



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

_____ А.Ю. Сашенко
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий Департаментом маркетинга и развития
рынков

_____ Романова И.М.
(подпись) (ФИО.)
«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Электронная коммерция
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа «Менеджмент и предпринимательство
(для иностранных граждан)»
Форма подготовки *очная*

курс 1 семестр 2
лекции 00 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО 9 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
самостоятельная работа 36 час.
в том числе на подготовку к экзамену 00 час
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет 2 семестр
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 № 970

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента менеджмента и предпринимательства, протокол № __ от «__» _____ 2022 г.

Директор Департамента менеджмента и предпринимательства Яшина Е.Н.
Составители: к.э.н., доцент Е.Б. Кметь

Владивосток
2022

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

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

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

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

Задачи:

- рассмотреть сущность Интернет, принципы функционирования, ландшафт российского Интернета и в разрезе отдельных стран, устройство и основных игроков;
- уточнить ключевые понятия в данной предметной области и правовое регулирование электронной коммерции;
- рассмотреть сущность национальной платежной системы применительно к электронному бизнесу;
- рассмотреть структуру традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников;
- познакомить с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем;
- рассмотреть типологию платежных систем, функционирующих в Internet и типологию мобильной коммерции;
- оценить уровень освоения Internet-банкинга на национальном и регионально рынках.

Для успешного изучения дисциплины «Электронная 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.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-1 - способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде
Информационно-аналитический	ПК-2 - способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<i>знает</i> основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - модель дистанционного банковского обслуживания; виды систем удаленного управления счетами; основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правовое регулирование электронной коммерции; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; сущность и принципы использования криптовалюты; сущность трансграничной электронной торговли, правовое регулирование трансграничной электронной торговли в России;
	умеет анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать налоговую нагрузку на трансграничные электронные покупки в стране
	владеет навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; навыками выявления тенденций развития трансграничной электронной торговли страны на основе анализа в динамике параметров электронного рынка
ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	<i>знает</i> 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; 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
	умеет анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки
	владеет методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны; навыками разработки модели веб-маркетинга предприятия; умениями оптимизировать представленность предприятия в Интернет; методами и средствами разработки рекомендаций по совершенствованию услуг виртуальных магазинов определенной специализации в регионе

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

2. Трудоемкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 академических часа).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		Контроль
1	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	2			6		6		тест / кейс-задачи
2	Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	2			6		6		тест / кейс-задачи
3	Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	2			6		6		тест / кейс-задачи
4	Internet-банкинг	2			6		6		тест / кейс-задачи
5	Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	2			6		6		тест / кейс-задачи
6	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	2			6		6		тест / кейс-задачи
	Итого:				36		36		Зачет с оценкой

III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия рабочей программой учебной дисциплины не предусмотрены, предполагается самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения.

IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (6 час., в том числе MAO – 1,5 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 (6 час., в том числе MAO – 1,5 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 (6 час., в том числе MAO – 1,5 час.)

1. Тест

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

Занятие 4. Internet-банкинг (6 час., в том числе MAO – 1,5 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 (6 час., в том числе MAO – 1,5 час.)

1. Тест

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

Занятие 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи (6 час., в том числе MAO – 1,5 час.)

1. Тест

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

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

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
1	1-3 недели	Подготовка кейс-задач: 1.1. Ключевые детерминанты развития национального интернета страны (Синета или... другой зоны Internet) как зоны электронной коммерции 1.2. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран. 1.3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран.	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
2	4-6 недели	Подготовка кейс-задач: 2.1. Основные тенденции развития виртуального рынка для торговых предприятий определенной специализации. 2.2. Основные достижения в области электронного правительства страны (выбирается страна... республика Корея, Япония, Бразилия и ...).	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
3	7-9 недели	Подготовка кейс-задач: 3. Международные карточные платежные системы и их представленность в России	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
4	10-12 неделя	Подготовка кейс-задач: 4 Основные тенденции развития рынка услуг Internet-банкинга Приморского края (или России).	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии -Тестирование
5	13-14 недели	Подготовка кейс-задач: 5.Сервисы, обеспечивающие безопасность платежей	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии - Тестирование
6	15-16 недели	Подготовка кейс-задач: 6. Электронная платежная система (национальная или международная...)	6	– Подготовка проекта в форме презентации для защиты на практическом занятии – Тестирование
		Всего	36	

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

Задания для самостоятельного выполнения:

1. Изучение теоретического материала по основной и дополнительной литературе.

2. Выполнение проекта в рамках ситуационных заданий в форме кейс-задачи (МАО).

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 9 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 рекомендации по подготовке к тестированию

При подготовке к тестированию студенту целесообразно повторить разделы пройденной дисциплины, построить логические связи 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 зачету

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 зачет в форме устного собеседования. Перечень вопросов к зачету приводится в Приложении 2 данной РПУД. Для подготовки к зачету студенту необходимо внимательно ознакомиться с основной и дополнительной литературой, повторить все выполненные кейсы, поскольку в процессе сдачи

зачета студент должен владеть не только теоретическими знаниями, но и ориентироваться в практике принятия маркетинговых решений в области электронной коммерции. Все ответы на теоретические вопросы поясняются практическими ситуациями.

Критерии оценки самостоятельной работы:

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если выполнены все проекты в форме кейс-задач, 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, 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, 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.

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-2.1- оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международно м рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	<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 зачету (1-6)
2	Тема 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	ПК-2.1- оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международно м рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - уровни представленности предприятий в Интернет - эволюцию моделей комплекса маркетинга - основные модели комплекса электронного маркетинга и содержание составляющих элементов - формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами 	Тест 2 (ПР-4) Кейс-задачи 2.1, 2.2 (ПР-11)	Вопросы к зачету (7-11)

		исследуемого рынка	<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 		
3	Тема 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<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 зачету (12-13, 15-20)
4	Тема 4. Internet-банкинг	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<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 зачету (11, 12)

5	Тема 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<i>знает:</i> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача 5 (ПР-11)	Вопросы к зачету (23-25)
			<i>умеет:</i> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина		
			<i>владеет:</i> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании		
6	Тема 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<i>знает:</i> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задача 6 (ПР-11)	Вопросы к зачету (26, 30, 19-21)
			<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		

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 разделе X.

VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. 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>
2. 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>
3. Лapidус, Л. В. / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/947029>
4. 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)

1. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина : пособие / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 332 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091107>
2. 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>
3. 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>
4. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.akit.ru/> Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)
2. <http://www.a-ib.ru> - Сайт ассоциации «Интернет и бизнес»
3. <http://www.webmoney.ru/>- WebMoney Transfer — международная система расчетов и среда для ведения бизнеса в сети
4. <http://money.yandex.ru> – электронная платежная система ЯндексДеньги
5. <https://rbkmoney.ru> – электронная платежная система RBK Money
6. <http://www.cyberplat.ru> – электронная платежная система CyberPlat «КиберПлат»
7. <https://www.paypal.com> – электронная платежная система PayPal

VIII.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Электронная коммерция» предусматривает следующие виды учебной работы:

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

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Электронная коммерция» является зачет с оценкой, 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 зачете с оценкой следующие: 86-100 баллов – «зачтено», 76-85 баллов – «зачтено», 61-75 баллов – «зачтено», 60 и менее баллов – «не зачтено».

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

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

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

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

$P(n)$ – рейтинг студента;

m – общее количество контрольных мероприятий;

n – количество проведенных контрольных мероприятий;

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

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

k_i – весовой коэффициент i -го контрольного мероприятия;

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

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Сценарий изучения дисциплины предполагает:

- посещение аудиторных занятий;
- самостоятельное углубленное изучение теоретических тем курса по источникам, представленным в списке учебной литературы;

- самостоятельное 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.

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 практических 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 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. 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 каждой темы. Повторение материала облегчает в дальнейшем подготовку к зачету.

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

– изучение основной и дополнительной литературы по теме курса –30 минут;

– подготовка к практическому занятию, предполагающая выполнение кейс-задач – 2 час.

Тогда общие затраты времени на освоение курса «Электронная коммерция» студентами составят около 2,2 час. в неделю.

Описание последовательности действий обучающихся, или алгоритм изучения дисциплины

Учебный процесс студента по дисциплине «Электронная коммерция» сводится в последовательном изучении тем аудиторных практических занятий. 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 изучение основной и дополнительной литературы.

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 и подготовка к тестированию по темам курса.

7. Подготовка к зачету (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 электронном виде хранятся на кафедре маркетинга, коммерции и логистики (в департаменте маркетинга и развития рынков).

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) учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся включают план-график самостоятельной работы по

дисциплине, характеристику заданий для самостоятельной работы обучающихся и рекомендации по их выполнению.

3) 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 зачету

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

В случае если дисциплина участвует в рейтинговой системе оценки успеваемости и зачет (как контрольное мероприятие) в рейтинг-плане

дисциплины имеет нулевой вес, то преподаватель проводит промежуточную аттестацию в последнюю неделю теоретического обучения по дисциплине.

Сдачи зачета предшествует работа студента на 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 зачету. В процессе подготовки к зачету обучающимся следует придерживаться следующих рекомендаций:

1) Подготовку к зачету необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на зачет. При подготовке ответов следует использовать рекомендованную основную и дополнительную литературу.

2) Во время подготовки к зачету 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 зачету обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями.

IX. 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 плоскопечатных 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.

X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

«Электронная коммерция»

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-1 - способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде
Информационно-аналитический	ПК-2 - способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<i>знает</i> основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - модель дистанционного банковского обслуживания; виды систем удаленного управления счетами; основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правовое регулирование электронной коммерции; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; сущность и принципы использования криптовалюты; сущность трансграничной электронной торговли, правовое регулирование трансграничной электронной торговли в России;
	<i>умеет</i> анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать налоговую нагрузку на трансграничные электронные покупки в стране
	<i>владеет</i> навыками оптимизации форм оплаты виртуальных магазинов с помощью банковских карт; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; навыками выявления тенденций развития трансграничной электронной торговли страны на основе анализа в динамике параметров электронного рынка
ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном	<i>знает</i> 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; уровни представленности предприятий в Интернет; эволюцию моделей комплекса маркетинга; основные модели комплекса электронного маркетинга и

рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	содержание составляющих элементов; формы оплаты, методы доставки, реализуемые виртуальными торговцами
	умеет анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки
	владеет методами и средствами анализа темпов развития рынка электронной коммерции страны; навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны; 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

Контроль достижений целей курса

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Тема 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet	ПК-2.1-оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международно м рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	<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 	Тест 1 (ПР-4) Кейс-задачи 1.1, 1.2, 1.3 (ПР-11)	Вопросы к зачету (1-6)

			особенностей развития рынка электронной коммерции страны		
2	Тема 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система	ПК-2.1- оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международно м рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	<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 зачету (7-11)
3	Тема 3. Традиционные платежные системы на основе банковских карт, виды карт	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<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 зачету (12-13, 15-20)

4	Тема 4. Internet-банкинг	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<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 зачету (11, 12)
5	Тема 5. Основные понятия криптографии, безопасность и надежность функционирования платежных технологий	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы шифрования - принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа - правовое регулирование электронной коммерции <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать безопасность оплаты виртуального магазина <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления безопасностью платежей на сайте компании 	Тест 5 (ПР-4) Кейс-задача 5 (ПР-11)	Вопросы к зачету (23-25)
6	Тема 6. Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	ПК-1.1- организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет - модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей 	Тест 6 (ПР-4) Кейс-задача 6 (ПР-11)	Вопросы к зачету (26, 30, 19-21)

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)	Критерии	Показатели	Баллы			
ПК-1 - способен к разработке, реализации и развитию профессиональных проектов с применением инновационных технологий с целью повышения эффективности деятельности предприятия	ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде	<i>знает</i> основные принципы функционирования традиционных платежных систем на основе карт, структуру и функции участников; - модель дистанционного банковского обслуживания; виды систем удаленного управления счетами; основные методы шифрования; принципы работы электронной цифровой подписи и электронного сертификата ключа; правовое регулирование электронной коммерции; классификации электронных платежных систем, функционирующих в Интернет; модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей; сущность и принципы использования криптовалюты; сущность трансграничной электронной торговли, правовое регулирование трансграничной электронной торговли в России;	Отсутствие знаний	Пороговый	0-30			
			Фрагментарные знания		31-60			
			Неполные знания	Базовый	61-75			
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		76-85			
			Сформированные и систематические знания		Высокий	86-100		
		умеет анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки; анализировать рынок карточных продуктов страны; анализировать безопасность оплаты виртуального магазина; анализировать популярность электронных платежных систем на региональном виртуальном рынке; анализировать налоговую нагрузку на трансграничные электронные покупки в стране	владет навыками оптимизации форм оплаты виртуальных		Отсутствие умений	Пороговый	0-30	
					Частично освоенное умение		31-60	
					В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	61-75	
					В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		76-85	
					Успешное и систематическое умение		Высокий	86-100
			Отсутствие навыков	Пороговый	0-30			

		магазинов с помощью банковских карт; навыками управления безопасностью платежей на сайте компании; умением разрабатывать рекомендации по совершенствованию форм оплаты виртуального магазина с использованием электронных платежных систем и систем мобильных платежей; навыками выявления тенденций развития трансграничной электронной торговли страны на основе анализа в динамике параметров электронного рынка	Частично освоенные навыки		31-60	
			В целом успешные, но не систематические навыки	Базовый	61-75	
			В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы навыки		76-85	
ПК-2 - способен проводить маркетинговые исследования с использованием инновационных технологий	ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка	знает основные принципы функционирования Internet, структуру и специфические черты Рунета; систему адресации Интернет; содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet; электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции; 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	Отсутствие знаний	Пороговый	0-30	
			Фрагментарные знания		31-60	
			Неполные знания	Базовый	61-75	
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		76-85	
			Сформированные и систематические знания		Высокий	86-100
			умеет анализировать основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели); исследовать основные детерминанты электронного рынка страны; идентифицировать реализуемую предприятием модель комплекса маркетинга; проводить сравнительный анализ виртуальных магазинов определенной специализации региона по ассортименту, формам оплаты и формам доставки	Отсутствие умений	Пороговый	0-30
				Частично освоенное умение		31-60
				В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	61-75
				В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		76-85
				Успешное и систематическое умение		Высокий
владеет методами и средствами анализа темпов развития рынка	Отсутствие навыков	Пороговый	0-30			

		электронной коммерции страны; навыками определения тенденций и особенностей развития рынка электронной коммерции страны; 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	Частично освоенные навыки		31-60
			В целом успешные, но не систематические навыки	Базовый	61-75
			В целом успешные, но содержащие отдельные пробелы навыки		76-85

Примеры промежуточного контроля

Зачетно-экзаменационные материалы

Список вопросов к зачету:

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.
31. Криптовалюта и ее роль в электронной коммерции.
32. Трансграничная электронная торговля.

Критерии оценки студента на зачете по дисциплине «Электронная коммерция»

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»	Оценка «зачтено» 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	«зачтено»	Оценка «зачтено» 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	«зачтено»	Оценка «зачтено» 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	«не зачтено»	Оценка «не зачтено» 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.

Примеры заданий текущего контроля

Тесты для дисциплины «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.*

- A. Высокоуровневые протоколы
- B. Низкоуровневые протоколы

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

- A. Высокоуровневые протоколы
- B. Низкоуровневые протоколы

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

- A. Доменное имя
- B. IP-адрес

- C. Браузер
- D. Протокол
- E. Топология

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

- A. IP
- B. TCP
- C. FTP
- D. HTTP

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

- A. IP
- B. TCP
- C. FTP
- D. HTTP

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

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

8. *Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.*

- A. Рунет
- B. Российский Internet

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

А. Полное доменное имя

В. Относительное имя

С. Краткое имя

10. В адресе поисковой системы *http://www.yandex.ru* его часть *yandex*.

А. Полное доменное имя

В. Относительное имя

С. Краткое имя

11. В адресе поисковой системы *http://www.yandex.ru* его часть *www.yandex*.

А. Полное доменное имя

В. Относительное имя

С. Краткое имя

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

А. Домен первого уровня

В. Домен второго уровня типа GENERIC

С. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

Д. Домен третьего уровня

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

А. Домен первого уровня

В. Домен второго уровня типа GENERIC

С. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

Д. Домен третьего уровня

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

А. Домен первого уровня

В. Домен второго уровня типа GENERIC

С. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

Д. Домен третьего уровня

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

А. Домен первого уровня

В. Домен второго уровня типа GENERIC

С. 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. С. 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

- В. Агентство коммерческой информации
- С. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- Е. Виртуальный магазин
- Г. 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).

- А. Виртуальная витрина
- В. Агентство коммерческой информации
- С. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- Е. Виртуальный магазин
- Г. Электронное правительство

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

- А. Виртуальная витрина
- В. Агентство коммерческой информации
- С. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- Е. Виртуальный магазин
- Г. 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.

- А. Виртуальная витрина
- В. Агентство коммерческой информации

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

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

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

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

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

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

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

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

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

С. Не реже раза в месяц

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

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

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

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

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

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

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

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

- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

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

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

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

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

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

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

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

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

- A. Personalization (персонализация сайта)
- B. Privacy (конфиденциальность)

- C. Community (сообщество)
- D. Customer Service (сервис потребителя)
- E. Site Design (дизайн сайта)
- F. Security (безопасность)

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

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

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

21. Укажите элемент модели комплекса маркетинга 6C

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 6C

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 БС

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 БС

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)

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

Примеры кейс-задач по темам курса

Занятие 1. Сущность Internet и ландшафт российского Internet (6 час., в том числе МАО – 1,5 час.)

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

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

Для выполнения ситуационного задания необходимо последовательно выполнить следующие действия:

- зайти на сайт Администратора национального домена страны (например, для РФ - это Координационный центр национального домена сети Интернет, на котором представлен список аккредитованных регистраторов РФ¹; для КНР – это China Internet Network Information Center (CNNIC), на котором представлен список аккредитованных регистраторов Китая²);

- собрать краткую историческую справку по национальному домену: в каком году выделен, кто выступил инициатором, какой организации делегировано право управлять зоной национального домена, подробно описать правила регистрации доменных имен в национальной зоне

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

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

(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.

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

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

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

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

Отчет по ситуационному заданию должен включать следующие элементы:

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

Занятие 2. Уровни представленности предприятия в Internet и национальная платежная система (6 час., в том числе МАО – 1, 5 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.

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).

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» - зачет с оценкой (2 семестр). Предполагается устная форма зачета: устный опрос в форме собеседования на вопросы к зачету.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения практических занятий студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС. Критерии оценки студента на зачете представлены в X разделе. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (кейс-задачи и тестирование) представлены в X разделе.

Критерии оценки студента на зачете по дисциплине «Электронная коммерция»

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»	Оценка «зачтено» 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	«зачтено о»	Оценка «зачтено» 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	«зачтено»	Оценка «у зачтено» 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	«не зачтено»	Оценка «не зачтено» 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

Код и формулировка компетенций	Задание
<p>ПК-1.1 - организует продвижение и продажи товаров в электронной среде</p> <p>ПК-2.1 - оценивает текущую ситуацию на виртуальном региональном, национальном, международном рынке товаров и услуг, выявляет тенденции развития исследуемого рынка</p>	<p>Ситуация: Китайская торговая сеть ювелирной продукции «Chinese Gold», работающая 10 лет на национальном рынке, планирует интернет-продажи на российском рынке, торговая сеть планирует создание собственного сайта и мобильного приложения на русском языке. Предполагается проведение пробного маркетинга в одном из регионов РФ (город, край) сроком 1 месяц.</p> <p>Задание: Сформулируйте и обоснуйте такие элементы представленности торговой компании в Рунет как:</p> <ul style="list-style-type: none"> – возможный регион продаж для тестирования продаж (пробного маркетинга) – сегменты потребителей продукции (портрет, размер сегментов); – предложите доменное имя для сайта; – формы оплаты на сайте торговой сети и платежные инструменты; – формы доставки на территории РФ; – каналы и площадки продвижения сайта и мобильного предложения; – оцените налоговую нагрузку на трансграничные онлайн-покупки российских потребителей.

