# МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

# «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

*Факультет информатики и информационных технологий Кафедра прикладной информатики*

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## «Интернет-предпринимательство»

Образовательная программа

**02.03.02 Фундаментальная информатика и информационные технологии"**

Профиль подготовки

Информатика и компьютерные науки

Уровень высшего образования

***Бакалавриат***

Форма обучения

## очная

Статус дисциплины: *входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений*

Махачкала, 2022

Рабочая программа дисциплины **«Интернет-предпринимательство»** составлена в 2022году в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению

**02.03.02, Фундаментальная информатика и информационные технологии"**

приказ Минобрнауки России от «23» августа 2017 г. № 808

Разработчик: кафедра Прикладной информатики, Муртилова К.М.,к.э.н.,доцент

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры ПИ от «22» марта 2022г., протокол № 7 Зав. кафедрой  Камилов М-К.Б.

(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета ИиИТ от

«22» марта 2022г., протокол №7.

Председатель  Бакмаев А.Ш.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением.

Начальник УМУ  Гасангаджиева А.Г. (подпись)

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина **«Интернет-предпринимательство »** входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений *бакалавриата* по направлению

**02.03.02, Фундаментальная информатика и информационные технологии"**

 Дисциплина реализуется кафедрой прикладной информатики.

Содержание дисциплины охватывает вопросы практики использования всех аспектов тра- диционного маркетинга в Интернете, электронного бизнеса и с целью продажи продукта или услуги покупателям и управления взаимоотношениями с ними и реализации задач по продвиженю бизнеса.

Интернет-предпринимательство включает в себя такие направления, как продвижение в социаль- ных сетях ([SMM](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%B2_%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8F%D1%85)), оптимизация сайта для поисковых систем ([SEO](https://ru.wikipedia.org/wiki/SEO)), email маркетинг, маркетинг в поисковых системах ([SEM](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3)), входной маркетинг, [партнёрский маркетинг](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%91%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3) и другие виды итд.

При использовании интернет-представительства не требуются физические контакты, что снижает затраты на содержание офисов или представительств.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: – УК-1, ОПК-3,ОПК-5

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольной работы, устного опроса, защита лабораторных отчетов и пр.* и промежуточный контроль в форме экзамена*.*

Объем дисциплины 4 зе

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Семес тр | Учебные занятия | Форма проме- жуточной атте- стации |
| в том числе |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем | СРС,в том числе экзам ен |
| Все го | из них |
| Лекц ии | Лаборатор ные заня-тия | Практич ескиезанятия | КСР | консульта ции |
| 7 | 36 | 18 | 18 |  |  |  | 144 | экзамен |

1. **Цели освоения дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1. | дать студентам базовую подготовку по технологиям осуществления электронного бизнеса и навыкам по их применению. |

1. **Место дисциплины в структуре ООП**

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01.07**

1. **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ОПК-3. Способен к разработке алгоритмических и программных решений в области системного и прикладного программирования, математических, информационных и имитационных моделей, созданию информационных ресурсов глобальных сетей, образовательного контента, прикладных баз данных, тестов и средств тестирования систем и средств на соответствие стандартам и исходным требованиям

ОПК-5. Способен инсталлировать и сопровождать программное обеспечение информационных систем и баз данных, в том числе отечественного происхождения, с учетом информационной безопасности

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

|  |  |
| --- | --- |
| 3.1. | **Знать:** |
| 3.1.1. | * понятие и функции электронной торговли;
* структуру рынка электронной торговли;
* рыночное регулирование деятельности предприятия в сфере электронной торговли;
* стратегии сбыта и организацию системы товародвижения и продаж;
* базовые технологии электронной коммерции;
* основные тенденции развития электронной коммерции.
 |
| 3.2. | **Уметь:** |
| 3.2.1. | –анализировать рыночную ситуацию;–использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач;–осуществлять разработку рыночной стратегии и тактики на электронном рынке;* разрабатывать стратегию сбытовой деятельности организации в сфере электронной торговли;
* создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг на электронном рынке;
* пользоваться электронными деньгами;
* разрабатывать интернет-магазин.
 |
| 3.3. | **Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):** |
| 3.3.1. | * применения методов исследования конъюнктуры электронного рынка, изучения поведения по- требителей и способов воздействия на него;
* совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности;
* выявления наиболее востебованных сегментов электронного рынка;

- создания интернет-магазина. |

## Планируемы результаты, формируемые в результате освоения дисциплины

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Компетенции и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора дости- жения компетенций (в соответствии с****ОПОП** | **Планируемые резуль- таты обучения (пока- затели достижения за- данного уровня освое-****ния компетенций)** | **Процедура освоения** |
| УК-1.Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1.Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации. | Знает: структуру задач в области предпринимательской деятельности, Умеет: анализировать постановку экономических задач в области интернет-предпринимательства, необходимость и (или) достаточность информации для их решения. Владеет: навыками сбора, отбора и обобщения научной информации в области предпринимательской деятельности . |  |
| УК-1.2.Умеет соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. | Знает: принципы инфологического моделирования разнородных задач в профессиональной деятельности , систематизации научной информации в области экономики . Умеет: системно подходить к решению задач в области предпринимательской деятельности . Владеет: навыками систематизации разнородных задач экономики путем математических интерпретаций и оценок. |  |
| УК-1.3.Имеет практический опыт работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов. | Знает: современные методы сбора и анализа научного материала с использованием информационных технологий; основные методы работы с ресурсами сети Интернет. Умеет: применять современные методы и средства автоматизированного анализа и систематизации научных данных; практически использовать научнообразовательные ресурсы Интернет в научных исследованиях и в деятельности педагога. Владеет: навыками использования информационных технологий в организации и проведении научного исследования; навыками использования современных баз данных; навыками применения мультимедийных технологий обработки и представления информации; навыками автоматизации подготовки документов в различных текстовых и графических редакторах. |  |
| ОПК-3. Способен к разработке алгоритмически х и программных решений в области системного и прикладного программирован ия, математических, информационны х и имитационных моделей, созданию информационны х ресурсов глобальных сетей, образовательног о контента, прикладных баз данных, тестов и средств тестирования систем и средств на соответствие стандартам и исходным требованиям | ОПК-3.1. Знает методы теории алгоритмов, методы системного и прикладного программирования, основные положения и концепции в области информационных и имитационных моделей. | * Знает: теоретические основы предпринимательской деятельности
* Умеет: определять цель и задачи, а также объект и предмет предпринимательской деятельности и научных знаний в этой сфере .
* Владеет: навыками применения в информационных технологий в предпринимательской деятельности.
 |  |
| ОПК-3.2. Умеет соотносить знания в области интернет- | * Знает: основные методы применения научных знаний в сфере предпринимательской деятельности .
* Умеет: критически анализировать современные научные достижения в области научные знания в сфере предпринимательской деятельности .
* Владеет: навыками анализа и оценки современных научных знания в сфере предпринимательской деятельности.
 |  |
|  | ОПК-3.3. Имеет практический опыт применения интернет технологий в предпринимательской деятельности. | * Знает: основные методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные методы работы по информационным технологиям.
* Умеет: публично представлять результаты научно-исследовательской работы.
* Владеет: современными технологиями сфере предпринимательской деятельности
 |  |
| ОПК-5. Способен инсталлировать и сопровождать программное обеспечение информационны х систем и баз данных, в том числе отечественного происхождения, с учетом информационно й безопасности | ОПК-5.1. Знает методику установки и администрирования информационных систем и баз данных. Знаком с содержанием Единого реестра российских программ. | * Знает: основные принципы и концепции развития существующих алгоритмов и компьютерных программ. Умеет: применять основные алгоритмы и компьютерные программы при решении разнообразных задач теоретического и практического содержания.
* Владеет: методами решения задачи профессиональной деятельности.
 |  |
| ОПК-5.2. Умеет реализовывать техническое сопровождение информационных Знает: основные направления применения алгоритмов и компьютерных программ в науке и систем и баз данны | * Знает: основные направления применения алгоритмов и компьютерных программ в науке и образовании. Умеет: выбирать эффективные алгоритмы и компьютерные программы для использования в научных исследованиях и учебном процессе.
* Владеет: методами применения основных алгоритмов и компьютерных программ науке и образовании.
 |  |
| ОПК-5.3. Имеет практические навыки установки и инсталляции программных комплексов, применения основ сетевых технологий. | * Знает: теоретические положения и методы разработки алгоритмов и компьютерных программ. Умеет: выбирать эффективные алгоритмы и компьютерные программы в научных исследованиях и учебном процессе. Владеет: навыками построения новых алгоритмов и компьютерных программ различных явлений и процессов, навыками их использования для обработки данных.
 |  |

* 1. **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
		1. **Содержание разделов учебной дисциплины**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № семест- ра | № разде- ла | Наименование раздела | Содержание раздела в дидактических единицах |
| 5 | 1 | Информационные техно- логии и их роль в станов- лении электронного биз-неса. | Определение электронного бизнеса. Составляю- щие электронного бизнеса. Задачи, решаемые при помощи электронного бизнеса. Розничная и опто-вая торговля в электронном бизнесе. |
| 2 | Информационные сети электронного бизнеса. | Типы информационных сетей. Классификация ин- формационных сетей торговых предприятий. Про- токолы обмена информацией. Основные типыподключений предприятий к сети Интернет. |
| 3 | Модели ведения элек- тронного бизнеса. | Участники деловых операций. Электронные тор- говые площадки (ЭТП). Возможности и преиму- щества ЭТП. Характеристики основных ЭТП мо- дели В2С. Характеристики основных ЭТП, моде- ли В2В, В2G.G2B. |
| 4 | Система электронногообмена данными. | Электронный документооборот. Возможности ЭД.Необходимость стандартизации ЭД. |
| 5 | Отечественные классифи- | Регистрационные коды. Коды статистики. Коды |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 5 |  | каторы обмена данными вэлектронном бизнесе . | товарной номенклатуры. Коды налоговой инфор-мации.Финансовая информация. Банковская ин- формация. |
| 6 | Международные стандар- | Международные организации по стандартизации. |
| ты и классификаторы в | ISO, ее стандарты и сертификаты. Международная |
| области электронного | торговая номенклатура. Международные правила |
| бизнеса. | толкования торговых терминов- ИНКОТЕРМС. |
| 7 | Автоматизация иденти-фикации товаров. | Штриховое кодирование. Возможности кодирова-ния. Радиочастотная идентификация RFID. Инду-стриальные терминалы сбора данных. Программ- ное обеспечение ТСД. |
| 8 | Электронные платежи исистемы электронных платежей. | Электронные платежи. Характеристика системэлектронных платежей. Платежные инструменты. Виды платежных систем. Отечественные ЭПС и их характеристика. Характеристика платежных си- стем, работающих с банковскими пластиковыми картами. Интегрированные платежные системы. Платежные терминалы коммерческих организа- ций. |
| 9 | Правовые основы элек-тронного бизнеса. | Инструменты правового регулирования взаимоот-ношений в электронном бизнесе. Сферы правового регулирования. Международные правовые систе- мы. Правовые нормы ведения электронного бизне- са в России. |
| 10 | Безопасность в информа-ционных системах. | Безопасность предприятия. Информационная без-опасность. Основные меры информационной без-опасности. Электронная цифровая подпись. Отече- ственные средства защиты информации. |
| 11 | Информационное обеспе-чение управления. | Информационное обеспечение предприятий мало-го бизнеса. Краткая характеристика ИС, предна-значенная для управления торговыми предприяти- ями СМБ. |
| 12 | Электронные документы,используемые в элек- тронном бизнесе. | Определение сделки. Виды и формы сделок. Видыдоговоров. Купли- продажи в электронной торгов- ле. Формы основных документов при совершении коммерческих транзакций. Документы, использу- емые при совершении простой закупки. |
| 13 | Маркетинг и реклама сиспользованием инфор- мационных сетей. | Цели электронного маркетинга. Маркетинговыеисследования внешней среды предприятия. Ин-струменты маркетинговых коммуникаций: Теле- конференции. Реклама в Интернет. |

* + 1. **Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы**

**контроля**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № семестра | № раздела | Наименование раздела учебной дисциплины | Виды учебной деятельности,включая самостоятельную работу студентов (в часах) | Формы текущего кон-троля успеваемости (по неделям семестра) |
| Л | ЛР | ПЗ | СРС | всего |
|  | 1 | Информационные техно- | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | логии и их роль в станов- |  |  |  |  |  |  защита ЛР №1 |
|  |  | лении электронного биз- |  |  |  |  |  |  |
|  |  | неса. |  |  |  |  |  |  |
|  | 2 | Модели ведения элек- | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | тронного бизнеса. |  |  |  |  |  защита ЛР №2 |
|  | 3 | Система электронного | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | обмена данными. |  |  |  |  | Защита ЛР №3 |
|  | 4 | Международные стандар- | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | ты и классификаторы в |  |  |  |  |  защита ЛР №4 |
|  |  | области электронного |  |  |  |  |  |
|  |  | бизнеса. |  |  |  |  |  |
|  | 5 | Автоматизация идентифи- | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | кации товаров. |  |  |  |  |  защита ЛР №5 |
| 7 | 6 | Электронные платежи исистемы электронных | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:**защита ЛР №6 |
|  |  | платежей. |  |  |  |  |  |
|  | 7 | Правовые основы элек- | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | тронного бизнеса. |  |  |  |  |  защита ЛР №7 |
|  | 8 | Электронные документы, | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | используемые в элек- |  |  |  |  | – защита ЛР |
|  |  | тронном бизнесе. |  |  |  |  | №8 |
|  | 9 | Маркетинг и реклама с | 2 | 2 |  | 8 | 12 | **Текущий контроль:** |
|  |  | использованием инфор- |  |  |  |  | защита ЛР |
|  |  | мационных сетей. |  |  |  |  | №9 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **Контроль** |  |  |  |  | **36** | **Экзамен** |
|  |  | **ИТОГО** | **18** | 18 | **-** | **72** | **144** |  |

**4.3 Лабораторные занятия**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ се- местра** | **№ раздела** | **Наименование раздела учеб- ной дисциплины** | **Наименование лабораторных работ** |
|  | 1 | Информационные техноло- |  |
|  |  | гии и их роль в становлении | Информационные технологии. |
|  |  | электронного бизнеса. |  |
|  | 2 | Модели ведения электрон- | Электронные торговые площад- |
|  |  | ного бизнеса. | ки. |
|  | 3 | Система электронного обме- | Электронный обмен данными. |
|  |  | на данными. |
|  | 4 | Отечественные классифика- |  |
|  |  | торы обмена данными в | Регистрационные коды. |
|  |  | электронном бизнесе. |  |
|  | 5 | Международные стандарты |  |
|  |  | и классификаторы в области | Стандарты и сертификаты ISO. |
|  |  | электронного бизнеса. |  |
|  | 6 | Электронные платежи и си- |  |
|  |  | стемы электронных плате- | Системы электронных платежей. |
|  |  | жей. |  |
|  | 7 | Правовые основы электрон- | Инструменты правового регули- |
|  |  | ного бизнеса. | рования. |
|  | 8 | Электронные документы,используемые в электрон- ном бизнесе. | Виды и формы сделок в элек- тронном бизнесе. |
|  | 9 | Маркетинг и реклама с ис- пользованием информаци- онных сетей. | Инструменты маркетинговых коммуникаций. |
|  |  | **ИТОГО в семестре** |  |

* + 1. **САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕН- Виды самостоятельной работы студента**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № се- местра | № раз- дела | Наименование раздела | Виды СРС |
|  | 1 | Информационные | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  |  | технологии и их роль | бот, работа с контрольными вопросами по |
|  |  | в становлении элек- | тематике лабораторной работы. Под- бор |
|  |  | тронного бизнеса. | и изучение материала кратко изло- жен- |
|  |  |  | ного в соответствующем тематиче- ском |
|  |  |  | разделе. |
|  | 2 | Информационные | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  |  | сети электронного | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  |  | бизнеса. | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  |  |  | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  |  | боты. |
|  | 3 | Модели ведения | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  |  | электронного бизне- | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  |  | са. | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  |  |  | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  |  | боты. |
|  | 4 | Система электронно- | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  |  | го обмена данными. | бот, работа с контрольными вопросами |
|  |  |  | по тематике лабораторной работы. Под- |
|  |  |  | бор и изучение материала кратко изло- |
| 5 |  |  | женного в соответствующем тематиче- |
|  |  |  | ском разделе. |
|  | 5 | Отечественные клас- | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  |  | сификаторы обмена | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  |  | данными в электрон- | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  |  | ном бизнесе. | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  |  | боты. |
|  | 6 | Международные | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  |  | стандарты и класси- | бот, работа с контрольными вопросами |
|  |  | фикаторы в области | по тематике лабораторной работы. Под- |
|  |  | электронного бизне- | бор и изучение материала кратко изло- |
|  |  | са. | женного в соответствующем тематиче- |
|  |  |  | ском разделе. |
|  | 7 | Автоматизация |  | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  |  | идентификации | то- | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  |  | варов. |  | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  |  |  |  | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  |  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  |  |  | боты. |
|  | 8 | Электронные плате- | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  |  | жи и системы элек- | бот, работа с контрольными вопросами |
|  |  | тронных платежей. | по тематике лабораторной работы. Под- |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | бор и изучение материала кратко изло- |
| женного в соответствующем тематиче- |
| ском разделе. |
| 9 | Правовые основы | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  | электронного бизне- | бот, работа с контрольными вопросами |
|  | са. | по тематике лабораторной работы. Под- |
|  |  | бор и изучение материала кратко изло- |
|  |  | женного в соответствующем тематиче- |
|  |  | ском разделе. |
| 10 | Безопасность в | ин- | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  | формационных | си- | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  | стемах. |  | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  |  |  | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  |  | боты. |
| 11 | Информационное | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  | обеспечение управ- | бот, работа с контрольными вопросами по |
|  | ления. | тематике лабораторной работы. Под- бор |
|  |  | и изучение материала кратко изло- жен- |
|  |  | ного в соответствующем тематиче- ском |
|  |  | разделе. |
| 12 | Электронные доку- | Подбор и изучение материала, кратко из- |
|  | менты, используе- | ложенного в соответствующем тематиче- |
|  | мые в электронном | ском разделе. Подготовка к защите лабо- |
|  | бизнесе. | раторных работ, работа с контрольными |
|  |  | вопросами по тематике лабораторной ра- |
|  |  | боты. |
| 13 | Маркетинг и реклама | Подготовка к защите лабораторных ра- |
|  | с использованием | бот, работа с контрольными вопросами по |
|  | информационных се- | тематике лабораторной работы. Под- бор |
|  | тей. | и изучение материала кратко изло- жен- |
|  |  | ного в соответствующем тематиче- ском |
|  |  | разделе. |
|  |  | **Всего** |  |

## Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы по дисциплине предусматривают широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. Лекции с проблемным изложением проводятся с применением мультимедийного оборудования в виде презентаций. Данные лекции доступны для обучающихся при подготовке к разного вида контролю и СРС.

В учебном процессе широко применяются компьютерные технологии. Поэтому все занятия проводятся в лаборатории, оборудованной ПК и мультимедийным оборудо- ванием.

## Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Изучение курса предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий. Само-

стоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентиро- вать студентов на умение применять теоретические знания на практике. Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

## Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обуча- ющихся по дисциплине

*(указывается список учебно-методических материалов, которые помогают обучаю- щемуся организовать самостоятельное изучение тем (вопросов) дисциплины, приво- дится перечень собственных материалов, к которым студент имеет возможность доступа)*

(основная литература – О; дополнительная литература – Д; Интернет –ресурсы – И) **Темы, выносимые на самостоятельное изучение (очная форма обуче- ния)**

* 1. **Фонд оценочных средств**

|  |
| --- |
| **5.1. Контрольные вопросы и задания** |
| См. приложение |
| **5.2. Темы письменных работ (эссе, рефераты, лабораторные работы и др.)** |
| См. приложение |
| **5.3. Фонд оценочных средств** |
| См. приложение |
| **Приложения** |
| Приложение 1. [ФОС каф ПИ.docx](https://www.asu.ru/sveden/education/programs/subject/291409/fos291354/) |

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине, характери- зующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образо- вательной программы**

# ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

## Лабораторная работа № 1

Цель лабораторной работы № 1 – определить субъектов, различные формы пред- принимательской деятельности и подходы к ней.

1. В каком случае некоммерческая организация является субъектом коммерческой деятельности? Ответ обоснуйте.
2. В чем заключается отличие коммерции от торговли?
3. Физическое лицо, не являющееся предпринимателем, реализует через сайт объ- явлений личное имущество. Является ли это лицо участником коммерческой деятельно- сти?
4. Является ли производственный кооператив субъектом предпринимательской де- ятельности?
5. Может ли лицо, не достигшее совершеннолетия, совершать мелкие бытовые сделки?
6. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) продано физическому лицу. Объектом или субъектом сделки является данное ООО?
7. Рассмотрение деятельности внутри организации с точки зрения потребителя осуществ- ляется в рамках системного или процессного подхода?

## Лабораторная работа№ 2

Цель лабораторной работы № 2 – научиться отличать электронный бизнес от элек- тронной торговли и проводить анализ деятельности коммерческих организаций в сети Ин- тернет.

1. Проанализировать несколько сайтов компаний, осуществляющих деятельность в системе электронного бизнеса. Какие основные цели они преследуют при выходе на элек- тронный рынок? Ответ обоснуйте.
2. Найти в Интернете 10 коммерческих организаций с различным соотношением электронного и традиционного видов бизнеса и опишите задачи, объем и структуру их операций в сети Интернет.
3. Определить, к электронному бизнесу или к электронной торговле относится их деятельность?
4. Подробно описать следующие элементы их сайтов: главную страницу, объем и структуру коммерческой и иной информации, каталог товаров или услуг.

## Лабораторная работа№ 3

Цель лабораторной работы № 3 – выработать умение отличать различные сектора электронного бизнеса и анализировать их деятельность.

1. Найти в глобальной сети 5 предприятий, относящихся к сектору В2В, проанали- зировать показатели их деятельности, выявить основные отличия от других секторов.
2. Найти в сети Интернет 5 предприятий, осуществляющих деятельность в секторе В2С. Подробно описать их деятельность и выявить ее особенности.
3. В глобальной сети изучить специфику функционирования одной из электронных площадок сектора С2С. Определить, каким образом складывается ее доход. Сделать выво- ды.

## Лабораторная работа№ 4

Цель лабораторной работы № 4 – выработать исходные критерии и базовые показа- тели для создания интернет-магазина.

1. Выбрать вид деятельности для создаваемого предприятия. Подробно расписать деятельность по следующей схеме:
* форма собственности и наименование организации;
* вид деятельности, а также описание предлагаемых товаров или услуг;
* используемое оборудование.
1. Проанализировать рынок аналогичных товаров или услуг на уровне региона за последние 5 лет (если региональная оценка невозможна, то на уровне страны). Выявить причины снижения или увеличения реализации данного товара (услуги) в течение иссле- дуемого периода.
2. Подробно описать потенциального потребителя вашего товара (услуги): возраст, пол, доход, привычки, предпочтения, образ жизни.
3. Найти в сети Интернет 5 компаний (желательно в этом же регионе), осуществ- ляющих подобный вид деятельности, проанализировать их слабые и сильные стороны. Полученные результаты занести в таблицу.
4. Определить преимущества создаваемой компании перед рассмотренными конку- рентами.
5. Разработать рекламную политику для данного предприятия.

## Лабораторная работа№ 5

Цель лабораторной работы № 5 – научиться создавать сайт организации с исполь- зованием интернет-платформ.

1. Выбрать платформу для создания веб-сайта (WIX, JIMDO, SITE 123, SIMPLE- SITEи др.).
2. На одной из вышеперечисленных платформ выбрать шаблон.
3. Контент сайта должен включать:
* фронт-офис с описанием деятельности;
* каталог товаров (услуг) с изображением, описанием и ценой;
* возможность загрузки потребительской корзины;
* бэк-офис, включающий контакты, условия доставки, условия оплаты, условия возврата.

## Лабораторная работа№ 6

Цель лабораторной работы № 6 – уметь выбрать наиболее эффективные способы интернет-рекламы.

1. В глобальной сети найти примеры основных видов интернет-рекламы.
2. Определить особенности контекстной рекламы.
3. Выявить специфику баннерной рекламы.
4. Описать характерные черты E-mail-рекламы.
5. Как рассчитывается эффективность каждого вида рекламы?

# ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Электронная экономика представляет собой:

а) экономическую деятельность, основанную на цифровых технологиях; б) деятельность, основанную на цифровых технологиях;

в) деятельность по купле-продаже товаров и услуг, основанную на цифровых тех- нологиях.

1. Электронный бизнес – это:

а) бизнес, осуществляемый через сеть Интернет;

б) [бизнес-модель](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C), в которой [бизнес-процессы,](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) обмен бизнес-информацией и ком- мерческие [транзакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F) автоматизируются с помощью [информационных систем](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0);

в) [бизнес-модель,](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%8C) в которой коммерческие [транзакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F) автоматизируются; г) обмен бизнес-информацией с помощью [информационных систем](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0).

1. Электронная торговля – это:

а) осуществление деятельности через Интернет;

б) осуществление торгово-закупочной деятельности через Интернет; в) осуществление виртуальной деятельности через Интернет;

г) осуществление виртуальной торгово-закупочной деятельности через Интернет.

1. Электронная коммерция это сфера [экономики](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0), которая включает в себя:

а) все финансовые и торговые [транзакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F), осуществляемые при помо- щи [компьютерных сетей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C), и [бизнес-процессы,](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) связанные с проведением таких транзакций;

б) только торговые [транзакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F), осуществляемые при помощи [компьютерных сетей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C), и [бизнес-процессы,](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81) связанные с проведением таких транзакций;

в) все финансовые и торговые [транзакции](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F), осуществляемые при помо- щи [компьютерных сетей](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B5%D1%82%D1%8C).

1. Сектор B2B – это:

а) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают физи- ческие лица;

б) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;

в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих орга- низаций;

г) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают органы государственной власти.

1. Сектор B2C представляет собой:

а) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;

б) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают физи- ческие лица;

в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих орга- низаций;

г) сектор электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают органы государственной власти.

1. Сектор C2C является:

а) сектором электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают ор- ганы государственной власти;

б) взаимодействием между продавцами и покупателями, одним из которых являет- ся коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;

в) взаимодействием между покупателями и продавцами в лице коммерческих орга- низаций;

г) сектором электронного бизнеса, в котором в качестве субъектов выступают фи- зические лица.

лое;

1. Корпоративный информационный портал – это:

а) пакет программного обеспечения, распознаваемый компьютером как единое це-

б) программа, которая предназначена для просмотра веб-страниц;

в) пакет программного обеспечения, дающий компании возможность обеспечивать

при помощи WEB - браузера доступ к информации внутренних и внешних сетей;

г) всемирная информационная компьютерная сеть, связывающая между собой пользователей компьютерных сетей.

1. Электронная торговая площадка представляет собой:

а) программно-аппаратный комплекс организационных, информационных и техни- ческих решений, обеспечивающих взаимодействие продавца и покупателя через элек- тронные каналы связи;

б) пакет программного обеспечения, дающий компании возможность обеспечивать электронную торговлю;

в) программа, которая предназначена для осуществления электронной торговли; г) площадка, предназначенная для взаимодействия продавца и покупателя.

1. Интернет-магазином является:

а) программа, которая предназначена для осуществления электронной торговли; б) [сайт,](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B9%D1%82) [торгующий](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F) товарами посредством сети [Интернет](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82);

в) информационная компьютерная сеть, связывающая между собой продавца и по- купателя.

1. Виртуальная организация определяется как:

а) коммерческая организация, функционирующая через телекоммуникационные средства;

б) некоммерческая организация, функционирующая через телекоммуникационные средства;

в) организация, существующая как корпоративное, некоммерческое, образователь- ное или иное объединение, имеющее географический центр и функционирующее через телекоммуникационные средства;

г) организация, существующая как корпоративное, некоммерческое, образователь- ное или иное объединение, не имеющее географического центра и функционирующее че- рез телекоммуникационные средства.

1. Интернет-аукцион представляет собой:

а) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения.

б) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время закрытых торгов;

в) торговую площадку в сети Интернет, на которой цены устанавливаются государ-

ством.

1. SСМ-система – это:

а) интегрированная система планирования процессов реализации товаров и управ- ления ими;

б) система организации логистики в электронной торговле;

в) интегрированная система планирования процессов снабжения и управления ими, которая обеспечивает координацию и контроль деятельности всех участников цепочки снабжения;

г) интегрированная система планирования процессов реализации товаров и управ- ления ими, которая обеспечивает координацию и контроль деятельности всех участников цепочки реализации.

1. В электронном бизнесе система Р2Р включает:

а) технологию построения распределенной сети, где один узел выступает в роли только клиента (получателя информации), а другой только в роли сервера (поставщика информации);

б) технологию построения распределенной сети, где один узел выступает в роли только клиента (получателя информации), а другой как и в роли клиента, так и в роли сер- вера (поставщика информации).

в) технологию построения распределенной сети, где каждый узел может одновре- менно выступать как в роли клиента (получателя информации), так и в роли сервера (по- ставщика информации).

1. Сектор B2G – это:

а) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо;

б) взаимодействие коммерческих организаций с органами государственной власти и местного самоуправления;

в) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих орга- низаций;

г) взаимодействие коммерческих организаций и государственных учреждений.

1. Сектор С2А предполагает:

а) взаимодействие коммерческих организаций и государственных учреждений

б) взаимодействие между покупателями и продавцами в лице коммерческих орга- низаций;

в) взаимодействие органов государственной власти и местного самоуправления с потребителями (юридическими и физическими лицами).

г) взаимодействие между продавцами и покупателями, одним из которых является коммерческое предприятие, а другим - физическое лицо.

1. Стратегически медиапланирование представляет собой:

а) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением;

б) планирование эфиров в СМИ;

в) составление плана спонсирования веб-сайтов.

1. Персонифицированные электронные средства могут храниться на счетах: а) только физических лиц;

б) только юридических лиц;

в) физических и юридических лиц.

1. Корпоративные электронные средства могут храниться на счетах: а) только физических лиц;

б) только юридических лиц;

в) физических и юридических лиц;

г) юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

1. В электронном бизнесе процессинговый центр:

а) обрабатывает поступающие от эквайеров и магазинов запросы на авторизацию и протоколы транзакций на основе сведений о лимитах владельцев карточек и обрабатывает запросы на авторизацию;

б) выпускает электронные карты и гарантирует выполнение финансовых обяза- тельств, связанных с ее использованием;

в) осуществляет выдачу наличных по карточкам в своих отделениях и через свои банкоматы.

**ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Классификация бизнес-моделей в электронной коммерции.
2. Классификация компьютерных сетей торговых предприятий.
3. Виды систем электронных платежей, их достоинства и недостатки.
4. Топология компьютерных сетей торговых предприятий.
5. История развития электронных денег.
6. Электронные торговые площадкам, перечислите их виды, функции.
7. Основные пути несанкционированного доступа к информации.
8. Устройства приема/передачи данных в сетях торговых предприятий.
9. Информационные технологии, применяемые в электронной коммерции.
10. Сфера применения и сфера деятельности электронной коммерции.
11. Электронный бизнес, определение и понятие термина.
12. Электронная коммерция в Федеральной программе «Цифровая экономика», «Электронная Россия».
13. Роль информационных технологий в становлении электронного бизнеса.
14. Информационные сети в электронном бизнесе, типы, классификация.
15. Виды информационного и экономического взаимодействия.
16. Объясните, что такое электронные платежи и системы электронных платежей.
17. Объясните, что такое Классификаторы обмена данными в
18. электронной коммерции.
19. Автоматизация идентификации товаров, штрих-код, радио-частотная метка.
20. Назовите известные вам Электронные системы обмена данными.
21. Модель ведения электронной коммерции B2C
22. Модель ведения электронной коммерции B2B
23. Назовите Виды интернет магазинов и приведите их классификацию.
24. Дайте определение понятия бизнес-план, его содержание и назначение.
25. Дайте определение понятия хостинг, объясните его назначение.
26. Объясните назначение единой системы идентификации и аутентификации.
27. Перечислите задачи, реализуемые национальной платформой распределенной обработки данных.
28. Объясните, что такое Электронное правительство, его цели,задачи.
29. Информационные технологии используются в современном обществе?
30. Взаимодействие информационных технологий и бизнеса?
31. Экономические выгоды получают участники электронных коммерческих сделок
32. EDI и дайте характеристику данной технологии.
33. Методы защиты используются в платежных системах?
34. Возможности и недостатки платежных систем.
35. Использование Интернет для продвижения товаров и услуг на рынке?
36. Дайте характеристику интернет-банкингу, интернет-страхованию, интернет-трейдингу.
37. Правовые аспекты электронного бизнеса в России
38. Принципы использования электронной подписи
39. Каким образом заключаются договоры с использованием
40. электронных средств?
41. Принципы сертификации
42. Назовите и дайте характеристику этапам создания и ведения веб-контента.
43. Объясните, в чем особенности разработки структуры сайта электронной коммерции?
44. Укажите, какие главные элементы должен содержать сайт или портал электронной коммерции?
45. Объясните, в чем особенности статических и динамических сайтов?
46. Объясните, какие возможности для создания и ведения кон тента предоставляют системы управления контентом?
47. Назовите формы динамического распространения контента.
48. Какие преимущества для создания приложений электронной коммерции дает использование java-технологии?
49. Объясните, что включает в себя электронный документооборот?
50. Приведите классификацию систем электронного управления документами.
51. Дайте определение системе электронного управления документами.
52. Преимущества систем электронного документооборота?
53. Назовите, какие существуют проблемы внедрения систем электронного документооборота?
54. Объясните, каковы функции и принципы работы систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)?
55. Назовите бизнес-модели электронного бизнеса, ориентированные на конечного пользователя и бизнес-партнера.
56. Назовите, какие модели сетей используют при построениикоммуникационной платформы организации?
57. Назовите основные бизнес-модели и направления электронного бизнеса.
58. Приведите примеры платежных систем. В чем особенностикаждой из них?
59. Сущность и основные задачи коммерции.
60. Характеристика субъектов коммерческой деятельности.
61. Понятие торговой организации и ее основные признаки.
62. Классификация торговых организаций.
63. Сущность процессного подхода и основные виды процессов в коммерции.
64. Системный подход и особенности его реализации в коммерческой деятельности.
65. Этапы развития электронной торговли.
66. Отличительные признаки электронной торговли от электронного бизнеса.
67. Основные понятия и процессы электронной коммерции.
68. Основные модели электронной торговли.
69. Модель В2В.
70. Модель В2С.
71. Модель С2С.
72. Основные модели взаимодействия граждан и государства(B2A, B2G, C2A, C2G).
73. ERP-система
74. Этапы и участники внедрения ЭК.
75. Этапы создания и внедрения приложений электронной торговли.
76. Понятие и основные характеристики интернет-рекламы.
77. Понятие и цели поисковой оптимизации сайтпромоутинга.
78. Основные понятия и пути увеличения релевантности веб-ресурса.
79. Методы и последствия спамдексинга.
80. Баннерная реклама:понятие, достоинства и недостатки.
81. Понятие и этапы логистики.
82. Автоматизированная система управления цепочками поставок.
83. Оптимальная структура материального потока интернет-магазина.
84. Направления совершенствования электронной торговли.
85. **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

Алексунин. В. Электронная. Коммерция и маркетинг в.

Интернете / В. Алексунин, В. Родигин. М:. Дашков и. Ко, 2005 - 216 с

2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция / И.Т. Балабанов. СПб:

Питер, 2001, 336 с.

3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество / Д. Белл. М.:

Академия, 2004 г. 944 с

4. Бочкова Е. В. Интернет-магазины в России: прошлое, настоящее,

будущее / Е.В. Бочкова, Д.С. Пищулина // Научно-методический

электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 11. - С. 3891-3895.

5. Генкин. А. С. Планета Web-денег / А.С. Генкин. М:. Альпы-на,

2003 - 510 с

6. Гренков В.Ю. Современное состояние и перспективы

электронной коммерции (маркетинговый подход) / В.Ю.Гренков //

Маркетинг в России и за рубежом. 2003. № 6., 160 с.

7. Дайзард У. Наступление информационного века / У.Дайзард //

Новая технократическая волна на Западе. М:. Прогресс, 1986. — С. 343-355.

8. Дергачева. В.В. Глобализация бизнеса и Интернет-маркетинг:

перспективы и проблемы: [монография] / В. В. Дергачева,О. О Скибина. /.

Дон. ДУЭТ им. М:. Туган-Барановского -. Донецк, 2007 - 216

9. Дрожжинов В., Фролов В. Электронные госзакупки и коммерция

в АТЭС. Сайт: [Электронный ресурс] URL: http://www. pcweek.ru/?ID=623594

(дата обращения: 28.04.2018) Загл. сэкрана. Яз.русс.

10. Дубнщкий. В. И. Эволюция, сущность, классы, инструментарий

электронного бизнеса: [монография] /. В. И,Дубницкий, А. И. Лазикева. //.

НАН Украины,. Ин-т экономики промышленности, Донец экономикогуманитарный ин-т. Донецк:. Юго-Восток, 2004 - 84 - 84 с.

11. Елизарова Е.В. Развитие Интернет-торговли на российском

электронном рынке/.Е.В. Елизарова, М.: 2017. С. 199-201.

65

12. Зайцева Г.Е. Тенденции развития современного рынка

электронной коммерции / Г. Е. Зайцева// . УЭкС. 2012. №12 (48). С.100-107

13. Ильяшенко С.Б. Социально-экономические аспекты состояния

электронной коммерции в России / С.Б. Ильяшенко // Актуальные проблемы

современной науки: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф.: в 4 ч. / отв. ред.

А.А. Сукиасян. 2013. С. 150-155.

14. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и

культура /. М. Кастельс. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 c.

15. Кастельская А. В. Применение концепций источника дохода и

постоянного представительства при налогообложении электронной торговли

/А. В. Кастельская // Внешнеторговое право. - 2005. - № 2. С. 34-40

16. Кобелев О. А. Электронная коммерция; Дашков и Ко / О.А.

Кобелев. Москва, 2012. - 684 c.

17. Кобелев О. Особенности развития маркетинга в среде Интернет.

/О.Кобелев , Маркетинг 2002, № 2, 88 с.

18. Козь Д. К59 Электронна коммерция: Пер. с англ. / Д. Козь.

Москва: Изда тельско-торговы до «Русска Редакция». 1999. — 288 с:;

19. Соколова А.Н. Электронная коммерция. Мировой и российский

опыт/. А.Н.Соколова .М:. Открытые системы 2003. 224 с.;

20. Конявский В., Лихтенштейн В. Электронная торговля: специфика

российская и глобальная /В.Конявский Росс Г. // IKS-online. 2006. № 2, с.73-

82

21. Курицкий. А.Б. Интернет-экономика: закономерности

формирования и функционирования / А. Б. Курицкий. СПб:. Издательство.

СПбГУ, 2000 - 232 с

22. Макаров М.А., Развитие интернет- торговли в России / М.А.

Макаров, Манова Н.В.// Инновационные подходы к решению актуальных

проблем гуманитарных, социальных и экономических наук: вопросы теории

и практики сборник материалов II международной заочной научно-

66

практической конференции. Новгородский филиал Российского университета

кооперации, 2017. С. 64-66.

23. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения/.М.

Маклюэн .М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.

24. Мурашова С. В. Виртуальная торговля: научное издание /. С. В

Мурашова. СПб:. Изд-во. СПбТЭЫ, 2006 - 122 с.

25. Нефъодов А. Интернет-магазин: учет затрат на создание и

поддержку 41 / А. Нефедов //. Все для бухгалтера в торговле - 2004 - № 7, с.

28-36

26. Нехай А. Ю. Институционально-правовые проблемы развития

международной электронной торговли / А.Ю. Нехай // Государственный

советник. - 2015. - № 1. С. 78-85

27. Паршенцев. А.А. Проблемы и перспективы развития

электронных магазинов / А.А. Паршенцев // Маркетинг в. России и за

рубежом - 2000 - № 3 -. С 85

28. Рассел Джесси Электронная коммерция; Книга по Требованию /

Д. Рассел . Москва, 2012. - 96 c.

29. Рублевская Ю.В., Моделирование бизнеса в интернет-среде

[Текст] /Ю.В.Рублевская Попов Е.В.// Маркетинг в России и за рубежом,

2001, №2 с.87-102

1. **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не- обходимых для освоения дисциплины**
	1. Научная электронная библиотека. [http://elibrary.ru](http://elibrary.ru/) (14.03.2018)
	2. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru/>
	3. 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/>(дата обращения: 12.03.2018).

* 1. 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 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru/> (дата обращения: 12.03.2018).
	2. [Marketer.ru - http://www.marketer.ru/](http://www.marketer.ru/)
	3. Новости [маркетинга - http://www.marketingnews.ru](http://www.marketingnews.ru/) Новый маркетинг - [http://new-marketing.ru](http://new-marketing.ru/) Энциклопедия маркетинга - [http://www.marketing.spЬ.ru](http://www.marketing.spЬ.ru/)
1. **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины** Для теорети- ческого и практического усвоения дисциплины большое

значение имеет самостоятельная работа студентов, которая может осуществляться студентами индивидуально и под руководством препо- давателя. Самостоятельная работа студентов направлена на более глубокое усвоение изучаемого курса, формирование навыков исследовательской рабо- ты и ориентирование студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторные занятия, либо требуют дополнительной про- работки и анализа материала в объеме запланированных часов. Самостоятельная работа студентов может осуществляться в виде:

* конспектирования учебной, научной и периодической литературы;
* проработки учебного материала (по конспектам лекций учебной и научной литературы);
* подготовки докладов к семинарам и практическим занятиям, участию в тематиче- ских дискуссиях;
* выполнения контрольных работ; - ре- шения практических задач;
* выполнение лабораторных работ;
* работы с тестами и контрольными вопросами для самопроверки; -обработки и анализа статистической информации; - моделирования и анализа конкретных проблем- ных ситуаций.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учиты- ваются при модульной и промежуточной аттестации обучающегося (зачет).

## Перечень информационных технологий, используемых при осу- ществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В банке данных электронной библиотеки вуза размещены рабочая программа дисциплины, вопросы для итогового контроля знаний.

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

Компьютерный класс с установленным программным обеспечением и доступом в сеть Интернет, рекомендовано наличие проекционного обо-

рудования (проектор и проекционный экран)