

Задание 8. На рынке большое количество фирм, занимающихся производством и сбытом идентичной продукции:

- а) уровень концентрации маленький
- б) уровень концентрации большой

Вариант 2

Задание 1. Торгово-посреднические фирмы в юридических и хозяйственных отношениях:

- а) зависят от производителя и потребителя
- б) не зависят от производителя и потребителя

Задание 2. Важная роль в развитии сферы обращения товара принадлежит:

- а) розничной торговли
- б) оптовой торговле

Задание 3. Целями развития оптовой торговли являются:

- а) поддержка необходимой интенсивности товарного потока
- б) создание развитой структуры каналов товародвижения
- в) формирование резервных источников финансового обеспечения

процесса товародвижения

Задание 4. Основной задачей оптовой торговли является

- а) поиск поставщиков товара
- б) продажа товара через прилавки
- в) закупка товара у производителя и доставка и хранение
- г) формирование товарного ассортимента в соответствии с

требованиями розничных предприятий

Задание 5. Универсальные посредники - это:

- а) дистрибьюторы
- б) комиссионеры
- в) информационно контактные посредники

Задание 6. Специализированные посредники:

- а) осуществляют весь комплекс организационно коммерческих функций
- б) они концентрируются на выполнении определенной функции

Задание 7. Независимые посредники по отношению к производителю выступают как:

- а) покупатели
- б) продавцы
- в) производители

Задание 8. Зависимые посредники являются полномочными агентами по:

- а) по приобретению и не оказывают влияния на ценовую политику
- б) по сбыту и оказывают значительное влияние на политику цен

Вариант 3

Задание 1. Какие из услуг включает в себя понятие торгового посредничества:

- а) совершение сделки
- б) производство продукции
- в) кредитование сторон
- г) страхование товара при транспортировке

Задание 2. Что является прибылью торгового посредника:

а) разница между ценами закупки товаров у производителя и ценами, по которым товар реализуется покупателю

- б) часть прибыли производителя
- в) половина прибыли продавца
- г) вознаграждение за предоставленные услуги по продвижению товара

Задание 3. Оптовый посредник - это:

- а) посредник между производственным и розничным звеном
- б) посредник розницы

Задание 4. Основные задачи оптовой торговли - это:

- а) поиск поставщиков товара
- б) продажа товара покупателям
- в) закупка товара, доставка и хранение
- г) формирование торгового ассортимента

Задание 5. Какую информацию должен иметь клиент при выборе оптового предприятия:

- а) ассортимент товаров данного оптовика
- б) зона его деятельности
- в) ценовая политика

Задание 6. Какие типы посредников относятся к универсальным посредникам:

- а) дилеры
- б) дистрибьюторы
- в) оптовики - купцы
- г) агенты

Задание 7. Независимые посредники - это:

а) посредники, которые по отношению к производителю выступают как покупатели

б) посредники, которые не имеют в своем распоряжении товаров

в) посредники, которые занимаются поиском потенциальных покупателей

Задание 8. Агенты - это:

а) посредники, которые покупают товар у производителя и самостоятельно реализуют потребителю

б) посредники, которые не берут на себя право собственности на товар и выполняют функции, которые содействуют процессу купли - продажи

Вариант 4

Задание 1. Какими факторами определяется роль товарного рынка:

а) рациональное сосредоточение и концентрация товарных ресурсов

б) качество и конкурентоспособность товара, влияющие на спрос и предложение

Задание 2. Какие признаки положены в основу социально - экономической модели развития рынка:

а) политические, географические

б) политические, нравственные, географические, исторические, а также национальные приоритеты

в) исторические

Задание 3. Объем рынка, величина спроса, темпы роста, предельный уровень спроса - это:

а) потенциал рынка

б) доступность рынка

в) привлекательность рынка

г) стабильность рынка

Задание 4. Основными компонентами товарного рынка являются:

а) спрос, предложение

б) потребность, цена, сделки, обмен

в) потребность, спрос, предложение, товар, цена, сделки, обмен

Задание 5. Если на рынке большое количество фирм занимается производством и сбытом идентичной продукции, то:

а) уровень концентрации рынка маленький

б) уровень концентрации рынка большой

Задание 6. Среда предприятия, которая образуется из макросреды, представляющая собой демографическое, социально-культурное, научно-техническое и политико-правовое окружение - это:

а) внутренняя среда предприятия

б) внешняя среда предприятия

Задание 7. Рынки, охватывающие всю совокупность товаров определенного назначения - это:

а) товарные рынки

б) рынки конкретного товара

в) рынок покупателя

Задание 8. По характеру и уровню спроса и предложения, рынки бывают:

а) замкнутый рынок

б) рынок продавца и рынок покупателя

в) свободный рынок

Вариант 5

Задание 1. Собственность одного человека, который несет ответственность за свою деятельность:

а) индивидуальное предприятие

б) производственный кооператив

Задание 2. Общество с ограниченной ответственностью:

а) участники отвечают по обязательствам общества

б) участники не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков в пределах своих вкладов

Задание 3. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей, является:

а) ОАО

б) ЗАО

в) ПАО

Задание 4. Может ли АО состоять из одного лица:

- а) может
- б) не может

Задание 5. Объединение капиталов - это:

- а) хозяйственное общество
- б) товарищество
- в) объединение

Задание 6. Договор между продавцом и покупателем, отражающий вид, объем, качественные характеристики поставляемого товара, цены, сроки поставки, вид используемого транспорта и т.д.:

- а) договор поставки.
- б) форфейтинг
- в) оферта

Задание 7. Что является главным направлением в работе с поставщиками:

- а) поиск новых партнеров среди коммерческих фирм и фирм зарубежных
- б) изучение рынка спроса и предложения
- в) кредитно-денежные отношения

Задание 8. Совершить закупку правильно - это значит приобрести товары:

- а) нужного качества
- б) в нужном количестве
- в) в нужное время
- г) у надежного поставщика
- д) по приемлемой цене
- е) все выше перечисленное

Тесты для модуля «Электронная коммерция»

Тест к теме 1

1. Единый формат передаваемой информации и запросов на операции.

- A. Браузер
- B. Интерфейс
- C. Протокол

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

А. Высокосуровневые протоколы

В. Низкосуровневые протоколы

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

А. Высокосуровневые протоколы

В. Низкосуровневые протоколы

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

А. Доменное имя

В. IP-адрес

С. Браузер

Д. Протокол

Е. Топология

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

А. IP

В. TCP

С. FTP

Д. HTTP

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

А. IP

В. TCP

С. FTP

Д. HTTP

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

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

8. Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.

- A. Рунет
- B. Российский Internet

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

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

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

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

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

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

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

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

D. Домен третьего уровня

13. В доменном имени *relax.marine.ru* его часть *marine*.

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

14. В доменном имени *relax.marine.ru* его часть *relax*.

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

15. В доменном имени *relax.pp.ru* его часть *pp*.

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

16. *президент.рф*

A. Доменное имя IDN (англ. Internationalized Domain Names — интернационализованные доменные имена)

B. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня gTLD

C. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня ccTLD

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

A. Администраторы национальных доменов

B. ICANN

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

- A. Администраторы национальных доменов
- B. ICANN

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

- A. Администраторы национальных доменов
- B. ICANN

Тест к теме 2

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

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

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

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

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

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

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

A. Платежные системы

B. Платежные шлюзы

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

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)

D. Internet-аукцион

E. Виртуальный магазин

G. Электронное правительство

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

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)

D. Internet-аукцион

E. Виртуальный магазин

G. Электронное правительство

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

A. Виртуальная витрина

B. Агентство коммерческой информации

- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- G. Электронное правительство

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

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

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

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

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

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

Е. Виртуальный магазин

Ф. Г. Электронное правительство

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

А. B2B

В. B2C

С. B2A

Д. C2C

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

А. B2B

В. B2C

С. B2A

Д. C2C

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

А. Не реже раза в день

В. Не реже раза в неделю

С. Не реже раза в месяц

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

А. 4P

В. 7P

С. 4S

Д. $4Ps+(2P+2C+2S)$

Е. $2P+2C+3S$

Ф. 6C

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

Присутствие на сайте программного модуля, распознающего конкретных пользователей с помощью профайлов, либо определяющего характеристики пользователя на основе предыдущих действий (покупок, просмотренных продуктов, страниц и т.д.), подбирающего информационное наполнение.

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

16. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 4Ps+(2P+2C+2S) Обеспечивается путем использования псевдонимов (кодов) вместо имен, помимо этого на сайте присутствует описание личных данных о вас, которые собираются на сайте, каким образом они используются, разглашаются и защищаются, а также каким образом можно изменить и удалить эти данные.

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

17. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 4Ps+(2P+2C+2S) Интеграция сайта с социальными сетями и создание на сайте сервисов для общения посетителей сайта (форумов , где сообщения могут храниться неограниченное время, и чатов с общением в реальном времени).

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)
- C. Community (сообщество)

D. Customer Service (сервис потребителя)

E. Site Design (дизайн сайта)

F. Security (безопасность)

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

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

A. Personalization (персонализация сайта)

B. Privacy (конфиденциальность)

C. Community (сообщество)

D. Customer Service (сервис потребителя)

E. Site Design (дизайн сайта)

F. Security (безопасность)

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

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

A. Personalization (персонализация сайта)

B. Privacy (конфиденциальность)

C. Community (сообщество)

D. Customer Service (сервис потребителя)

E. Site Design (дизайн сайта)

F. Security (безопасность)

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

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

A. Personalization (персонализация сайта)

B. Privacy (конфиденциальность)

C. Community (сообщество)

D. Customer Service (сервис потребителя)

E. Site Design (дизайн сайта)

F. Security (безопасность)

21. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

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

A. Capture (доступность)

B. Content (текст)

C. Community (сообщество)

D. Commerce (электронная коммерция)

E. Customer orientation (ориентация на покупателя)

F. Credibility (благоприятный имидж)

22. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

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

A. Capture (доступность)

B. Content (текст)

C. Community (сообщество)

D. Commerce (электронная коммерция)

E. Customer orientation (ориентация на покупателя)

F. Credibility (благоприятный имидж)

23. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

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

A. Capture (доступность)

B. Content (текст)

C. Community (сообщество)

D. Commerce (электронная коммерция)

E. Customer orientation (ориентация на покупателя)

F. Credibility (благоприятный имидж)

24 Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6С

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

A. Capture (доступность)

B. Content (текст)

C. Community (сообщество)

D. Commerce (электронная коммерция)

E. Customer orientation (ориентация на покупателя)

F. Credibility (благоприятный имидж)

Тест к теме 3

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

A. Центр

B. Эмитент

C. Эквайрер

D. Процессинговый центр

E. Торговые точки

F. Держатели карт

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

A. Центр

B. Эмитент

C. Эквайрер

D. Процессинговый центр

Е. Торговые точки

Ф. Клиенты

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

А. Центр

В. Эмитент

С. Эквайер

Д. Процессинговый центр

Е. Торговые точки

Ф. Клиенты

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

А. Центр

В. Эмитент

С. Эквайер

Д. Процессинговый центр

Е. Торговые точки

Ф. Клиенты

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

А. Центр

В. Эмитент

С. Эквайер

Д. Процессинговый центр

Е. Торговые точки

Ф. Клиенты

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

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

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

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

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

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

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

- A. Центр
- B. Эмитент
- C. Эквайер
- D. Процессинговый центр

Е. Торговые точки

Ф. Клиенты

10. Укажите название процесса выдавливания символов на платежной карте.

А. Авторизация.

В. Персонализация

С. Транзакция

Д. Эмбоссирование

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

А. ПИН.

В. Слип.

С. Транзакция.

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

А. Авторизация.

В. Персонализация

С. Транзакция.

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

А. Авторизация.

В. Персонализация

С. Транзакция.

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

А. Слип

В. ПИН

С. Чип

Д. Овердрафт

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- A. Платежные карты
- B. Идентификационные карты
- C. Лоялти карты

- D. Дисконтные карты
- E. Комбинированные карты

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

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

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

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

22 *Карты, совмещающие в себе несколько функций.*

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

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

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

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

- A. Дебетные карты

- В. Кредитные карты
- С. Дебетно-кредитные карты
25. *Карты, допускающие возможность перерасхода средств со счета (предоставление овердрафта).*
- А. Дебетные карты
- В. Кредитные карты
- С. Дебетно-кредитные карты
26. *Карты, обслуживающие только физические лица.*
- А. Личные карты
- В. Корпоративные карты
14. *Карты, обслуживающие только юридические лица.*
- А. Личные карты
- В. Корпоративные карты
27. *Работа платежной системы, поддерживающей операции с картами данного вида, строится только в режиме on-line.*
- А. Карты с магнитной полосой
- В. Микропроцессорные карты
28. *Карты являются не только средством идентификации владельца, но перезаписываемость информации позволяет хранить баланс на самой карте.*
- А. Карты с магнитной полосой
- В. Микропроцессорные карты

Тест к теме 4

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

Выберите один ответ:

- а. Кредитные ЭПС
- б. Дебетовые ЭПС

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

Выберите один ответ:

- а. Мобильные платежи
- б. Мобильный банкинг

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

Выберите один ответ:

- а. Мобильные платежи
- б. Мобильный банкинг

Тест к теме 5

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

- А. Шифрование с закрытым ключом
- В. Шифрование с открытым ключом
- С. Цифровая подпись
- Д. Цифровой сертификат

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

- А. Шифрование с закрытым ключом
- В. Шифрование с открытым ключом
- С. Цифровая подпись
- Д. Д. Цифровой сертификат

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

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

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

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

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

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

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

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

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

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

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

- А. Шифрование данных
- В. Электронная цифровая подпись
- С. Цифровой сертификат

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

- А. Шифрование данных
- В. Электронная цифровая подпись
- С. Цифровой сертификат

Тест к теме 6

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

Выберите один ответ:

- а. Кредитные ЭПС
- б. Дебетовые ЭПС

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

Выберите один ответ:

- а. Дебетовые ЭПС
- б. Кредитные ЭПС

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

Выберите один ответ:

- а. Дебетовые ЭПС
- б. Кредитные ЭПС

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

Выберите один ответ:

- a. Дебетовые ЭПС
- b. Кредитные ЭПС

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

Выберите один ответ:

- a. Платежные системы
 - b. Платежные шлюзы (сервисы или Интернет-банки)
6. Электронные платежные системы, эмитирующие при этом собственную цифровую наличность.

Выберите один ответ:

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

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

Выберите один ответ:

- a. Мобильные платежи
- b. Мобильный банкинг

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

Выберите один ответ:

а. Мобильные платежи

б. Мобильный банкинг

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

Выберите один ответ:

а. Ближнее взаимодействие

б. Удаленные платежи

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

Выберите один ответ:

а. Ближнее взаимодействие

б. Удаленные платежи

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

Выберите один ответ:

- а. Удаленные платежи
- б. Ближнее взаимодействие

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

Выберите один ответ:

- а. Удаленные платежи
- б. Ближнее взаимодействие

Кейс-задачи

по дисциплине «Электронная коммерция»

Практические занятия (18 час.)

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (3 час.)

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

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

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия:

- зайти на сайт Администратора национального домена страны (например, для РФ - это Координационный центр национального домена сети Интернет, на котором представлен список аккредитованных регистраторов РФ¹; для КНР – это China Internet Network Information Center

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

(CNNIC), на котором представлен список аккредитованных регистраторов Китая²);

- собрать краткую историческую справку по национальному домену: в каком году выделен, кто выступил инициатором, какой организации делегировано право управлять зоной национального домена, подробно описать правила регистрации доменных имен в национальной зоне (регистрация открыта резидентам или нерезидентам, разрешены двухуровневые или трехуровневые доменные имена, домены общего пользования второго уровня);

- провести сравнительный анализ аккредитованных регистраторов: количество, право можно купить или оно выдается, стоимость регистрации доменного имени на один год;

- оценить следующие детерминанты развития национальной зоны Интернета страны в динамике за три последних года: количество жителей страны, количество пользователей, уровень проникновения Интернета в стране, количество зарегистрированных доменных имен в разрезе типов доменов;

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

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

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

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

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

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

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

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

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

- справка по выделению доменов IDN: история выделения доменов, общее количество доменов, управляющая организация (выделяющая и разрабатывающая правила регистрации);
- правила регистрации доменных имен в разрезе стран;
- рейтинг и ТОП-10 зарегистрированных имен в разрезе стран.

Занятие 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (3 час.)

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

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

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- через поисковую систему выйти на 10-12 виртуальных магазинов определенной специализации;
- определить отличия ассортимента виртуальных магазинов от ассортимента традиционных торговых предприятий;
- провести анализ уровня цен и идентифицировать ориентацию магазина на определенный сегмент потребителей;
- сформулировать выводы по преобладающим формам оплаты, по условиям доставки и используемым электронным платежным системам;
- идентифицировать (определить) применяемую модель комплекса маркетинга и модель электронной коммерции.

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

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- ключевые сайты страны, предоставления госуслуг в Интернет, историческая справка по данному вопросу, ближайшие перспективы и проблемы (на основе анализ статей);
- идентифицировать существующий уровень предоставления госуслуг;

- функция информирования о госуслугах;
- формы предоставления услуги через Интернет;
- формы оплаты госуслуг.

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

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

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

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

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

Занятие 4. Internet-банкинг (3 час.)

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

предполагает исследование заявленной проблемы в Internet. Группа студентов (2-3 человека) исследует карточные продукты и услуги Internet-банкинга одного из ведущих банков Приморского края (Приморье, Примсоцбанк, Дальневосточный банк) или России (Сбербанк, ВТБ24, Альфа и т.д.).

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

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

Занятие 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий (3 час.)

Кейс-задача 5. Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей.

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

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

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- историческая справка и динамика развития платежной системы за последние три года;

- технологии обеспечения безопасности платежей;
- спектр предлагаемых услуг;
- крупнейшие участники системы;
- сформулировать выводы об основных тенденциях развития безопасности.

Занятие 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи

Кейс-задача 6. Электронная платежная система (национальная или международная...). Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в виде файла с расширением «.ppt». Обязательны ссылки на источники информационных данных.

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

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

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

Критерии оценивания для разных оценочных средств

Критерии оценки тестов

Критерии оценки:

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

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

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

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

Критерии оценки кейс-задач

для дисциплины «Электронная коммерция»

Критерии оценки:

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

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

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

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

Методические 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 аттестация по дисциплине «Электронная коммерция» проводится в форме контрольных мероприятий (защиты презентации по кейс-задачам и тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

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

– степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем

видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

– результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

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

Вид промежуточной аттестации по дисциплине «Электронная коммерция» - экзамен. Предполагается экзамен в форме собеседования.

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

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

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

76-85	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
менее 61	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Оценочные средства для проверки сформированности компетенций

Модуль «Коммерческая деятельность»

Код и формулировка компетенций	Задание
ПК- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений	<p>Компания «Эконика» (сеть обувных каскетов) – российская обувная сеть для женщин развивает свою деятельность в нашем регионе. Каскет – это формат розничной торговли, который занял нишу между эксклюзивными бутиками и обычными магазинами с модными товарами, включает в себя доступность и большой выбор традиционного обувного магазина, качество обслуживания и атмосферу эксклюзивного бутика.</p> <p>Для формирования эффективной коммерческой деятельности компания должна реализовать ряд проектов в области оценки качества информации по закупкам и продажам товаров.</p> <p>Для достижения данных целей определите:</p> <ul style="list-style-type: none"> - какая информация, подтверждающая качество товара должна быть предоставлена клиентам при покупке обуви в данном формате магазина; - роль и значение спецификации в договоре поставки при покупке обуви у поставщиков.

Модуль «Электронная коммерция»

<p>ПК- 5 способность анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д., и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений</p>	<p>Краткая информация: Если пользователь совершает трансграничную покупку на онлайн-площадке другой страны, то НДС в цене товара идет в бюджет страны торговой площадки. В КНР НДС на трансграничные покупки на элитные товары (табак, алкоголь, дорогие ювелирные украшения, часы и косметику, оборудование для гольфа) доходит до 60%, на спортивные товары, текстильные изделия, телевизионные камеры и другие электроприборы – до 30%, книги, видео, пищевые продукты, мебель, игрушки, игры – до 15% . Поэтому, китайские пользователи предпочитают осуществлять покупки на китайских онлайн-платформах.</p> <p>Вопросы для принятия решений: Сформулируйте следующие рекомендации для российских онлайн-площадок, ориентированных на трансграничные продажи китайским пользователям и аргументируйте:</p> <ul style="list-style-type: none">- Востребованные товарные категории российских онлайн-площадок, которые представляют интерес для обеспеченных китайских потребителей- Востребованные товарные категории российских онлайн-площадок, которые представляют интерес для китайских потребителей со средним уровнем дохода
---	--