

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

Кафедра «Математическое моделирование, эконометрика и статистика»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация электронной коммерции

Образовательная программа
38.03.05 Бизнес – информатика

Профиль подготовки
Электронный бизнес

Уровень высшего образования
бакалавриат

Форма обучения
очная

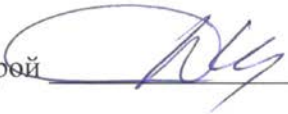
Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины "Организация электронной коммерции" составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 "Бизнес – информатика", (уровень бакалавриат) утвержденным приказом Минобрнауки РФ от «11» августа 2016г. №1002.

Разработчик : кафедра ММЭиС, Шамхалова Э.А. к.э.н., доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры ММЭиС от «30» августа 2018г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Джаватов Д.К.

на заседании Методической комиссии факультета управления от «31» августа 2018 г., протокол № 1.

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением «31» августа 2018 г. 

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1.Цели освоения дисциплины.....	5
2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	5
3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Объем дисциплины.....	6
4.2. Структура дисциплины.....	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	8
5. Образовательные технологии.....	11
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	12
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	15
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	15
7.2. Типовые контрольные задания.....	16
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	19
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	21
9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	21
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	22
11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	22
12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	22

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Организация электронной коммерции» входит в вариативную обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.05 "Бизнес – информатика".

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой «Математическое моделирование, эконометрика и статистика».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с получением знаний по использованию технологий, функционирующих в рамках глобальной сети Интернет и внутренних корпоративных сетях, для реализации «онлайн бизнеса» или перевода бизнеса из традиционного сектора экономики в сетевой.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных-ОК-3, профессиональных-ПК-16.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущего контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзаменов.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

Семес тр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцирован ный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем						СРС, в том числе экзамен	
	Всего	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
6	144	18	-	34	-	-	56+36	Экзамен.

1. Цели освоения дисциплины.

Целями освоения дисциплины «Организация электронной коммерции» является получение студентами знаний о трансформации этапов традиционного коммерческого цикла при переходе коммерческой деятельности в сетевую среду, базовых технологий, которые лежат в основе различных этапов, возможностей применения инструментов ЭК для малого, среднего и крупного бизнесов, государства и обычных граждан, выработка практических навыков по разработке и детализации этапов коммерческого цикла, оценке экономических составляющих для различных видов деятельности на отдельных этапах, созданию и использованию систем ЭК.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина «Организация электронной коммерции» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 38.03.05 "Бизнес – информатика".

Дисциплина «Организация электронной коммерции» базируется на знаниях управление ИТ- проектами; «Информатика и программирование», «Экономическая теория». Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению «Управление проектом в системах электронной коммерции» и при подготовке выпускной квалификационной работы.

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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.	Знает: понятие «сектор ЭК», классы информационных систем, открывающих перспективы развития для электронного бизнеса; каким образом изменяются основные характеристики ведения бизнеса при переходе к ЭК, какие существуют факторы успеха электронного бизнеса; Умеет: Используя Интернет и web-сервисы, осуществлять рассылки рекламных предложений; проводить анализ рынка спроса (сбыта) товаров; осуществлять торгово-денежные операции в сети Интернет. Владеет: навыком поиска и обработки информации, форматирования материалов; навыком оценки торговых площадок, сайтов, а также навыками управления стратегией развития сайта.

ПК-16	умение разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов.	Знает: процессы создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов); рынки программно-информационных продуктов и услуг. Умеет: управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов); Владеет: методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет ресурсов и систем управления контентом предприятия.
-------	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения – очная

Форма обучения – очная									
№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторны е занятия	Контроль самост. раб.	Самостоятель ная работа	
	Модуль 1.Раздел 1.Понятие и структура электронной коммерции в современной экономики.								
1.	Тема 1.1. Понятие и сущность электронной коммерции.		1	1	2			5	Текущий опрос, тестирование, домашние задания- рефераты.
2.	Тема 1.2. Электронная коммерция и её место в современной экономике.	6	2	1	2	-	-	5	Текущий опрос, тестирование, домашние задания- рефераты.
3.	Тема 1.3. Коммерческий цикл в электронной коммерции.	6	3-4	1	4	-	-	5	Текущий опрос, домашние задания- рефераты.

4.	Тема 1.4. Стратегия и тактика развития компании в электронной коммерции.	6	5-6	1	4	-	-	5	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36	1-6	4	12	-	-	20	Контрольная работа.
Модуль 2 Информационные системы и их работа в электронной коммерции.									
1.	Тема 2.1 Сектора электронной коммерции и формы предпринимательской деятельности в них.	6	7-8	2	2	-	-	8	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
2.	Тема 2.2. Информационные системы, обеспечивающие работу в электронной коммерции и их размещение в инфраструктуре сети Интернет.	6	9	2	2	-	-	6	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
3.	Тема 2.3. Создания и размещение приложений ЭК в сети Internet: этапы и участники.	6	10-11	2	4	-	-	8	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36	7-12	6	8	-	-	22	Контрольная работа
Модуль 3 Трансформация маркетинга в электронной коммерции.									
1.	Тема 3.1. Использование и конфигурирование платежных систем.	6	13	2	4	-	-	4	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
2	Тема 3.2 Авторское право в Интернете.		14	2	2			4	Текущий опрос, тестирование, домашние задания-рефераты.
3.	Тема 3.3. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции.	6	15-16	2	4	-	-	4	Текущий опрос, домашние задания-рефераты.
4.	Тема 3.4. Трансформация традиционных технологий расчётов в электронной коммерции.	6	16	2	4			4	Текущий опрос, тестирование, домашние задания-рефераты.

	<i>Итого по модулю 3:</i>	36	13-16	8	14	-	-	14	Контрольная работа.
	<i>Промежуточный контроль</i>	36							Экзамен.
ИТОГО		144	1-16	18	34	-	-	56	36

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Понятие и структура организации интернет маркетинга.

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции.

Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (техничко-экономические и правовые основы) электронной коммерции.

Тема 1.2. Электронная коммерция и её место в современной экономике.

Сущность электронной коммерции и её место в сетевой и традиционной экономике. Развитие экономических отношений на основе появления электронной коммерции. Эволюция электронной коммерции. Отличие ЭК от ЭБ. Субъекты, объекты и сектора электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес моделях ЭК.

Тема 1.3. Коммерческий цикл в электронной коммерции

Трансформация этапов коммерческого цикла под влиянием информационных технологий электронной коммерции.

Факторы снижения издержек в бизнес-моделях ЭК. Факторы успеха электронного бизнеса. Причины необходимости электронной коммерции для онлайн бизнеса.

Тема 1.4. Стратегия и тактика развития компании в электронной коммерции.

Стратегии выхода в электронную коммерцию. Отличия в процессе сбора, обработки стратегической информации, формировании стратегического и бизнес планов. Регистрация предприятия для ведения бизнеса.

Модуль 2 Информационные системы и их работа в электронной коммерции.

Тема 2.1. Сектора электронной коммерции и формы предпринимательской деятельности в них.

Модели ведения деятельности в электронной коммерции. Характеристика сектора B2B. Характеристика сектора B2C. Способы организации ведения коммерческой деятельности в секторе B2C. Способы организации ведения коммерческой деятельности в секторе C2C. Характеристика секторов B2A, B2G, C2A, C2G.

Тема 2.2. Информационные системы, обеспечивающие работу в электронной коммерции и их размещение в инфраструктуре сети Интернет

Общая структура информационной системы, позволяющей компании работать в электронной коммерции. Способы размещения элементов информационной системы ЭК в инфраструктуре сети Интернет.

Тема 2.3. Создания и размещение приложений ЭК в сети Internet: этапы и участники.

Компоненты приложения ЭК и их характеристика. Специалисты, задействованные в создании и внедрении приложений ЭК. Типовые работы на этапах создания и внедрения приложений ЭК.

Модуль 3 Трансформация маркетинга в электронной коммерции.

Тема 3.1. Использование и конфигурирование платежных систем.

Обзор работы с потребителем. Электронный сервис и его методы. Синхронный и асинхронный сервис. Обзор и методы платежных систем. Обработка кредитных карт и цифровой наличности. Безопасность электронного бизнеса.

Тема 3.2. Авторское право в Интернете.

Особенности нормативно-правового регулирования авторского права в Интернете. Российский и зарубежный опыт. Интеллектуальная Собственность.

Тема 3.2. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции.

Отличия инструментов маркетинга в традиционной и электронной среде. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции. Технологии интернет рекламы и оценка её эффективности. Технологии изучения внешней среды в сети Internet (активный и пассивный способы, опросы, анкетирование, счетчики посещений и т.д.). Измерение и оценка эффективности маркетинговых компаний.

Тема 3.3. Трансформация традиционных технологий расчётов в электронной коммерции.

Отличия технологий традиционных расчётов от технологий электронных расчётов в сети Интернет. Электронные технологии расчётов и существующие виды платёжных Интернет системы.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Понятие и структура организации интернет маркетинга.

Тема 1.1. Понятие и сущность электронной коммерции.

1. История электронной коммерции.
2. Понятие и структура рынка электронной коммерции.
3. Факторы снижения и развития издержек в бизнес-моделях электронной коммерции.
4. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции.

Тема 1.2. Электронная коммерция и её место в современной экономике.

1. Сущность электронной коммерции и её место в сетевой и традиционной экономике.
2. Развитие экономических отношений на основе появления электронной коммерции.

Тема 1.3. Коммерческий цикл в электронной коммерции

1. Трансформация этапов коммерческого цикла под влиянием информационных технологий электронной коммерции.
2. Причины необходимости электронной коммерции для офлайн бизнеса.

Тема 1.4. Стратегия и тактика развития компании в электронной коммерции.

1. Стратегии выхода в электронную коммерцию.
2. Отличия в процессе сбора, обработки стратегической информации, формировании стратегического и бизнес планов.
3. Регистрация предприятия для ведения бизнеса.

Модуль 2 Информационные системы и их работа в электронной коммерции.

Тема 2.1. Сектора электронной коммерции и формы предпринимательской деятельности в них.

1. Модели ведения деятельности в электронной коммерции.
2. Характеристика сектора B2B.
3. Характеристика сектора B2C.
4. Способы организации ведения коммерческой деятельности в секторе B2C, C2C.

Тема 2.2. Информационные системы, обеспечивающие работу в электронной коммерции и их размещение в инфраструктуре сети Интернет.

1. Общая структура информационной системы, позволяющей компании работать в электронной коммерции.
2. Способы размещения элементов информационной системы ЭК в инфраструктуре сети Интернет.

Тема 2.3. Создания и размещение приложений ЭК в сети Internet: этапы и участники.

1. Компоненты приложения ЭК и их характеристика.
2. Специалисты, задействованные в создании и внедрении приложений ЭК.
3. Типовые работы на этапах создания и внедрения приложений ЭК.

Модуль 3 Трансформация маркетинга в электронной коммерции.

Тема 3.1. Использование и конфигурирование платежных систем.

1. Электронный сервис и его методы.
2. Синхронный и асинхронный сервис. Обзор и методы платежных систем.

3. Обработка кредитных карт и цифровой наличности.
4. Безопасность электронного бизнеса.

Тема 3.2. Авторское право в Интернете.

1. Особенности нормативно-правового регулирования авторского права в Интернете.
2. Российский и зарубежный опыт.
3. Интеллектуальная Собственность.

Тема 3.3. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции.

1. Инструменты маркетинга в традиционной и электронной среде.
2. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции.
3. Технологии интернет рекламы и оценка её эффективности.
4. Технологии изучения внешней среды в сети Internet (активный и пассивный способы, опросы, анкетирование, счетчики посещений и т.д.).
5. Измерение и оценка эффективности маркетинговых компаний.

Тема 3.4. Трансформация традиционных технологий расчётов в электронной коммерции.

1. Технология традиционных расчётов от технологий электронных расчётов в сети Интернет.
2. Электронные технологии расчётов и существующие виды платёжных Интернет системы.

5. Образовательные технологии.

С целью формирования и развития профессиональных навыков, обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий включают использование средств мультимедийного представления информации (презентации, ролики, схемы, иллюстрации). При изучении теоретического курса на лекциях предусматривается заложение материала в виде презентации. Отдельные лекции излагаются по отдельной технологии. Некоторые разделы теоретического курса изучаются с использованием опережающей самостоятельной работы: студенты получают задания на ознакомление с новым материалом до его изложения на лекциях;

- при ведение практических занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, метод малых групп и т.п.

- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;

- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Кроме того, в процессе изучения дисциплины с целью повышения

обучения предполагается использование научно-исследовательской работы студента.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Понятие и сущность электронной коммерции.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата.
Тема1.2. Электронная коммерция и её место в современной экономике.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта.
Тема 1.3. Коммерческий цикл в электронной коммерции.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.
Тема 1.4. Стратегия и тактика развития компании в электронной коммерции.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта.
Тема2.1. Сектора электронной коммерции и формы предпринимательской деятельности в них.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.
Тема 2.2. Информационные системы, обеспечивающие работу в электронной коммерции и их размещение в инфраструктуре сети Интернет.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта.
Тема 2.3. Создания и размещение приложений ЭК в сети Internet: этапы и участники.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.
Тема 3.1. Использование и конфигурирование	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка

платежных систем.		конспекта.
Тема 3.2. Авторское право в Интернете.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.
Тема 3.3. Трансформация технологий маркетинга в электронной коммерции.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.
Тема 1.4. Трансформация традиционных технологий расчётов в электронной коммерции.	изучение разделов дисциплины по учебной литературе, в том числе вопросов, не освещаемых на лекциях.	Устный опрос, защита реферата, проверка конспекта и домашнего заданий.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Тематика рефератов:

1. Аукционы в Интернет.
2. Платежные системы Интернет.
3. Защита информации при работе в Интернет.
4. Системы управления закупками в Интернет.
5. Электронный маркетинг.
6. Электронная коммерция.
7. Баннерные сети. Экономическая эффективность баннерной рекламы
8. Финансовые услуги населению. Интернет – банкинг.
9. Госуслуги населению.
10. Электронные торги.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы

свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

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.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Наименование компетенции ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура Освоения
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности.	Знает: понятие «сектор ЭК», классы информационных систем, открывающих перспективы развития для электронного бизнеса; каким образом изменяются основные характеристики ведения бизнеса при переходе к ЭК, какие существуют факторы успеха электронного бизнеса. Умеет: Используя Интернет и web-сервисы, осуществлять рассылки рекламных предложений; проводить анализ рынка спроса (сбыта) товаров; осуществлять торгово-денежные операции в сети Интернет. Владеет: навыком поиска и обработки информации, форматирования материалов; навыком оценки торговых площадок, сайтов, а также навыки управления стратегией развития сайта.	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование.
ПК-16	умение разрабатывать контент и ИТ-сервисы предприятия и Интернет-ресурсов.	Знает: процессы создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов); рынки программно-информационных продуктов и услуг. Умеет: управлять процессами создания и использования информационных сервисов	Устный опрос, проведение деловой игры, написание рефератов.

		(контент-сервисов). Владеет: методами проектирования, разработки и реализации технического решения в области создания систем управления контентом Интернет ресурсов и систем управления контентом предприятия.	
--	--	--	--

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов решения задач и промежуточного контроля в форме экзамена.

Образец тестового задания

1. Электронная коммерция – это:

- А)торговая деятельность, имеющая основной целью получение прибыли и основанная на комплексной автоматизации коммерческого цикла за счет использования средств вычислительной техники.
- Б)любая транзакция, совершенная через компьютерную сеть, в результате которой право собственности или право пользования вещественным товаром или услугой было передано от одного лица к другому.
- В)комплексная автоматизация логистических процессов

2. Экономическими предпосылками возникновения и развития электронной коммерции является:

- А)возможность снижения транзакционных издержек за счет передачи информации получателю напрямую, минуя стадию бумажных документов.
- Б)возможность осуществления бизнес – процессов электронным образом на основе информационно – коммуникационных технологий.
- В)объективная необходимость снижения издержек, возникающих в коммерческих циклах, и приближение их к нормам, достигнутым в результате автоматизации циклов производственных.

3. Основными моделями электронной коммерции являются:

- А)B2B, B2C, B2G, C2G, C2C.
- Б)B2B, B2C, B2G
- В)B2B, B2C, C2G, C2C, G2G

4. Платежи в электронной коммерции можно осуществить следующим образом:

- 1. - оплата наличными
- 2. - оплата банковским переводом
- 3. - оплата наложенным платежом
- 4. - оплата почтовым или телеграфным переводом
- 5. – электронной наличностью
- 6. – дебетовой пластиковой картой
- 7. - кредитной пластиковой картой
- 8. – электронной наличностью
- 9. – web – деньгами

10. – скретчкартой

11. – смарткартой

5. Хостинг это:

А)Разработка структуры, дизайна и содержимого сайта

Б)Регистрация сайта в органах, регулирующих предпринимательскую деятельность

В)Регистрация доменного имени сайта.

6. Правовой основой электронной коммерцией является:

А)Электронная цифровая подпись.

Б)Гражданский кодекс РФ

В)Закон «Об электронной цифровой подписи»

7. Электронная цифровая подпись это:

А)реквизит электронного документа, предназначенный для защиты данного электронного документа от подделки, полученный в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа электронной цифровой подписи и позволяющий идентифицировать владельца сертификата ключа подписи, а также установить отсутствие искажения информации в электронном документе;

Б)набор символов в электронном документе, подтверждающих его подлинность

В)совокупность данных в виде имени и пароля пользователя информационной системы, а также печати организации на распечатке документа для удостоверения его подлинности.

8. Какие виды деятельности в Интернет признаются преступлениями:

А)Распространение рецептов изготовления наркотиков.

Б)Распространение рекламы об интим - услугах и товарах

В)Размещение порнографической

9. Модель клиент – сервер это:

А)Вид электронной почты

Б)Способ поиска информации клиентами Интернет

В)Архитектура взаимодействия удаленных пользователей с сервером

Г) Технология распределенной обработки данных

10. Размер пластиковой карты устанавливается:

1. Банком – эмитентом и может быть произвольным

2. Фирмой, принимающей оплату по пластиковым картам

3. Банком – эквайером и составляет $L = 85.6$ мм, $S = 53.9$ мм, $H = 0.76$ мм

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Системы ЭК в различных секторах.

2. Интернет-банкинг.

3. Pay-Pal система в ЭК.

4. «Электронные деньги» в России.

5. Основные проблемы торговли через Интернет.

6. Интернет-страхование.

7. Российские платежные системы ЭК.
8. Электронное правительство.
9. E-mail реклама.
10. Мошенничество в Интернете. Способы борьбы.
11. Интернет-трейдинг.
12. Мобильная коммерция.
13. Развитие предпринимательства и ЭК в России.
14. Использование и конфигурирование платежных систем ЭК.
15. Интернет-маркетинг.
16. SEO-оптимизация.
17. Внешние способы продвижения web-сайта в сети Интернет.
18. Внутренние способы продвижения web-сайта в сети Интернет.
19. Средства Яндекс по продвижению web-сайта.
20. Средства Google по продвижению web-сайта.
21. Средства автоматизированной рассылки e-mail сообщений.
22. Продвижение web-сайта в социальных сетях.
23. Электронно-цифровая подпись.
24. Он-лайн конструкторы по созданию web-сайта компании в сети Интернет.
25. Он-лайн конструкторы по созданию интернет-магазина в сети Интернет.
26. Средства создания самопрезентации в сети Интернет.
27. Средства создания фирменного стиля коммерческой организации в сети Интернет.
28. Анализ информационных ресурсов сети Интернет для принятия управленческих решений в ЭК.
29. Использование счетчиков посещений и вебвизора для анализа развития вебсайта компании.
30. Использование систем контекстно-медийной рекламы.
31. Понятие электронной коммерции.
32. История электронной коммерции.
33. Структура рынка электронной коммерции.
34. АСУ ресурсами предприятия.
35. MRP-системы.
36. MRP II-системы.
37. ERP-системы.
38. CSRP-системы.
39. Стандарты и протоколы электронной коммерции OBI, OFX.
40. Стандарты и протоколы электронной коммерции IOTP.
41. Веб-службы. Технологии использования виртуальных агентов.
42. Реестр UDDI. Язык WSDL.
43. Аутентификация контрагентов в электронной коммерции.
44. Технологии ЭЦП.
45. Правовое обеспечение электронной коммерции.
46. Этика электронной коммерции.
47. SCM-системы.
48. CRM-системы.

49. Отраслевые торговые площадки.
50. Корпоративные представительства в Интернете.
51. Виртуальные предприятия.
52. Интернет-инкубаторы.
53. Мобильная коммерция.
54. Торговые ряды и интернет-витрины.
55. Интернет-магазины.
56. Туристические компании в Интернете, Интернет-страхование.
57. Интернет-трейдинг.
58. Телеработа.
59. Интернет-аукционы.
60. Системы Peer-to-Peer.
61. Биллинговые системы.
62. Электронное правительство.
63. Системы предоставления налоговой отчетности через Интернет.
64. Электронные системы государственных закупок.
65. Понятие, методы и способы защиты от киберпреступности.
66. Мошенничество в Интернете.
67. Кардинг. Скиминг. Уивинг. Способы защиты.
68. Перспективы электронной коммерции.
69. ГИС и GPS-технологии.
70. Технологии радиочастотной идентификации (RFID).

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

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

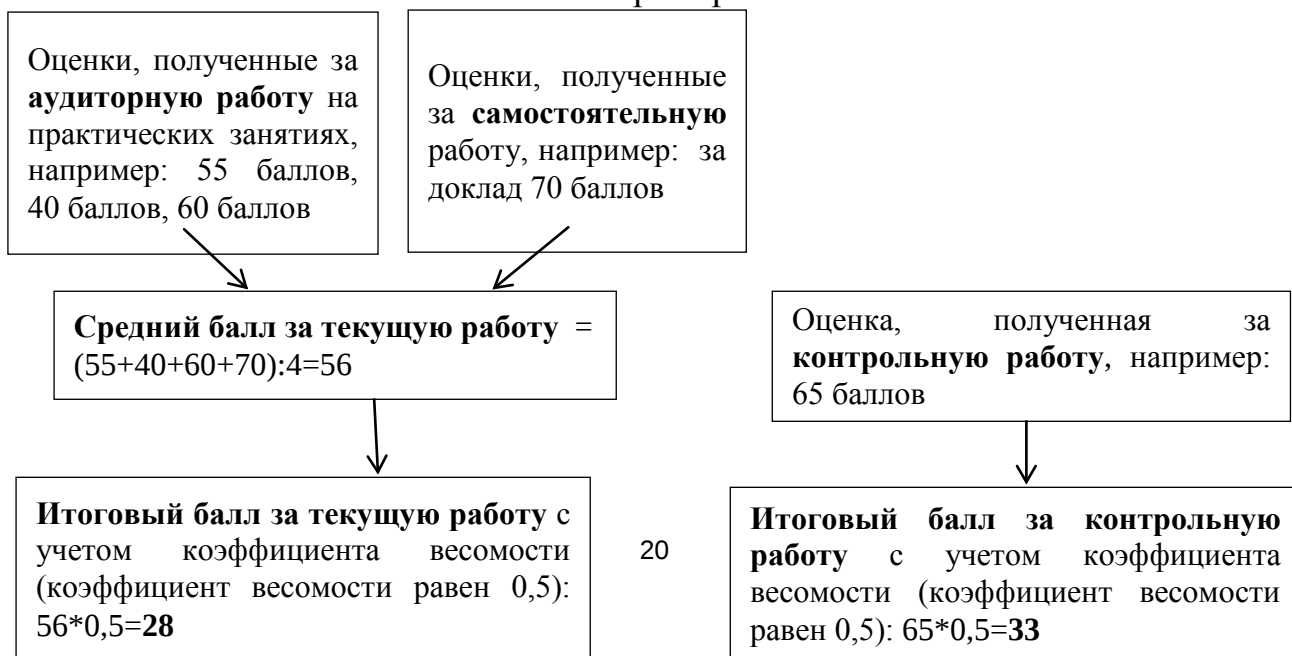
Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:
 «0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
 «10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов
 «51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки
 «66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.
 «86-100 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Например:



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

а) основная литература:

1. Калужский М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Электронный ресурс]- Электронные текстовые данные.- М.: Экономика, Омский государственный университет, 2014.-327с.-978-5-282-03365-6.-Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31693.html>
2. Крахоткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирование [Электронный ресурс]: учебное пособие - Электронные текстовые данные.- Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.-129с.-2227-8397.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66114.html>
3. Бороздюхин А.А. Технология электронной коммерции [Электронный ресурс]: учебное пособие - Электронные текстовые данные.- Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АВС, 2010.-65с.978-5-7433-2519-1. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76524.html>

б) дополнительная литература:

1. О. А. Кобелев ; О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. Электронная коммерция : учебное пособие - Российский гос. торгово-экономический ун-т, Московская междунар. высш. шк. бизнеса "МИРБИС" (Ин-т). - М. : Дашков и Ко, 2008. - 684. - ISBN 978-5-394-01738-4. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), IPRbooks URL: http://нэб.рф/catalog/000199_000009_003381388/, <http://www.iprbookshop.ru/52308.html>
2. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие по выполнению практических работ- Электронные текстовые данные.-М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2010.-112с.-5-98003-246-0.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65124.html>
3. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса [Электронный ресурс]- Электронные текстовые данные.- М.: СОЛОН-ПРЕСС, 2009.-592с.-978-5-91359-065-7.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8723.html>
4. Макаренкова Е.В. Электронная коммерция [Электронный ресурс]: учебное пособие- Электронные текстовые данные.- М.: Евразийский открытый институт, 201-136с.-978-5-374-00374-1.- Режим доступа:

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка.- Москва, 1999-.Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.- Яз.рус., англ.
- 2) Moodle [Электронный ресурс]:система виртуального обучением:[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/>.
- 3)Электронный каталог о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/ Дагестанский государственный университет - Махачкала, 2010- Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций, практических занятий и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов и устных вопросов.

Лекционный курс

Во время лекции студент должен вести краткий конспект. Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом обучающийся должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции.

Практические занятия

Практические занятия по курсу "Организация электронной коммерции" имеют цель приобретения практических навыков выбора способа автоматизации конкретного предприятия, в частности выбора информационной системы для конкретных применений на основании анализа общих свойств, функциональных возможностей и особых требований.

При подготовки к экзамену в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе. При подготовке к экзамену нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала.

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

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться

электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

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

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.