

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет информатики и информационных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Интернет-технологии ведения бизнеса

Кафедра

прикладной информатики и математических
методов в управлении

факультета информатики и информационных технологий

Образовательная программа

09.03.03 Прикладная информатика

Профиль

Прикладная информатика в менеджменте

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения: **очная**

Статус дисциплины:

вариативная (обязательная)

Махачкала 2018 год

Рабочая программа дисциплины «Интернет-технологии ведения бизнеса» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **09.03.03 Прикладная информатика** (уровень - бакалавриат) от «12» марта 2015 г. № 207.

Разработчик: кафедра Прикладной информатики и математических методов в управлении, Магомедов Али Магомедович, к.э.н., профессор, Муртилова Камила Магомед-камиловна, ст.преподаватель кафедры ПИиММУ

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры ПИиММУ от «13» марта 2018г., протокол № 7

Зав. кафедрой



(подпись)

Камилов М-К.Б.

на заседании Методической комиссии ФИиИТ факультета от
«20» марта 2018г., протокол №4.

Председатель



Камилов М-К.Б.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «27» марта 2018г.



(подпись)

Оглавление

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	6
4. Объем, структура и содержание дисциплины	7
4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.	7
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)	9
4.3.1. <i>Содержание лекционных занятий по дисциплине</i>	9
4.3.2. <i>Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине</i>	
4.3.2. <i>Содержание лабораторно-практических занятий по дисциплине</i>	10
5. Образовательные технологии	12
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	13
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	24
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Интернет-технологии ведения бизнеса» входит

в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению
09.03.03 Прикладная информатика (профиль – Прикладная информатика в
менеджменте)

Дисциплина реализуется кафедрой ПИиММУ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением концепции электронной коммерции; анализом развития электронной коммерции в мировом сообществе и в России; приобретением знаний в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия; изучением правовых основ регулирования электронной коммерции; изучением современных технологий совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными; приобретением навыков анализа и оценки эффективности электронной коммерции; приобретением знаний и навыков в области разработки и внедрения проектов электронной коммерции в систему управления компаний.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, практические занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольная работа, устный опрос, тестирование, коллоквиум и пр.* и промежуточный контроль в форме *зачета.*

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в 72 академических часах по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия								Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	Всего	в том числе							
		Контактная работа обучающихся с преподавателем						СРС, в том числе экзамен	
		Всего	из них						
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации		
7	72	34	18		16	-		38	зачет

1.Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины» являются приобретение знаний, навыков и способностей в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия, правового регулирования электронной коммерции, применения современных технологий электронной торговли, анализа и оценки эффективности виртуальных каналов взаимодействия с клиентами.

2.Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Интернет-технологии ведения бизнеса» входит в вариатив н
ую часть образовательной программы бакалавриата по направлению ПО
направлению подготовки (специальности) **09.03.03 Прикладная**
информатика (уровень _- бакалавриат), профиль –Прикладная
информатика в менеджменте.

Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения
навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Экономика;
- Основы Web - программирования.

В процессе освоения дисциплины «Интернет-технологии ведения бизнеса»
формируются знания и умения, помогающие студенту в последующем освоении
профильных дисциплин и прохождении производственной практики.

**3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины
(перечень планируемых результатов обучения)**

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-7	способностью способность проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения решения прикладных задач	Знает: базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции, модели создания электронных магазинов, характеристики электронных платежных систем Умеет: выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка. Владеет: умением и навыками информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности в сфере электронной коммерции; методами и средствами организации электронной коммерции.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов.

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Основы Интернет-технологий в бизнесе								
1	Введение в Интернет-технологии ведения бизнеса	7	1-2	2		2	8	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	Этапы развития Интернет-экономики	7	3	2		2	6	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	Основные бизнес-модели в Интернете	7	6	4		4	4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	Итого по модулю:			8		8	20	Контрольная работа
Модуль 2. Электронный бизнес								
1	Электронный бизнес в рыночной системе	7	10	4		2	4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
2	Веб-сайт как основа бизнеса в Интернете	7	11	2		2	4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
3	Торговые системы в интернет-среде	7	12	2		2	4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий

4	Электронные платежные системы	7	16-17	2		2	4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	Итого по модулю :			10		8	18	Контрольная работа
	ИТОГО:		1-18	18		16	38	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. держание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Основы Интернет-экономики

Тема 1. Введение в Интернет-технологии ведения бизнеса

Понятие Интернет-экономики и интернет-предпринимательства. Специфика экономических отношений в Интернете. Информация как основной продукт Интернет-экономики. Социально-экономические характеристики Интернет-экономики.

Тема 2. Этапы развития Интернет-экономики

Предпосылки возникновения Интернет-экономики. Основные этапы развития Интернета. Основные противоречия развития Интернет-экономики

Тема 3. Основные бизнес-модели в Интернете

Сегменты рынка электронной коммерции (B2B, B2C, C2C). Особенности коммерции на потребительском и промышленном рынках. Основные направления развития электронной коммерции в секторе B2C. Торговля традиционными товарами и услугами. Торговля информационными услугами. Торговля финансовыми услугами.

Модуль 2. Электронный бизнес

Тема 4. Электронный бизнес в рыночной системе

Понятие и сущность электронного бизнеса. Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронного бизнеса. Факторы развития систем электронного бизнеса. Преимущества использования электронного бизнеса.

Тема 5. Веб-сайт как основа бизнеса в Интернете

Модели создания электронных магазинов. Выбор концепции развития. Описание web-узла и его разработка. Планирование долговременных транзакций. Взаимодействие с поставщиками. Создание динамичного каталога. Модель открытого и иерархического рынка. Организация гибкого интерфейса. Установление цен. Выбор платежных средств. Внедрение протоколов шифрования. Интернет-реклама. Принятие заказов через web-узел. Обработка заказов. Выполнение заказов. Прием платежей. Осуществление взаиморасчетов. Доставка товаров/услуг.

Тема 5. Торговые системы в интернет-среде

Классификация торговых интернет-систем. Интернет-магазин. Основные функции интернет-магазина. Интернет-площадки. Интернет-аукционы.

Тема 6. Электронные платежные системы

Особенности транзакций в Интернет. Требования к платежным системам. Интернет-платежные системы для текущих и оптовых платежей. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Организация расчетов в Интернет с использованием магнитных кредитных и дебетовых карт. Протокол SET и его модификации. Расчеты электронными чеками и их особенности. Смарт-карты, их виды и особенности. Спецификация EMV. Организация расчетов с использованием «электронных кошельков». Интернет-платежные системы в России.

4.3.2. держание лабораторно-практических занятий по дисциплине

Занятие № 1

«Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса»

Найти и проанализировать характеристики компаний в рамках заданного вида деятельности

Научиться выделять отличительные признаки в работе компаний в рамках Интернет-предпринимательства

Научиться выполнять SWOT-анализ для заданного вида деятельности в рамках Интернет-предпринимательства.

Занятие № 2

«Коммерческий цикл и стратегии выхода в электронном бизнесе»

Научить выделять субъекты и объекты коммерческой деятельности;

Закрепить понимание общего коммерческого цикла деятельности предприятия и предшествующих (последующих) этапов;

Научиться формулировать содержание коммерческого цикла для произвольного вида деятельности;

Закрепить содержание, входные и выходные сущности каждого из этапов коммерческого цикла в рамках электронной коммерции;

Рассмотреть реализацию различных стратегий по выходу в ИнтПр, преимущества и недостатки каждой из них по сравнению со смежными стратегиями.

Занятие № 3

Основные бизнес-модели в Интернете, «Сравнительная характеристика предприятий сектора B2B»

Знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Customers (B2C). Сравнительная характеристика по заданным параметрам.

Занятие № 4 «

Сравнительная характеристика предприятий сектора B2B»

Знакомство с представленными в глобальной сети Интернет предприятиями электронной коммерции сектора Business-to-Business (B2B). Сравнительная характеристика по заданным параметрам.

от размещения рекламы на различных площадках

Занятие № 5

«Веб-сайт как основа бизнеса в Интернете»

Описание web-узла и его разработка. Планирование долговременных транзакций. Взаимодействие с поставщиками. Создание динамического каталога. Модель открытого и иерархического рынка. Организация гибкого интерфейса. Установление цен. Выбор платежных средств.

Занятие № 6 «Платёжные системы электронной коммерции»

Дать сравнительную характеристику двух электронных платёжных систем (в соответствии с выбранным вариантом) по предложенным характеристикам.

Рассмотреть различные технологии осуществления электронных расчётов в сети Интернет; Научиться выбирать наиболее подходящие способы расчётов для различных целевых групп интернет-проектов; Проанализировать конкретные системы, реализующие выбранные технологии в Интернет-предпринимательстве.

5. Образовательные технологии

В зависимости от видов учебной деятельности предусматривается применение различных видов образовательных технологий. Основной вид учебной нагрузки – это лекция. На лекции максимально используются современные мультимедийные средства, видеокурсы. Технология интерактивного обучения при чтении лекции должна быть основной. Лектор излагает не готовые знания, а ставит проблему, побуждает интерес студентов, постепенно приводит их к принятию правильного решения. На семинарах следует широко использовать дискуссии, элементы «мозгового штурма», «деловой игры». Участники семинара стараются выдвинуть как можно больше идей, подвергая их критике, потом выделяют главные, которые обсуждаются и развиваются.

На практических занятиях решаются задачи и хозяйственные ситуации, используя при этом компьютерные технологии. По каждой теме в начале семинара или практического занятия можно провести компьютерное тестирование.

К чтению отдельных лекций по новым направлениям и проведению семинаров можно приглашать экспертов и специалистов.

Студент должен получить электронную версию учебно-методического обеспечения дисциплины (РП, конспекты лекций, планы и задания к семинарам и практическим занятиям и т.д.).

Посредством интернета организовывается дистанционное обучение, проводятся консультации студентов, проверяется их самостоятельная работа, осуществляется руководство проектами.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предусматривает 38 часов

Разделы и темы для самостоятельного изучения	Виды работ	Норма времени на выполнение (в часах)
Тема 1	Введение в электронную коммерцию . Написание реферата	2
	Подготовка к семинару	2
Тема 2	Сегменты электронной коммерции и их особенности	2
	Подготовка к контрольной работе	3
Тема 3	Сделать электронную презентацию по теме; Регулирование электронной коммерции	2
	Подготовка к семинару	2
Тема 4	Создание сайта электронного магазина	6
	Подготовка к модульной контрольной работе	
Тема 5	Подготовка семинару. Электронные платежные системы.	4
	Написание доклада по теме.	3
Тема 6	Подготовка к семинару. Концепция электронного правительства	4
	Итого	72

Темы дисциплины для самостоятельного изучения:

Тема дисциплины	Содержание темы для самостоятельного изучения и ссылки на литературу	Количество часов	Форма контроля
Тема 1	Введение в Интернет-предпринимательство Литература: 1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с. 2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко,	4	Контрольное тестирование
	2012 - 684 с.		
Тема 2	Сегменты электронной коммерции и их особенности Литература: 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 2. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с. 4. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с.	5	Контрольное тестирование
Тема 3	Регулирование электронной коммерции Литература: 1. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 2. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с. 3. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с. 4. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСИР, 2009 – 368 с.	4	Контрольное тестирование

Тема 4	Электронные магазины Литература: 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 2. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с. 4. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с.	6	Контрольное тестирование
Тема 5	Электронные платежные системы Литература: 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с.	5	Контрольное тестирование
	2. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с. 3. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСИР, 2009 – 368 с.		
Тема 6.	Перспективы электронной коммерции Литература: 1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с. 2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 3. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с.	4	Контрольное тестирование
Итого		72	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-7	способностью способность проводить описание прикладных процессов и информационного обеспечения решения прикладных задач	Устный опрос, письменный опрос, тестирование

7.2. Типовые контрольные задания

(Указываются темы эссе, рефератов, курсовых работ и др. Приводятся примерные тестовые задания, контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.)

1. Перспективы развития электронных рынков.
2. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Влияние электронной коммерции на глобализацию экономических процессов.
4. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
5. Предпосылки развития электронной коммерции.
6. Электронная коммерция и ее влияние на национальную экономику.
7. Инфраструктура электронной коммерции.
8. Влияние электронной коммерции на традиционные формы розничной торговли.
9. Электронная коммерция в розничной торговле.
10. Совершенствование технологии продаж через Интернет.
11. Платежные системы и повышение их надежности как предпосылка развития электронной коммерции.
12. Особенности мониторинга потребительского рынка в условиях электронной коммерции.
13. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.
14. Эволюция дизайна веб-сайтов предпринимательских структур.
15. Электронная коммерция: безопасность и риски.
16. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции
17. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
18. CRM как компонент обслуживания потребителей.
19. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
20. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
21. Использование электронной коммерции в розничных сетевых торговых фирмах.
22. Специфика моделей электронной коммерции в сфере услуг.
23. Влияние электронной коммерции на поведение покупателей.
24. Реклама товаров и услуг в Интернет.
25. Особенности использования электронной коммерции в малом бизнесе.
26. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных сообществ.
27. Перспективы глобализации электронной коммерции.
28. Особенности развития электронной коммерции в Европейских странах.
29. Отличительные особенности нормативно-правового обеспечения в зарубежных странах
30. Правовое регулирование Интернет-банкинга в РФ
31. Правовое регулирование использования электронной подписи в РФ.

- 32. Статус и механизм использования электронных денег в праве РФ.
- 33. Правовое регулирование электронной коммерции в РФ
- 34. Защита прав потребителей в сфере электронной коммерции в праве РФ
- 35. Проблемы правового регулирования отношений в сфере электронной коммерции с участием иностранного элемента в РФ.
- 36. Коммерческая тайна в процессе осуществления электронной коммерции.

Примерные тестовые задания

1. Что собой представляет концепция MRP?

- А) планирование производственных ресурсов
- Б) создание единого хранилища данных, содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения деловых операций
- В) учет затрат предприятия

2. Что включает стандарт CSRP?

- А) полный цикл от проектирования будущего изделия, с учетом требований заказчика, до гарантийного и сервисного обслуживания после продажи
- Б) планирование загрузки производственных линий современных предприятий
- В) расчет себестоимости и цены единицы товара

3. Что включает протокол TCP/IP?

- А) транспортный протокол
- Б) адресный протокол
- В) пользовательский протокол

4. Перечислите виды бизнес-операций в электронной среде:

- А) установление контакта, обмен информацией, предпродажная и послепродажная поддержка, акт продажи, оплата покупки, создание виртуального предприятия, реализация самостоятельных бизнес-процессов
- Б) электронный магазин, электронная реклама, информационный портал, платежные системы
- В) виртуальный магазин, баннерная реклама, интернет-маркетинг

5. Перечислите основные принципы функционирования Internet – экономики:

- А) принцип положительной обратной связи; принцип полноты; принцип бесплатности; принцип приверженности (лояльности); принцип переоценки ценностей; принцип обратного ценообразования
- Б) принцип экспоненты; принцип переломных точек. принцип возрастающего эффекта
- В) принцип глобализации; принцип хаоса; принцип анархии; принцип клонирования
- Г) принцип системности; принцип доступности; принцип эффективности; принцип информированности
- Д) принцип интегративности; принцип научности; принцип прагматичности; принцип взаимодействия спроса и предложения; принцип равновесия

7. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

- А) электронный маркетинг; создания электронных магазинов
- Б) коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции
- В) администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;
- Г) ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов
- Д) консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности
- Е) производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги

Ж) диагностика механизированного оборудования; оценка качества

8. Что такое Транзакция?

- А) деловая операция
- Б) сделка в сети
- В) взаимодействие двух участников в сети

9. Перечислите основные проблемы правового обеспечения в электронной коммерции:

- А) проблема защиты средств индивидуализации
- Б) правовая неразрешенность вопроса об отнесении или неотнесении к средствам индивидуализации доменного имени в сети Интернет
- В) проблемы защиты исключительных прав на программы
- Г) неопределенность правового статуса электронных (цифровых) версий традиционных средств массовой информации
- Е) регулирование трудовых отношений в виртуальном коллективе

10. Организация работы в среде электронного бизнеса основана на формировании следующих уровней:

- А) концептуальный, логический, физический, технический, ресурсный, транспортный
- Б) пользовательский, представления, сеансовый, транспортный, сетевой, соединений, физический
- В) информационный, программный, технический, технологический, сетевой, администрирования

11. Перечислите основные компоненты инфраструктуры сетевой экономики:

- А) компоненты инфраструктуры системы электронной коммерции, разновидности организационных форм
- Б) программное обеспечение, сети, пользователи, техническое обеспечение, доступ к данным
- В) провайдер, сетевые ресурсы, информационные ресурсы, представители электронного бизнеса

12. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

- А) специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь
- Б) почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы
- В) виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов
- Г) биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи
- Д) автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга
- Е) система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

13. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:

- А) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G
- Б) модели B2B, C2B, A2C, A2A
- В) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C

14. Что собой представляет модель Business-to-Business (B2B)?

- А) сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг
- Б) сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг
- В) виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями
- Г) сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта

15. Какие из перечисленных параметров не учитываются в Экономико-организационной модели определения цены на виртуальные продукты:

- А) базовая цена произведенного продукта (товара)
- Б) количество рассматриваемых аналогов оцениваемого продукта
- В) обобщенные оценки стратегий продвижения и распределения фирм-производителей продуктов и их аналогов
- Г) параметры спроса (прогнозируемое количество продаж товара, верхний и нижний пределы цены для потребителей)
- Д) вектор составляющих затрат (производство, продвижение, сервисное обслуживание)

16. Какие Модели, ориентированы на бизнес-партнера:

- А) электронная реклама
- Б) электронная торговля
- В) информационные услуги
- Г) электронное здравоохранение
- Д) дистанционное обучение
- Е) управление взаимоотношениями с клиентами; электронное управление закупками
- Ж) электронные аукционы
- З) электронные биржи
- И) порталы
- К) платежные системы

17. Перечислите составляющие электронного управления закупками:

- А) системы электронных каталогов и агрегатов данных
- Б) системы поиска встречных заявок
- В) системы электронного проведения тендеров
- Г) системы информационного обеспечения
- Д) системы интерактивного доступа

18. Перечислите виды электронных аукционов по степени информированности:

- А) публичные аукционы
- Б) приватные аукционы
- В) тихие аукционы
- Г) индивидуальный аукцион
- Д) громкие аукционы
- Е) датский аукцион

19. Какие Модели, ориентированы на конечного пользователя:

- А) электронная реклама
- Б) электронная торговля
- В) информационные услуги
- Г) электронное здравоохранение
- Д) дистанционное обучение
- Е) электронное управление закупками

- Ж) электронные аукционы и биржи
- З) порталы

20. определите Составляющие интернет-маркетинга:

- А) баннерная реклама и public relations
- Б) электронная торговля товарами и услугами
- В) методы и средства проведения эффективных рекламных кампаний
- Г) методика проведения маркетинговых исследований в Интернете
- Д) методы разработки рекламных сообщений
- Е) способы правильного позиционирования торговой марки на рынке
- Ж) платежная система Интернета, службы доставки товара

21. перечислите основные коммуникации интернет-маркетинга:

- А) спам
- Б) e-mail-маркетинг
- В) подпись к сообщениям e-mail
- Г) поиск клиентов, заказчиков и партнеров
- Д) организация почтовой рассылки
- Е) реклама
- Ж) электронный магазин
- З) платежная система

22.. Баннерная реклама – это ...

- А) использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
- Б) комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
- В) прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
- Г) вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

Вопросы к экзамену

1. Электронный бизнес и электронная коммерция как новые экономические явления. Их определение и сущность.
2. Понятие электронных рынков, их виды и особенности.
3. Традиционный и электронный бизнес: общие и отличительные черты.
4. Влияние электронной коммерции на трансформацию организационно-управленческих моделей бизнес-систем.
5. Роль Интернет в развитии электронной коммерции.
6. Преимущества и недостатки электронной коммерции.
7. Процесс электронной коммерции: основные этапы.
8. Необходимые и достаточные условия развития электронной коммерции.
9. Типология электронной коммерции
10. Внутриорганизационные информационные системы: назначение и структура.
11. Сегменты рынка электронной коммерции и их особенности.
12. Сегмент B2B и его характеристика.
13. Сегмент B2C и его характеристика.
14. Сегмент C2C и его характеристика.

15. Особенности электронной коммерции в сфере интеллектуальной собственности.
16. Методы государственного регулирования электронной коммерции в развитых странах и России.
17. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи».
18. Регулирование проблем невыполнения обязательств по электронным сделкам (мировой и отечественный опыт).
19. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
20. Методы исследования рынка в электронной коммерции.
21. Модели создания и развития электронных магазинов.
22. Планирование долговременных транзакций.
23. Использование Интернет-рекламы и индивидуального маркетинга.
24. Критерии выбора используемых платежных средств.
25. Подходы к оценке электронного бизнеса и финансовых рисков.
26. Измерение эффективности электронной коммерции.
27. Особенности российских Интернет-магазинов.
28. Виды финансовых Интернет-услуги и их особенности.
29. Современные формы домашнего банкинга. Интернет-банкинг в развитых странах и России.
30. Интернет-трейдинг как новый вид финансовых услуг в России.
31. Транзакции в Интернет и требования к платежным системам.
32. Характеристика электронных платежных систем используемых в Интернете.
33. Характеристика основных видов электронных платежных средств используемых в Интернете.
34. Расчеты с использованием кредитных и дебетовых карт. Преимущества и недостатки.
35. Расчеты с использованием электронных чеков. Преимущества и недостатки.
36. Расчеты с использованием «электронных кошельков». Преимущества и недостатки.
37. Расчеты с использованием электронных наличных. Преимущества и недостатки.
38. Смарт-карта как перспективное средство платежа в Интернете.
39. Обеспечение безопасности при расчетах в Интернете.
40. Экономические перспективы развития электронной коммерции в развитых странах и России.
41. Влияние электронной коммерции на деятельность современных компаний и финансовых посредников.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы

формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 20 баллов,
- участие на практических занятиях - 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 30 баллов. Промежуточный контроль по дисциплине включает:
- устный опрос - 30 баллов,
- письменная контрольная работа - 40 баллов,
- тестирование - 30 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; ред. С.В. Пирогова. - 4-е изд. перераб. и доп. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 684 с. - ISBN 978-5-394-01738-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112231> (17.02.2018).
2. Макаренкова, Е.В. Сетевая экономика : учебное пособие / Е.В. Макаренкова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 119 с. - ISBN 978-5-374-00527-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93145> (17.02.2018).
3. Малышев, С.Л. Основы интернет-экономики : учебное пособие / С.Л. Малышев. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 120 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-374-00556-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90789> (17.02.2018).
4. Нам, С.Э. Основы электронного бизнеса : практикум / С.Э. Нам ; Поволжский госу- дарственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - 52 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1911-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483705> (17.02.2018).

б) дополнительная литература

1. Интернет - магазин : правовые основы, особенности учета и налогообложения/ Л. П. Фомичева. - М. : Вершина, 2008.
2. Калужский, М.Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование : монография / М.Л. Калужский ; Омский госу- дарственный технический университет. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 260 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 212-240. - ISBN 978-5-4475-9442-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473028> (17.02.2018).

3. Раскрутка Web-сайтов. Эффективная Интернет-коммерция/ Н. В. Евдокимов. - М. : И.Д. Вильямс, 2008.
4. Системы электронной коммерции/ Я. В. Ахромов. - М. : "Оникс", 2007.
5. Электронная коммерция : учебное пособие: учебное пособие/ Е . В . Сибирская, О . А . Старцева. - М. : ФОРУМ, 2008.
6. Федеральный закон РФ «Об электронной цифровой подписи» № 1-ФЗ от 10.01.2002.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интер- нет», необходимых для освоения дисциплины

1. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 12.03.2018).
2. Научная электронная библиотека. <http://elibrary.ru> (11.03.2018)
3. ЭБС образовательных и просветительских изданий. <http://www.iqlib.ru/> (10.03.2018)
4. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режимдоступа: <http://elib.dgu.ru/> (дата обращения: 12.03.2018).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания студентам должны раскрывать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса (или его раздела/части), практических и/или семинарских занятий, лабораторных работ (практикумов), и практическому применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д. Основной целью лабораторно-практических занятий является закрепление студентами теоретических основ дисциплины, изученных в процессе лекционного курса и самостоятельных занятий. Практические занятия могут проводиться в различных формах. Наилучший результат дает заслушивание подготовленных студентами докладов с последующим их обсуждением в сочетании с постановкой обязательных вопросов и вызовов студентов. Помимо докладов и выступлений студенты готовят по темам занятий письменные отчеты и рефераты. Тематика докладов и рефератов определяет кафедра.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При подготовке к семинарским занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ, а также учебные материалы, размещенные на образовательных блогах преподавателей ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

- 1) мультимедийная аудитория для чтения лекций;
- 2) компьютерный класс с локальной сетью для проведения практических занятий.