МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Шуйский филиал ИвГУ

Кафедра технологии, экономики и сервиса

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

_____ О.Н. Рябова
(подпись)

«22» июня2023 г.

Рабочая программа дисциплины

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)образовательной программы:	Сервис в торговле

Шуя

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Электронная торговля» является формирование у обучающихся способности и готовности к предпринимательской и управленческой деятельности, консультационными образовательным проектам в сфере электронной торговли.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина«Электронная торговля»является дисциплиной по выбору; относится к формируемой участниками образовательных отношений частиблока дисциплин Б1.

Успешное освоение данной дисциплины будет способствовать готовности обучающихсяк прохождению производственной практики, преддипломной практики; подготовке к сдаче и сдаче государственного экзамена, выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

Студент, приступающий к изучению данной дисциплины, должен:

Знать:

— содержание ключевых понятий сервисной деятельности;

— основные подходы к пониманию и описанию поведения работника сферы сервиса и потребителя в процессе сервисной деятельности;

— основные категории и понятия экономики;

— Конституцию Российской Федерации, основные положения базовых отраслей права и законодательства Российской Федерации нормативные акты в сфере будущей профессиональной деятельности, основы международного права, свои гражданские права и обязанности, механизмы их реализации и защиты, основные направления социальной политики государства;

— теоретические основы самопознания;

— содержание процесса целеполагания, его особенности и способы реализации при решении задач самоорганизации и самообразования;

— роль мотивов в самоорганизации деятельности;

— схему самоорганизации деятельности, методы и приемы самоорганизации и самообразования.

Уметь:

— использовать основные положения и методы экономической науки в профессиональной деятельности;

— использовать различные способы оценки эффективности результатов деятельности в различных сферах;

— общаться в коллективе, работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

— принимать решения на основе групповых интересов;

— вести поиск информации в различных ресурсах;

— описывать печатные и электронные документы на основе правил, принятых в государственных стандартах;

— формулировать цели самообразования исходя из этапов личностно-профессионального роста, индивидуально-личностных особенностей;

— учитывать условия успешного самообразования в процессе обучения.

Владеть:

— культурой мышления, способностью к восприятию, анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей ее достижения;

— способами оценки эффективности результатов деятельности в различных сферах;

— грамотной, логически верно и аргументированно построенной устной и письменной речью;

— способностью работать в кооперации с коллегами, в коллективе;

— навыками поиска, анализа, реализации норм различных отраслей национального и международного права в конкретных сферах деятельности;

— навыками самостоятельного и грамотного поиска информации в различных источниках;

— приемами и технологиями целеполагания, целереализации и оценки результатов деятельности по самообразованию и самовоспитанию.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

3.1. Компетенции, формированию которых способствует данная дисциплина

При реализации дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВОпо данному направлению подготовки:

а) универсальные компетенции (УК) и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач. УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.

б) общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения:

–

в) профессиональные компетенции (ПК) и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: сервисный		
ПК-2 Способен к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг в соответствии с требованиями потребителей	ПК-2.1. Использует теоретические знания и практические приемы современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг ПК-2.2. Разрабатывает процесс предоставления услуги сервиса ПК-2.3.Совершенствует технологии обслуживания потребителей	Анализ отечественного и зарубежного опыта 40.053 Специалист по организации постпродажного обслуживания и сервиса 33.008 Руководитель предприятия питания 07.002 Специалист по организационному и

		документационному обеспечению управления организацией 07.005 Специалист административно-хозяйственной деятельности

3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения формируемых компетенций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в сфере проектной деятельности (УК-2 (индикаторы –1,2,3,4);

– особенности проектного мышления (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– разновидности рисков и ограничений в проектной деятельности (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– теорию современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-2 (индикаторы – 1,2,3);

– ресурсы и технические средства для реализации процессов сервиса(ПК-2 (индикаторы –1,2,3).

Уметь:

– выделять в поставленной цели основные смысловые и структурные компоненты (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– формулировать задачи на основе этапов получения промежуточных результатов (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– проектировать процесс решения каждой задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– навыками выбора и использования современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-2 индикаторы – 1,2,3);

– навыками систематизации информации о современных сервисных технологиях в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-2 (индикаторы –1,2,3).

Владеть:

– приемами декомпозиции цели, используя вариативные трактовки задач, конкретизирующих различные пути достижения поставленной цели (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– способами определения резервов, использование которых может компенсировать недостаток имеющихся ресурсов (УК-2 (индикаторы – 1,2,3,4);

– способами решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и за установленное время (УК-2 (индикаторы –1,2,3,4);

– навыками публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта (УК-2 (индикаторы –1,2,3,4);

– навыками выбора и использования современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-2 (индикаторы – 1,2,3);

– навыками систематизации информации о современных сервисных технологиях в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-2 (индикаторы –1,2,3).

4. Объём и содержание дисциплины

Очная форма обучения
Объём дисциплины составляет 3 зачётные единицы (81 час.)
Контактная работа 30, 25 час.
Самостоятельная работа 50,75 час.

Виды учебных занятий и формы промежуточной аттестации	8 сем.	
	Контактная работа с преподавателем	Самостоятельная работа обучающегося
Лекции	12	50,75
Практические занятия	18	
Зачет	0,25	-
Всего	30,25	50,75

Заочная форма обучения
Объём дисциплины составляет 3 зачётные единицы (81 час.)
Контактная работа 10,75час.
Самостоятельная работа 70,25 час.

Виды учебных занятий и формы промежуточной аттестации	5 курс	
	Контактная работа с преподавателем	Самостоятельная работа обучающегося
Лекции	6	67,5
Практические занятия	4,5	
Зачет	0,25	2,75
Всего	10,75	70,25

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и объемом учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и объем (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа обучающегося	
				Лаб.	Пр.		
1.	Основные понятия электронной торговли. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронной торговли	8	1,5	-	1,5	6	Подготовка конспектов по теме
2.	Основные формы присутствия компаний в Интернете	8	0,75	-	1,5	6	Выполнение практических заданий по теме
3.	Особенности рекламы в сети Интернет. Инструменты Интернет-рекламы	8	0,75	-	1,5	6	Выполнение практических заданий по теме
4.	Электронный брендинг и маркетинг	8	1,5	-	1,5	6	Выполнение практических заданий по теме
5.	Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса	8	1,5	-	1,5	6	Выполнение практических заданий по теме
6.	Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях	8	0,75	-	1,5	6	Выполнение практических заданий по теме
7.	Информационная безопасность электронного бизнеса.	8	0,75	-	3	6	Выполнение практических заданий по теме
8.	Риски деятельности в сфере электронной торговли	8	1,5	-	3	6	Выполнение практических заданий по теме
9.	Мошенничество	8	3	-	3	3	КСР –

	в сети Internet						контрольная работа/Тестирование
ИТОГО			12	-	18	50,75	Зачет

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Курс	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и объем (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа обучающегося	
				Лаб.	Пр.		
1.	Основные понятия электронной торговли. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронной торговли	5	0,75	-	0,5	7	Подготовка конспектов по теме
2.	Основные формы присутствия компаний в Интернете	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
3.	Особенности рекламы в сети Интернет. Инструменты Интернет-рекламы	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
4.	Электронный брендинг и маркетинг	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
5.	Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
6.	Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
7.	Информационная безопасность электронного бизнеса.	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение практических заданий по теме
8.	Риски деятельности в сфере	5	0,75	-	0,5	7	Выполнение

	электронной торговли						практических заданий по теме
9.	Мошенничество в сети Internet	5	-	-	0,5	11,5	КСР – контрольная работа/Тестирование
ИТОГО			6	-	4,5	67,5	Зачет

4.2. Развернутое описание содержания учебного материала по разделам (темам)

Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса.Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.

Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции, история их возникновения.

Этапы развития ЭБ. Субъекты и Объекты ЭБ. Коммерческий цикл. Изменения принципов

ведения бизнеса с переходом к электронной форме торговли. Физические товары, цифровые

товары и услуги в интернете. Бизнес-сайт и его продвижение. Основные виды деятельности

компаний электронного бизнеса. Электронные деньги, платежные интернет-системы,интернет-банкинг.

Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Российскоезаконодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.

Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете.

Основные особенности коммерческой деятельности в среде Интернет. Электроннаявизитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск.Торговые Интернет-системы. Управление контентом и документами в компанияхэлектронного бизнеса.

Тема 3. Особенности рекламы в сети Интернет. Инструменты Интернет-рекламы.

Обзор рынка Интернет-торговли. Объекты рекламной деятельности в сети Интернет. Динамика изменений в структуре российской части сети Интернет. Особенности отечественного рынка Интернет.Рост глобального проникновения Интернета. Доли используемых компьютеризированных устройств при совершении онлайн покупок. Развитие рынка розничной Интернет-торговли. Ключевые игроки рынка розничной Интернет-торговли. Формирование экосистемы розничной Интернет-торговли в РФ. Размери структура рынка розничнойИнтернет-торговли материальными товарами в РФ

Особенности восприятия рекламы в сети Интернет. Особенности взаимодействия потребителя с рекламным продуктом на четырех основных этапах цикла контакта (фокусировка проблемы и постановка цели; экспериментирование с объектом, поиск новых форм поведения; финальный контакт, действие с объектом; интеграция).Виды рекламы в интернете. Размещение рекламной информации на вебсайтах. Привлечение посетителей на вебсайт рекламодателя. Поиск потребителей товаров и услуг среди аудитории Интернета. Эффективность рекламы в Интернете.

Особенности использования корпоративных страниц, электронной почты, электронных конференций и баннеров в рекламных целях. Позиционирование WWW. Особенности

размещения информации на WWW. Составление рекламных обращений через электронную почту. Торговые обращения. Особенности баннерной рекламы. Понятие пиксель и CPM.

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.

Основные особенности маркетинга в электронной среде. Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда. Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг.

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса

Понятие электронной торговой площадки. Регламент, основные функции и услугиэлектронной торговой площадки. Электронные биржи. Механизм электронных аукционов.

Процедуры участия в электронных торгах. Размещение госзаказа и проведение госзакупок.Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса.Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальныхуслуг в электронном виде. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

Тема 6. Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях.

Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основныетенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи.Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг.Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение.Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги.Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Тема 7. Информационная безопасность электронного бизнеса.

Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса.ГОСТ Р ИСО/МЭК «Критерии оценки безопасности информационных технологий – 15408».Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.

Тема 8. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса.

Критерии и показатели, характеризующие деятельность в ЭБ. Риски в ЭБ, классификация рисков и их важности для сферы ЭБ. Методы и инструменты уменьшения рисков в ЭБ.

Тема 9. Мошенничество в сети Internet.

Понятие киберпреступности и её существующие формы.Преступления с использованием банковских карт, «мобильного банка» и пр. Способы защиты откиберпреступности.

5. Образовательные технологии, в том числе перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При реализации различных видов учебной работы предусматривается использование активных и интерактивных форм занятий: проектных методик, разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 30% аудиторных занятий.

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

1. Информационно-развивающие технологии с использованием использование мультимедийного оборудования при проведении занятий.

2. Развивающие проблемно-ориентированные технологии: работа в команде, междисциплинарное обучение, обучение на основе опыта и другие.

3. Личностно ориентированные технологии обучения: консультации; «индивидуальное обучение»; опережающая самостоятельная работа; изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях; подготовка к докладам на студенческих конференциях.

В процессе изучения дисциплины используются электронный каталог библиотечно-информационного центра, электронные ресурсы электронных библиотечных систем «Университетская книга» (Режим доступа: www.biblioclub.ru), Электронная библиотека Шуйского филиала ИвГУ (www.rucont.ru).

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: мультимедиа технологии; интерактивная доска, технологии смешанного обучения; интерактивные информационные технологии, мобильные технологии; поисковые системы.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа нацелена на изучение исследований и источников по теоретическим материалам дисциплины, подготовку к практическим занятиям, конспектирование учебного материала, научных статей, написание рефератов, выполнение индивидуальных творческих заданий, проработку лекционного материала, выполнение контрольной работы, подготовку к экзамену.

Практические занятия строятся в форме обсуждения практических заданий и индивидуальных письменных работ, а также материалов, изученных студентами самостоятельно. Задача практических занятий – отработать теоретические знания на практике, поэтому программа занятий включает элементы творческого освоения методов педагогической деятельности, нацелена на отработку и формирование профессиональных навыков, которые студенты могут применять на практике.

Виды самостоятельной работы студентов:

1) Подготовка и защита реферата по предложенной теме.
2) Доклады и сообщения по тематике семинаров.
3) Составление планов-конспектов по тематике семинаров.
4) Выполнение практических заданий.

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к РП.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Очная форма обучения

Для текущего контроля успеваемости используются собеседование, тестирование, выполнение практических заданий, выполнение контрольной работы.

На зачете по дисциплине «Электронная торговля»контролируемые знания, умения и владения, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, проверяются следующими видами оценочных средств: тест, творческое задание, собеседование. Максимальное количество баллов, которое возможно получить на зачете – 30 баллов.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Электронная торговля» является зачет.

Тестирование проводится на зачете, на выполнение проверочной работы по тест-билету отводится 60 минут. Тест-билет состоит из 15 заданий.

Критерии оценки. Каждое правильно выполненное задание оценивается 1 баллом, максимальное количество баллов – 15.

Если по отдельной теме студент набирает количество баллов ниже зачетного, то тема считается неосвоенной и баллы в рейтинг не прибавляются.

Собеседование проводится устной форме при помощи зачётных билетов. Зачетный билет состоит из двух вопросов. Ответы на вопросы оцениваются 10 баллами. При ответе на вопрос студенту необходимо переложить теоретические знания на практический конкретный пример, показать уровень сформированности компетенций.

Критерии оценки устного ответа в форме собеседования (10 баллов, за каждый вопрос максимально 5 баллов):

1) полнота ответа:
- дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос (1 балл);
- дан неполный ответ на поставленный вопрос (0,5 балла);
- в случае отсутствия ответа на поставленный вопрос (0 баллов);

2) изложение теоретического материала:
- показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения, студент свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др. (1,5 балла);
- показана совокупность знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения, допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов и др. (1 балл);
- допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий, в ответе не присутствуют доказательные выводы (0,5 балла);
- допущены существенные ошибки в теоретическом материале, фактах, понятиях, персоналиях (0 баллов);

3) умение переложить теоретические знания на практический опыт:
- показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт с формулированием конкретных выводов и предложений, показанасформированность компетенции (1,5 балла);
- показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала, аргументация своей позиции с опорой на факты, показана сформированность компетенций (1 балл);
- раскрытие проблемы на теоретическом уровне, слабо показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт, аргументация своей позиции без опоры на факты, сформированность компетенций показана слабо (0,5 балла);
- раскрытие проблемы на теоретическом уровне, не показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт, не представлены в ответе конкретные выводы и предложения, сформированность компетенций не показана (0 баллов);

4) структура ответа, грамотность речи:
- в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности, ответ изложен литературным грамотным языком (1 балл);
- логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, речь неграмотная (0,5 баллов);
- логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, речь неграмотная (0 баллов).

Творческое задание выдается обучающимся за неделю до зачета. Задание проверяется и оценивается на зачёте. Творческая работа оценивается 5 баллами.

Критерии оценки творческого задания.

1) задание выполнено полностью: узнавание объектов изучения, правильное использование специальных терминов, понятий, дан полный и правильный ответ; четко, грамотно различает факты, аргументы, оценочные суждения, анализирует, преобразовывает и использует их для решения практических задач; грамотно осуществляет сбор, обработку данных, проводит оценку собранной информации; аргументировано проводит анализ, интерпретацию данных в процессе решения прикладных задач в профессиональной области; аргументировано и обосновано использует необходимые методы предоставления сервисных услуг с учетом национальных, региональных, этнических демографических и природно-климатических особенностей (5 баллов);

2) задание выполнено полностью, но с неточностями: узнавание объектов изучения, правильное использование специальных терминов, понятий, найден и использован верный алгоритм выполнения задания, ответ дан с незначительными неточностями, грамотно различает факты, аргументы, оценочные суждения; грамотно осуществляет сбор, анализ, обработку информации; грамотно анализирует и интерпретирует данные в процессе решения прикладных задач в профессиональной области; использует необходимые методы предоставления сервисных услуг с учетом национальных, региональных, этнических демографических и природно-климатических особенностей (3балла);

3)задание выполнено не полностью: узнавание объектов изучения, слабо показано умение использовать специальные термины, понятия, найден верный алгоритм решения задачи, задание выполнено обобщенно, ответ дан со значительными неточностями, использует методы предоставления сервисных услуг с учетом различных факторов и особенностей (2 балла);

4) задание выполнено не полностью: узнавание объектов изучения, слабо показано умение использовать специальные термины, понятия, найден верный алгоритм решения задачи, задание выполнено обобщенно, ответ дан со значительными неточностями, частично использует методы предоставления сервисных услуг (1 балл);

5) задание не выполнено или выполнено частично: не грамотное использование специальных терминов, понятий, не найден и не использован верный алгоритм решения задачи (или использован не неправильный алгоритм решения), дан не правильный ответ или ответ не дан (0 баллов).

Максимальное количество баллов, которое возможно получить на зачете – 30 баллов.

Оценка результатов освоения дисциплины при рейтинговой системе оценивания формируется по 100-балльной шкале из результатов текущего контроля успеваемости и результатов, полученных на зачёте.

Оценка на зачете выставляется по следующей шкале:

Шкала оценки результатов освоения дисциплины «Электронная торговля» при рейтинговой системе оценивания

Повышенный уровень	Базовый уровень	Пороговый уровень	Ниже порогового уровня
зачтено	зачтено	зачтено	не зачтено
85-100 баллов	71-84 балла	61-70 баллов	60 и менее баллов

Заочная форма обучения

На зачете по дисциплине «Электронная торговля» контролируемые знания, умения и владения, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения

образовательной программы, проверяются следующими видами оценочных средств: тест, творческое задание, собеседование. Максимальное количество баллов, которое возможно получить на зачете – 30 баллов.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Электронная торговля» является зачет.

Тестирование проводится на зачете, на выполнение проверочной работы по тест-билету отводится 60 минут. Тест-билет состоит из 15 заданий.

Критерии оценки. Каждое правильно выполненное задание оценивается 1 баллом, максимальное количество баллов – 15.

Если по отдельной теме студент набирает количество баллов ниже зачетного, то тема считается неосвоенной.

Собеседование проводится устной форме при помощи зачётных билетов. Зачетный билет состоит из двух вопросов. Ответы на вопросы оцениваются 10 баллами. При ответе на вопрос студенту необходимо переложить теоретические знания на практический конкретный пример, показать уровень сформированности компетенций.

Критерии оценки устного ответа в форме собеседования (10 баллов, за каждый вопрос максимально 5 баллов):

1) полнота ответа:
- дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос (1 балл);
- дан неполный ответ на поставленный вопрос (0,5 балла);
- в случае отсутствия ответа на поставленный вопрос (0 баллов);

2) изложение теоретического материала:
- показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения, студент свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др. (1,5 балла);
- показана совокупность знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения, допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов и др. (1 балл);
- допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий, в ответе не присутствуют доказательные выводы (0,5 балла);
- допущены существенные ошибки в теоретическом материале, фактах, понятиях, персоналиях (0 баллов);

3) умение переложить теоретические знания на практический опыт:
- показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт с формулированием конкретных выводов и предложений, показанасформированность компетенции (1,5 балла);
- показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала, аргументация своей позиции с опорой на факты, показана сформированность компетенций (1 балл);
- раскрытие проблемы на теоретическом уровне, слабо показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт, аргументация своей позиции без опоры на факты, сформированность компетенций показана слабо (0,5 балла);
- раскрытие проблемы на теоретическом уровне, не показано умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт, не представлены в ответе конкретные выводы и предложения, сформированность компетенций не показана (0 баллов);

4) структура ответа, грамотность речи:

- в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности, ответ изложен литературным грамотным языком (1 балл);
- логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, речь неграмотная (0,5 баллов);
- логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, речь неграмотная (0 баллов).

Творческое задание выдается обучающимся за неделю до зачета. Задание проверяется и оценивается на зачёте. Творческая работа оценивается 5 баллами.

Критерии оценки творческого задания.

1) задание выполнено полностью: узнавание объектов изучения, правильное использование специальных терминов, понятий, дан полный и правильный ответ; четко, грамотно различает факты, аргументы, оценочные суждения, анализирует, преобразовывает и использует их для решения практических задач; грамотно осуществляет сбор, обработку данных, проводит оценку собранной информации; аргументировано проводит анализ, интерпретацию данных в процессе решения прикладных задач в профессиональной области; аргументировано и обосновано использует необходимые методы предоставления сервисных услуг с учетом национальных, региональных, этнических демографических и природно-климатических особенностей (5 баллов);

2) задание выполнено полностью, но с неточностями: узнавание объектов изучения, правильное использование специальных терминов, понятий, найден и использован верный алгоритм выполнения задания, ответ дан с незначительными неточностями, грамотно различает факты, аргументы, оценочные суждения; грамотно осуществляет сбор, анализ, обработку информации; грамотно анализирует и интерпретирует данные в процессе решения прикладных задач в профессиональной области; использует необходимые методы предоставления сервисных услуг с учетом национальных, региональных, этнических демографических и природно-климатических особенностей (3балла);

3)задание выполнено не полностью: узнавание объектов изучения, слабо показано умение использовать специальные термины, понятия, найден верный алгоритм решения задачи, задание выполнено обобщенно, ответ дан со значительными неточностями, использует методы предоставления сервисных услуг с учетом различных факторов и особенностей (2 балла);

4) задание выполнено не полностью: узнавание объектов изучения, слабо показано умение использовать специальные термины, понятия, найден верный алгоритм решения задачи, задание выполнено обобщенно, ответ дан со значительными неточностями, частично использует методы предоставления сервисных услуг (1 балл);

5) задание не выполнено или выполнено частично: не грамотное использование специальных терминов, понятий, не найден и не использован верный алгоритм решения задачи (или использован не неправильный алгоритм решения), дан не правильный ответ или ответ не дан (0 баллов).

Максимальное количество баллов, которое возможно получить на зачете – 30 баллов.

Оценка на зачете выставляется по следующей шкале:

Шкала оценки результатов освоения дисциплины «Электронная торговля»

Повышенный уровень	Базовый уровень	Пороговый уровень	Ниже порогового уровня
зачтено	зачтено	зачтено	не зачтено
26-30 баллов	21-25 баллов	17-20 баллов	менее 17 баллов

Типовые варианты оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине представлены в приложении 2 «Фонд оценочных средств».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная и учебно-методическая литература:

– основная литература:

1. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. С. В. Пирогова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 684 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621649. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03474-9. – Текст : электронный.
2. Электронная торговля : учебник / Р. Р. Дыганова, Г. Г. Иванов, В. А. Матосян, Р. Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.

– дополнительная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.
2. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 11-е изд. ;перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2014. - 692 с.
3. Демешин, Л.В. Создание и продвижение интернет-магазина в поисковых системах / Л.В. Демешин. – Москва : Лаборатория книги, 2011. – 114 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142460. – ISBN 978-5-504-00593-5. – Текст : электронный.
4. Денисов, Д.П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции : практическое пособие / Д.П. Денисов. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 112 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140249. – ISBN 978-5-504-00911-7. – Текст : электронный.
5. Малышев, С.Л. Основы интернет-экономики : учебное пособие / С.Л. Малышев. – Москва: Евразийский открытый институт, 2011. – 120 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90789. – ISBN 978-5-374-00556-1. – Текст : электронный.
6. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.
7. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина : практическое пособие : [16+] / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 333 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684501. – ISBN 978-5-394-04792-3. – Текст : электронный.
8. Царелашвили, Р. А. Электронная торговля : практическое пособие / Р.А. Царелашвили. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 97 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143082. – ISBN 978-5-504-00519-5. – Текст : электронный.
9. Шулепов, В.И. Основы электронной коммерции : учебное пособие / В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола

:Поволжский государственный технологический университет, 2014. – 109 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439334. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1327-4. – Текст : электронный.

Интернет-ресурсы:

1. Фонд содействия развитию технологий и инфраструктуры Интернета // Режим доступа: www.Jotus.com.ru.
2. Блог про интернет – маркетинг // Режим доступа: https://internet-marketings.ru/
3. Рынок Интернет – торговли в РФ // Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/
4. http://www.новости-рекламы.рф/
5. Теоретические и практические вопросы интернет-рекламы Режим доступа: http://iamag.ru/about/

Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. Коллекция Шуйского филиала ИвГУ на национальном цифровом ресурсе «Руконт»;
3. КонсультантПлюс http://www.consultant.ru/
4. Федеральная служба государственной статистики http://www.gks.ru/
5. Федеральная налоговая служба nalog.ru
6. Официальный сайт для размещения информациио государственных (муниципальных) учреждениях http://bus.gov.ru/pub/home
7. РосБизнесКонсалтинг www.rbc.ru
8. Все о розничной торговле www.retail.ru/

Программное обеспечение:

В процессе изучения дисциплины используются офисные пакеты MicrosoftOffice, OpenOffice, программа для просмотра и чтения файлов PDFAdobeAcrobatReaderDC, программа для воспроизведения флэш-анимации в браузерах AdobeFlashPlayer, вэб-обозреватели GoogleChrome, Opera, Антивирус Касперского, 1С университет.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.
3. Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения.
4. Помещение для самостоятельной работы, оснащенное специализированной мебелью, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
5. Учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации, таблицы), печатные пособия (таблицы, раздаточные карточки и т.п.).

Автор рабочей программы дисциплины: Ю.С. Нанакина, доцент кафедры технологии, экономики и сервиса, кандидат экономических наук, доцент.

Программа рассмотрена на заседании кафедры технологии, экономики и сервиса
«11» февраля 2020 г., протокол № 7

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 11 от «14» июня 2021 г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ О.Н. Рябова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 7 от «21» февраля 2022 г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ О.Н. Рябова
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня2023 г.
Согласовано:
Руководитель ОП _____ О.Н. Рябова
(подпись)

Приложение 1.

Методические указания для обучающихсяпо освоению дисциплины

Темы занятия и задания для самостоятельной работы

Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса.Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.

1.Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции, история их возникновения.

2.Этапы развития ЭБ. Субъекты и Объекты ЭБ. Коммерческий цикл.

3.Изменения принциповведения бизнеса с переходом к электронной форме торговли. Физические товары, цифровыетовары и услуги в интернете.

4.Бизнес-сайт и его продвижение. Основные виды деятельностикомпаний электронного бизнеса.

5.Электронные деньги, платежные интернет-системы,интернет-банкинг.

6.Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.

7.Российскоезаконодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете.

1.Основные особенности коммерческой деятельности в среде Интернет.

2.Электронная визитная карточка. Электронный каталог. Электронный магазин и электронный киоск.

3.Торговые Интернет-системы.

4.Управление контентом и документами в компаниях электронного бизнеса.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 3. Особенности рекламы в сети Интернет. Инструменты Интернет-рекламы.

1.Обзор рынка Интернет-торговли. Объекты рекламной деятельности в сети Интернет. Динамика изменений в структуре российской части сети Интернет.

2.Особенности отечественного рынка Интернет.Рост глобального проникновения Интернета. Доли используемых компьютеризированных устройств при совершении онлайн покупок.

3.Развитие рынка розничной Интернет-торговли. Ключевые игроки рынка розничной Интернет-торговли. Формирование экосистемы розничной Интернет-торговли в РФ. Размери структура рынка розничнойИнтернет-торговли материальными товарами в РФ

4.Особенности восприятия рекламы в сети Интернет.

5.Особенности взаимодействия потребителя с рекламным продуктом на четырех основных этапах цикла контакта (фокусировка проблемы и постановка цели; экспериментирование с объектом, поиск новых форм поведения; финальный контакт, действие с объектом; интеграция).

6.Виды рекламы в интернете. Размещение рекламной информации на вебсайтах. Привлечение посетителей на вебсайт рекламодателя. Поиск потребителей товаров и услуг среди аудитории Интернета. Эффективность рекламы в Интернете.

7.Особенности использования корпоративных страниц, электронной почты, электронных конференций и баннеров в рекламных целях. Позиционирование WWW. Особенности размещения информации на WWW. Составление рекламных обращений через электронную почту. Торговые обращения. Особенности баннерной рекламы. Понятие пиксель и CPM.

Список литературы:

1.Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2.Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3.Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.

1.Основные особенности маркетинга в электронной среде. Имидж продукта и его инновационное развитие.

2.Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы. Понятие бренда.

3.Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг.

4.Маркетинг и блоггинг.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки. Государственные услуги для электронного бизнеса

1.Понятие электронной торговой площадки. Регламент, основные функции и услуги электронной торговой площадки.

2.Электронные биржи. Механизм электронных аукционов.

3.Процедуры участия в электронных торгах. Размещение госзаказа и проведение госзакупок.

4.Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

5.Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 6. Мобильный электронный бизнес. Электронный бизнес в социальных сетях.

1.Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения.

2. Основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама.

3.Рынок мобильных товаров и услуг. Основные понятия и виды социальных сетей. Социальное программное обеспечение.

4.Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги.

5.Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 7. Информационная безопасность электронного бизнеса.

1.Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса.

2.ГОСТ Р ИСО/МЭК «Критерии оценки безопасности информационных технологий – 15408».

3.Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 8. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса.

1.Критерии и показатели, характеризующие деятельность в ЭБ.

2.Риски в ЭБ, классификация рисков и их важности для сферы ЭБ.

3.Методы и инструменты уменьшения рисков в ЭБ.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Тема 9. Мошенничество в сети Internet.

1.Понятие киберпреступности и её существующие формы.

2.Преступления с использованием банковских карт, «мобильного банка» и пр.

3.Способы защиты от киберпреступности.

Список литературы:

1. Методы стимулирования продаж в торговле : учебник / С. Б. Алексина [и др.]. - Москва : Форум : Инфра-М, 2015. - 304 с.

2. Прохорова, М. В. Организация работы интернет-магазина / М. В. Прохорова, А. Л. Коданина. - 2-е изд. ;перераб. доп. - Москва : Дашков и К, 2015. - 336 с.

3. Прохорова, М.В. Организация работы интернет-магазина / М.В. Прохорова, А.Л. Коданина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл. - ISBN 978-5-394-02405-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452889

Подготовка и защита самостоятельно подготовленного реферата

Темы рефератов

1. Маркетинг, осуществляемый посредством электронной почты.
2. Инструменты маркетинговых телекоммуникаций.
3. Виды договоров купли – продажи в электронной торговле.
4. Назовите и охарактеризуйте основные функции маркетинга предприятия.
5. Требования к программному обеспечению для управления торговым предприятием малого бизнеса.
6. Информационное обеспечение предприятий крупного бизнеса.
7. Классификация внутренних угроз информационной безопасности предприятия.
8. Понятие информационной безопасности.
9. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России.
10. Платежные терминалы, их характеристика.
11. Электронные деньги.
12. Требования к платежным системам.
13. Виды платежных систем.
14. Маркетинговый план: его основные этапы, состав и структура.
15. Виды штриховых кодов, их характеристика.
16. Основные торговые площадки модели B2C
17. Типы информационных сетей электронного бизнеса.
18. Задачи, решаемые при помощи электронной торговли.

Подготовку реферата необходимо начинать с изучения и усвоения собранных материалов, относящихся к теме работы. В зависимости от темы реферата материалы могут представлять собой теоретические источники (научную и учебную литературу, материалы периодической печати), нормативные акты.

По результатам ознакомления с материалами по теме реферата следует составить план и согласовать его с преподавателем. По структуре реферат включает вводную часть (введение), основную часть, заключение, список использованных источников и литературы, а также (при необходимости) приложения. План реферата должен быть последовательным, логически обоснованным и позволяющим полностью раскрыть избранную тему.

После согласования плана реферата следует приступать к работе над текстом. Во вводной части реферата необходимо обосновать актуальность избранной темы, отразить цель и задачи, поставленные в ходе выполнения работы. Основная часть реферата должна содержать анализ различных научных точек зрения по рассматриваемой проблеме, исследование практики применения правовых норм в конкретных ситуациях. В заключительной части реферата излагаются самостоятельные выводы слушателя и предлагаемые им пути решения проанализированных проблем.При оформлении используется шрифт 14 TimesNewRoman через 1,5 интервала. Поля: левое - 3 см; правое - 1 см.; верхнее и нижнее - 2 см.

Каждую часть работы начинают с новой страницы, параграфы размещают друг за другом. Названия глав пишут прописными буквами, параграфов строчными, точки в конце заголовков не ставят. Нумерация страниц в верхнем колонтитуле, посередине строки.

Ссылки подстрочные на каждой странице. Все иллюстрации, таблицы, графики нумеруются сквозной или валовой нумерацией, большого объема помещаются в приложение. Приложения нумеруются в правом верхнем углу каждого приложения, где пишут слово «Приложение №». Приложения не нумеруются вместе с основным текстом работы, их число не входит в объем реферата.

Структура работы: титульный лист, оглавление (содержание), указатель сокращений, условных обозначений и символов (при необходимости), введение, основную часть, заключение, список использованных источников и литературы, приложения (при их наличии).

Реферат оценивается преподавателем по следующим параметрам:

- последовательность раскрытия заявленной темы;
- аргументированность, логичность и достоверность сделанных выводов;
- методология и объем источников, использованных при подготовке реферата;
- соблюдение требований к оформлению реферата и срокам их представления на проверку.

Объем – 10-15 страниц.

Источники: необходимо использовать в реферате не менее пяти источников (ссылки на эти источники обязательны!).

Структура реферата

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть

4.1…..

4.2…..

5. Заключение
6. Список литературы

Текущий контроль по дисциплине «Электронная торговля»

Вариант1.

Контрольное задание №1 к темам 1-2.

1. Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1. В чем отличия Электронной коммерции от Электронного бизнеса? Что является отличительной особенностью ЭБ и с чего должно начинаться вхождение любой крупной компании в электронную сферу?

2. Верно ли утверждение, что система e-procurememt относится к системам сектора B2B. Принеобходимости приведите правильный ответ, перечислите функциональные возможности,решаемые задачи и область применения системы.

3. Поясните, какую главную цель ставят крупные корпорации при организации систем ЭБ.Каким образом достигается поставленная цель, перечислите особенности реализации поставленной задачи. Обоснуйте.

4. Перечислите в правильной последовательности этапы коммерческого цикла, покажитедвижение капитала и выделите те этапы, которые относятся к электронной коммерции.Дайте характеристику этапам и поясните, каким образом трансформировалась технологияосуществления бизнес процессов при переходе к ЭБ.

5. Верно ли утверждение, что системы электронной коммерции в секторе B2Bпредназначены для поддержания бизнес-отношений между поставщиками и потребителямии призваны решать задачи сбыта и материально-технического снабжения? Перечислитесистемы электронного бизнеса, получившие наибольшее распространение в секторе B2B.

2.Выполните практическое задание:

Задание 1 Компания ЗАО «Старт» занимается размещением инвестиций для реализациивысокотехнологичных проектов в сфере услуг. До настоящего момента взаимодействие спотенциальными заёмщиками осуществлялось традиционными способами посредствомэлектронной почты и бумажных документов. Недавно компания вышла в сеть Интернет среализацией полного цикла по обслуживанию клиента от приёма заявки до перечислениякредитуемых сумм клиентам и осуществления последующего расчёта за услуги компании ирасчётов по выданным кредитам и процентам.

При этом клиент имеет возможность оперативно контролировать текущий графикпогашения, предстоящие и зачисленные платежи, а также взаимодействовать с компанией повопросам проведения периодического аудита состояния компании-клиента и выполненияпервоначального бизнес плана.

Задание на выполнение практической работы:

1. Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции.

2. Ответьте на вопросы: Кто или что является субъектами коммерческой деятельности

объектами коммерческой деятельности? Какие требования предъявляются к клиентам (чтоим необходимо для взаимодействия с продавцом)? Есть ли какие-то этапы в деятельностисубъектов, не относящиеся к электронной коммерции, а относящиеся к электронномубизнесу?

3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности.

4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точкизрения продавца и покупателя.

5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса в рамках OFF-

LINE(традиционной) модели и с использованием технологий электронной коммерции дляреализации отдельных этапов цикла. Опишите полученные варианты.

6. Выявите преимущества и недостатки предложенных в п. 5 вариантов ведения бизнеса посравнению со смежными вариантами.

3. Напишите эссе на одну из тем:

1. Электронный бизнес в России.
2. Электронный бизнес за рубежом.
3. Электронные архивы российских предприятий.

Вариант 2.

Контрольное задание №2 к темам 3-4

1.Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1.Объясните, почему при разработке будущего веб-сайта интернет-магазина учитываютсяинтересы трех основных групп покупателей? Назовите эти группы.

2. Какая взаимосвязь существует или может существовать между интернет-аукционами исистемами класса peer-to-peer? Обоснуйте ответ.

3. Поясните, какую главную цель ставят крупные корпорации при организации систем ЭБ.Каким образом достигается поставленная цель, перечислите особенности реализациипоставленной задачи. Обоснуйте.

4. Проанализируйте процесс расчетов цифровыми наличными. Перечислите основныхучастников ПИС. Скажите, что необходимо сделать, что бы стать участником платежнойсистемы? Каким образом происходит «аутентификация» и «авторизация» в системе?

5. В чем заключается принципиальное отличие интернет-магазина и интернет-витрины? Вкаких случаях и какую систему электронной торговли целесообразнее организовать?Обоснуйте ответ.

2. Выполните практическое задание:

Задание 1.

Описание деятельности: Интернет представительство районного коммунального хозяйства,обсуживающего жилые дома. В рамках данного представительства возможно получениеинформации о работе хозяйства, заказ и оплата дополнительных работ, которые необходимовыполнить для жителей, а также оплата и просмотр истории по основным коммунальнымуслугам.

Задание:Выберите и опишите способ организации приложения электронной коммерции.Составьте список требуемых от провайдеров услуг, необходимых для полноценногофункционирования приложения электронной коммерции.Сравните характеристики услуг, предлагаемых различными провайдерами.Произведите выбор провайдера и обоснуйте.Определите первоначальные затраты, требуемые для организации приложения электроннойкоммерции (кроме создания самого приложения). Определите периодические затраты, требуемые для функционирования приложенияэлектронной коммерции; Сделайте и обоснуйте выводы.

3. Напишите эссе на одну из тем:

1. Разработка бизнес-плана стратегической реструктуризации предприятия на примеремосковской биржи.
2. Реклама и продвижение товаров и услуг в Интернете.

Вариант 3.

Контрольное задание №3 к темам 5-6

1.Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1. Проанализируйте принцип функционирования интернет-магазина. К какому из секторовЭБ относится данный сервис? Почему интернет-магазин является наиболее комплекснойсистемой Интернет-торговли?
2. Целесообразно ли использовать, и с каких позиций, системы Интернет платежей? Каковыпреимущества ПИС по сравнению с традиционными способами оплаты?
3. Выделите способы расчётов, которые характерны для различных групп целевойаудитории. Обоснуйте свой выбор. Скажите, что необходимо выполнить, чтобы статьучастником ПИС для предприятия торговли.
4. В чем заключается стандарт SWIFT? Банковские технологии, реализованные в системеSWIFT.
5. Техническое обеспечение системы SWIFT. Программные средства взаимодействия ссистемой SWIFT.

2.Напишите эссе на одну из тем:

1.Разработка бизнес-планов инвестиционных проектов с помощью специализированногопрограммного обеспечения.
2.Организация электронной торговли и перспективы ее развития

3.Выполните практические задания:

Задание 1.

Описание деятельности:Онлайн университет, занимающийся продажей электронных учебных курсов в режиме реального времени и онлайн-обучением слушателей по индивидуальным наборамдисциплин.

Задание на выполнение практической работы:Выделите этапы коммерческого цикла, характерные для компании, и охарактеризуйтеих по следующему плану:что является целью выполнения этапа;на основе чего выполняется этап (что необходимо для выполнения этапа);кто основные участники в выполнении этапа;что является результатом выполнения этапа;каковы капитальные (единовременные) затраты на данном этапе:

- наименование;
- приблизительная сумма;

каковы периодические затраты (с расчётом на месяц) на данном этапе:

- наименование;
- приблизительная сумма на месяц

Вариант 4.

Контрольное задание №4 к темам 7-8

1.Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1. Предложите для произвольного вида деятельности реализацию различных стратегийпо выходу в ЭБ. Обоснуйте ответ.

2. Поясните понятие цифровых наличных (ЦН). Перечислите свойства ЦН иклассификацию ЦН по видам средств их хранения.

3. Поясните понятие CNP-транзакций и MerchantAccount. Какие существуютсложности открытия MerchantAccount для точки продаж? Перечислите провайдеровMerchantAccount.

4. Дайте характеристику технологии работы платежной Интернет-системы на основепластиковых карт. Приведите примеры российских ПИС на основе банковских карт.

5. Что такое Процессинговый Центр системы Яндекс.Деньги? Необходима ли связь сним в момент совершения платежа?

2.Напишите эссе на одну из тем:

1. Виртуальная торговая площадка, как инструмент повышения эффективностибизнеса.

2. Автоматизированные системы управления контентом организации.

3.Выполните практическое задание:

Задание 1

Маркетинговое Интернет агентство, оказывающее услуги по раскрутке требуемыхИнтернет ресурсов.

Задание на выполнение работы:

1. Прочитайте описание деятельности компании.

2. Опишите возможные способы продвижения товаров/услуг в сети Интернет, которыецелесообразно применять для возможной целевой аудитории компании.

3. Определите 2-3 площадки, где возможно разместить рекламу вашей деятельности.Определите ценовую политику данных площадок.

4. Определите 1-2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для вашегоИнтернет проекта и их стоимостные характеристики.

5. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активнойрекламы сайта (например разработка рекламных материалов, регистрация в каталогах,оптимизация содержания сайта и др.).

6. Составьте медиа-план на 1 месяц, включающий Интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций.

Вариант 5.

Контрольное задание №5 к темам 9-11

1.Дайте письменные ответы на следующие вопросы:

1. В случае покупки товара в интернет-магазине продавец должен отправитьпокупателю договор купли-продажи, а затем получить этот договор с подписьюпокупателя. Каким образом и на каком этапе платежа предается подобный договор вслучае оплаты через Яндекс.Деньги?

2. Как называется программа, позволяющая участнику системы Яндекс.Деньгипроводить расчеты «электронными деньгами» (цифровыми наличными)?

3. Дайте характеристику карточной платежной системы (КПС). Перечислите частниковКПС, составьте структурную схему программно-технической инфраструктуры КПС.Перечислите примеры локальных и международных КПС.

4. Охарактеризуйте взаимосвязи участников КПС между собой: клиент и эмитент,клиент и точка продаж, точка продаж и эквайер, эквайер и эмитент, банки

ипроцессинговый центр.

5. Охарактеризуйте преимущества и недостатки использования КПС для владельцакарточки, для точки продаж, для банка.

2.Напишите эссе на одну из тем:

1.Платежные системы и способы их интеграции в бизнес- процессы организации.
2.Торгово-закупочные системы сектора B2B.
3.Интернет аукционы для юридических лиц.

3.Выполните практическое задание:

Задание 1. Описание деятельности: Торговая площадка, организующая оптовые продажипродуктов питания различными поставщиками различным покупателям.

Задание на выполнение практической работы:

1. Прочитайте описание деятельности компании.

2. Выделите те способы расчётов, которые характерны для различных групп целевойаудитории.

3. По информации сайтов ПИС:

a. определите требования для подключения к выбранным ПИС для предприятияторговли;

b. определите первоначальные затраты на подключение;

c. определите комиссии, взимаемые с предприятия торговли ПИС.