

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Институт экономики, управления и сервиса

Кафедра "Сервис, туризм и торговое дело"

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



Е. Ю. Меркулова

«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.7.2 Интернет-торговля

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль/направленность/специализация: Логистика в торговой деятельности

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Автор программы:

Кандидат технических наук, доцент Кондраков Олег Викторович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «12» ноября 2015 г. № 1334).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Сервис, туризм и торговое дело" «12» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	22
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	23
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	24

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

ПК-6 Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:

- организационно-управленческая
- торгово-технологическая

1.3 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Знания и умения, необходимые для формирования трудового действия / компетенции
	ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическим и процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	<p>Знает и понимает:</p> <p>знать основные принципы организации и управления торгово-технологическими процессами</p> <p>Умеет (способен продемонстрировать):</p> <p>уметь использовать на практике принципы выделения основных объектов и субъектов торгово-технологических операций, центры ответственности</p> <p>Владеет:</p> <p>владеть навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>
	ПК-6 Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	<p>Знает и понимает:</p> <p>знать сущность, принципы поведения партнеров; принципы отбора партнеров исходя из принципов экономической выгоды и надежности</p> <p>Умеет (способен продемонстрировать):</p> <p>уметь выбирать деловых партнеров по различным видам деятельности, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p> <p>Владеет:</p> <p>владеть навыками проведения деловых переговоров, заключения договоров, и контроля за их выполнением</p>

ПК-2 Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Заочная (семестр)				
		2	3	6	7	8
1	Коммерческая деятельность	+				
2	Менеджмент розничной торговли				+	
3	Сбытовая логистика		+			
4	Технологическая практика			+	+	
5	Управление продажами				+	
6	Экономические основы логистики	+				
7	Электронная коммерция					+

ПК-6 Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Заочная (семестр)				
		2	3	6	7	8
1	Аутсорсинг в логистике	+				
2	Духовно-нравственное воспитание	+				
3	Интернет-реклама			+		
4	Информационное обеспечение в логистической деятельности			+		
5	Технологическая практика			+	+	
6	Управление затратами в коммерческой деятельности		+			
7	Формирование клиентурных отношений				+	
8	Электронная коммерция					+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Интернет-торговля» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.06 - Торговое дело.

Дисциплина «Интернет-торговля» изучается в 8 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 7 з.е.

Заочная: 7 з.е.

Вид учебной работы	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	252
Контактная работа	26
Лекции (Лекции)	10
Практические (Практ. раб.)	16
Самостоятельная работа (СР)	217
Экзамен	9

3.2.Содержание курса:

№ темы 순번	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		3	3	3	
8 семестр					
1	Основные понятия электронного бизнеса.	2	2	31	Тестирование
2	Нормативно- правовая база межведомственно го взаимодействия компаний электронного бизнеса.	2	2	31	Опрос
3	Основные формы присутствия компаний в Интернете	2	2	31	Тестирование; Опрос
4	Электронный брендинг и маркетинг.	1	2	31	Тестирование; Опрос
5	Электронные торги, государственные закупки	1	2	31	Собеседование
6	Государственные услуги для предприятий, осуществляющих интернет- торговлю	1	3	30	Собеседование
7	Мобильный электронный бизнес.	1	3	32	Собеседование

Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса. (ПК-6)

Лекция.

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.

Практическое занятие.

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

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

1. Тенденции развития рынка ИТК.
2. Динамика развития ЭК в России.
3. Адресация в информационных сетях.
4. Характеристика сетевых коммутационных устройств..
5. Типы информационных сетей.

Тема 2. Нормативно- правовая база межведомственно го взаимодействия компаний электронного бизнеса. (ПК-2)

Лекция.

Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций Средства массовой информации. Информационно-аналитические агентства. Информационные системы государственных учреждений. Электронное правительство. Серверы кадровых агентств.

Электронная коммерция

Практическое занятие.

Основные виды и классификация. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес). Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель). Электронные магазины. Платежные системы. Защита информации. Цифровые подписи. Сертификационные центры. Правовые аспекты электронного бизнеса. Европейское право. Директивы европейского союза. Принципы использования электронной подписи и сертификации. Заключение договоров с использованием электронных средств. Разрешение споров в электронной коммерции. Федеральный закон РФ об электронной торговле.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

Сформулируйте современные цели, задачи и функции интернет- торговли. Определите инструменты правового регулирования взаимоотношений в сфере интернет- торговли. Правовую основу интернет- торговли. Международные правовые системы. Правовые нормы ведения электронного бизнеса в России.

Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете (ПК-6)

Лекция.

Виды и характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты(Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения. Стратегии развития электронных торговых площадок. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.

Практическое занятие.

Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение сетевой рекламы и осуществление Интернет-маркетинга; Интернет-трейдинг; создание виртуальных офисов и call-центров; организация виртуальных выставок. Участники деловых операций. Электронные торговые площадки (ЭТП). Возможности и преимущества ЭТП. Характеристики основных ЭТП модели B2C. Характеристики основных ЭТП, модели B2B, B2G.G2B.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

1. Понятие и предметная область электронной торговли.
2. Перечислите основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции.
3. В чем отличие организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности?
4. Перечислите основные изменения механизмов проведения торговой операции в связи с внедрением технологий электронной коммерции.
5. Какую информацию обычно содержит электронный сертификат ЭЦП?

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг. (ПК-2)

Лекция.

Основные особенности маркетинга в электронной среде. Имидж продукта и его инновационное развитие. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы.

Практическое занятие.

Понятие бренда. Трейд-маркинг. Брендинг. Рестайлинг. Ребрендинг. Ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

1. Перечислите маркетинговые услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками.
2. Назовите основные различия систем MRP и MRP II.
3. Специфика маркетинговых исследований в сети Интернет.

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки (ПК-6)

Лекция.

Электронные торги. Характеристика систем электронных торгов. Платежные инструменты. Виды торговых систем. Отечественные ЭПС и их характеристика. Характеристика торговых систем, работающих с банковскими операциями. Интегрированные системы.

Практическое занятие.

Электронные торговые площадки. Характеристика торговых систем. Инструменты обеспечения электронной торговли. Электронные торговые системы. Характеристика электронных торговых систем.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

1. Дать определение электронного платежа.
2. Охарактеризуйте электронные деньги.
3. Система государственных закупок.

Тема 6. Государственные услуги для предприятий, осуществляющих интернет-торговлю

Лекция.

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

Практическое занятие.

Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

Портал государственных услуг, как форма поддержки предпринимательства.

Основные принципы организации системы предоставления государственных в электронном виде

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

Определение сделки. Виды и формы сделок. Виды договоров. Купли-продажи в электронной торговле. Формы основных документов при совершении коммерческих транзакций. Документы, используемые при совершении простой закупки.

Тема 7. Мобильный электронный бизнес. (ПК-2)

Лекция.

Понятие мобильного контента. Мобильные сервисы и приложения. Основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса. Мобильные платежи. Мобильный маркетинг и реклама. Рынок мобильных товаров и услуг.

Практическое занятие.

Основы создания мобильного контента. Мобильные сетевые и серверные офисные сервисы.

Основы работы в сфере ведения электронного бизнеса. Мобильные средства маркетинга и рекламы.

Задания для самостоятельной работы.

Задания для самостоятельной работы

1. Назовите основные различия систем электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) от систем электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).
2. Перечислите основные разновидности систем розничной продажи товаров в Интернете.
3. Дайте определение понятия интернет-магазин. Опишите технологию создания интернет-магазина, приобретения товаров в интернет-магазине.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 2. Нормативно- правовая база межведомственно го взаимодействия компаний электронного бизнеса.

Вопросы для опроса

1. Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи.
2. Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций Средства массовой информации.
3. Информационно-аналитические агентства.
4. Информационные системы государственных учреждений. Электронное правительство. Серверы кадровых агентств.
5. Электронная коммерция
6. Основные виды и классификация.
7. Электронная коммерция B2B (бизнес-бизнес).
8. Электронная коммерция B2C (бизнес-потребитель).

9. Электронные магазины.
10. Платежные системы.
11. Защита информации.
12. Цифровые подписи.
13. Сертификационные центры.
14. Правовые аспекты электронного бизнеса
15. Европейское право.
16. Директивы европейского союза.
17. Принципы использования электронной подписи и сертификации.
18. Заключение договоров с использованием электронных средств.
19. Разрешение споров в электронной коммерции.
20. Федеральный закон РФ об электронной торговле.

Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Вопросы для опроса

1. Виды и характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты(Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки.
2. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев.
3. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения.
4. Стратегии развития электронных торговых площадок.
5. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ.
6. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
7. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение сетевой рекламы и осуществление Интернет-маркетинга.
8. Интернет-трейдинг; создание виртуальных офисов и call-центров; организация виртуальных выставок.
9. Участники деловых операций. Электронные торговые площадки (ЭТП).
10. Возможности и преимущества ЭТП.
11. Характеристики основных ЭТП модели B2C.
12. Характеристики основных ЭТП, модели B2B, B2G.G2B.

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.

Опрос

1. Основные особенности маркетинга в электронной среде.
2. Имидж продукта и его инновационное развитие.
3. Рекламная идея, функциональная и имиджевая реклама, основные условия эффективной рекламы.
4. Понятие бренда.
5. Трейд-маркинг.
6. Брендинг.
7. Рестайлинг.
8. Ребрендинг.
9. Ко-брендинг.
10. Маркетинг и блоггинг.

Собеседование

Тема 5. Электронные торги, государственные закупки

Вопросы для собеседования

1. Электронные торги.
2. Характеристика систем электронных торгов.
3. Платежные инструменты.
4. Виды торговых систем.
5. Отечественные ЭПС и их характеристика.
6. Характеристика торговых систем, работающих с банковскими операциями.
7. Интегрированные системы.

Тема 6. Государственные услуги для предприятий, осуществляющих интернет-торговлю

Вопросы для собеседования

1. Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса.
2. Основные принципы организации системы предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде.
3. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.
4. Определение сделки.
5. Виды и формы сделок.
6. Виды договоров.
7. Договор купли-продажи в электронной торговле.
8. Формы основных документов при совершении коммерческих транзакций.
9. Документы, используемые при совершении простой закупки.

Тема 7. Мобильный электронный бизнес.

Вопросы для собеседования

1. Понятие мобильного контента.
2. Мобильные сервисы и приложения.
3. Основные тенденции развития и особенности мобильного электронного бизнеса.
4. Мобильные платежи.
5. Мобильный маркетинг и реклама.
6. Рынок мобильных товаров и услуг.
7. Онлайн оплата.

Тестирование

Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса.

Тест

1. Интернет-торговля – это:

а) установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а также обмен коммерческой информацией;

б) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;

в) совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы;

г) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

2. Какой год принято считать официальной датой рождения Интернета?

а) 1983;

б) 1990;

в) 1977;

г) 2001.

3. Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется

а) внедрение электронной цифровой подписи;

б) установка антивирусных программ;

в) инструктаж пользователей;

г) кодирование данных.

4. Интернет представляет собой

а) внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети;

б) совокупность соединенных между собой информационных серверов – компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации;

в) программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы.

5. Электронный бизнес – это

а) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей;

б) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;

в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.

6. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:

а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение;

б) товары, услуги, информация;

в) финансовые институты, бизнес-организации.

7. К функциям электронной коммерции относится

- а) представление товара (показ продукции средствами Интернета);
- б) разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;
- в) проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);
- г) **налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).**

8. Участниками систем электронной коммерции являются

- а) покупатели или потребители услуг;
- б) сеть Интернет;
- в) исследование рынка, выполнение заказов.

9. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие

10. Что такое HTML?

- а) язык разметки и форматирования гипертекста на Web-странице;
- б) программа создания презентаций;
- в) язык программирования C++;
- г) текстовый процессор.

Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете

Тест

1. Он-лайнный каталог – это

- а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;

в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;

г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

2. Форма электронной коммерции C2C – это взаимодействие

а) предприятие – предприятие;

б) предприятие – потребитель;

в) потребитель – потребитель;

г) потребитель – предприятие.

3. Форма электронной коммерции C2B – это взаимодействие

а) предприятие – предприятие;

б) предприятие – потребитель;

в) потребитель – потребитель;

г) потребитель – предприятие.

4. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается

а) открытым ключом;

б) закрытым ключом;

в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.

5. Системы криптозащиты предназначены для

а) ограничения доступа в сеть компании;

б) обеспечения секретности данных;

в) гарантии подлинности авторства информации.

6. Интернет-аукционы могут быть примером модели

а) B2C;

б) B2B;

в) C2C;

г) C2B.

7. Торговые площадки могут быть примером модели

а) B2C;

б) B2B;

в) C2C;

г) C2B.

8. Маркетинг в сети Интернет – это

а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;

б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет;

в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

9. Изучение конкурентов позволяет

а) определить сегмент рынка;

б) оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов;

в) изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны.

10. Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть

а) платным;

б) бесплатным;

в) и тем, и другим.

21. При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать

а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;

б) прогноз объема продаж вашей фирмы;

в) место размещения (раздел, страницу);

г) ценовую модель.

Тема 4. Электронный брендинг и маркетинг.

Тест

1. Дискуссионные листы и конференции – это

- а) инструменты маркетинга по электронной почте;
- б) вид рейтинга;
- в) элемент поисковой системы.

2. Интернет-банкинг является

- а) предоставление банковских услуг через Интернет, когда клиент получает возможность электронного управления своими счетами;
- б) услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках;
- в) формирование инвестиционного портфеля и управление активами;
- г) оперативное получение необходимой информации (котировки, анализ, прогнозы) в любой точке земного шара.

3. Электронное оформление страховых полисов называется

- а) Интернет-оформлением;
- б) Интернет-консалтингом;
- в) транзакцией;
- г) Интернет-страхованием.

4. К рискам электронной коммерции относится:

- а) воздействие компьютерных вирусов;
- б) перехват данных;
- в) невысокая ценность коммерческой информации;
- г) неправильная идентификация пользователей.

5. Гипертекст – это:

- а) очень большой текст;
- б) структурированный текст, содержащий информационные объекты, соединенные семантическими связями;
- в) текст, полученный по Internet.

6. Гиперссылки на Web - странице могут обеспечить переход...

- а) только в пределах данной Web - страницы;

- б) только на Web - страницы данного сервера;
 - в) на любую Web - страницу любого сервера Интернет.
7. Электронная почта (e-mail) позволяет передавать...
- а) только сообщения;
 - б) сообщения и приложенные файлы;
 - в) только Web – страницу.
7. Укажите возможности, которые предоставляет программа Internet Explorer.
- а) открывать и просматривать Web-страницы;
 - б) перемещаться между документами в Web-пространстве;
 - в) редактировать Интернет-страницы.
8. Укажите три основные службы сети Интернет.
- а) электронная почта E-mail, World Wide Web, телеконференции (Usenet);
 - б) система файловых архиваторов FTP, справочная служба WHOIS, взаимодействие с другим ПК Telnet;
 - в) HTML (Hyper Text Markup Language), система файловых архиваторов FTP, электронная почта E-mail.
9. Укажите три способа, с помощью которых пользовательский компьютер может быть подключен к вычислительной сети.
- а) сетевого адаптера и отвода кабеля локальной сети, модема и выделенной телефонной линии, внешнего факс-модема и телефонной коммутируемой линии;
 - б) модема и внешнего коаксиального кабеля, контроллера и сетевого адаптера, мультиплексора и интерфейсной карты;
 - в) внешнего факс-модема и телефонной коммутируемой линии, адаптера шины и витой пары, локальной шины и мультиплексора

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-2, ПК-6)

Вопросы к экзамену

1. Что такое электронная торговля?
2. В чем заключается полезность сети Интернет для отношений «пользователь — интернет-магазин»? Перечислите положительные и отрицательные стороны этих отношений
3. Что такое vCard?
4. Что такое Торговая площадка?
5. Для чего предназначена торговая площадка?
6. Чему должен следовать участник торгов?
7. Какие задачи ставит перед собой торговая площадка?
8. Какие пункты регламентов отображают существенные различия на разных торговых площадках?
9. Назовите несколько примеров услуг в сегменте электронных торгов, где участие физических лиц не требуется (B2B, B2E, B2G)
10. Что такое Forex?
11. Чем отличается биржевой товар от небиржевого?
12. Что такое электронный каталог?
13. Для чего используется электронный каталог производителем?
14. Что такое интернет-магазин?
15. Почему название веб-сайта интернет-магазина должно быть таким, чтобы его можно было бы легко запомнить и произнести?
16. Что такое CMS и для чего эта система используется в интернет- магазинах?
17. Что влияет на спрос интернет-магазина?

18. Расскажите о структуре интернет-магазина. Перечислите его основные возможные отделы
19. Что такое электронный киоск?
20. Перечислите форм-факторы электронных киосков
21. Что такое информационный киоск?
22. Перечислите возможные места применения и функции информационных киосков. Дайте определение понятия интернет-магазин. Опишите технологию создания интернет-магазина, приобретения товаров в интернет-магазине.
23. Дайте определение понятия телеработа. Назовите факторы, влияющие на распространение технологий телеработы.
24. Раскройте понятия интернет-страхование, интернет-трейдинг.
25. Каково назначение рынка FOREX.
26. Дайте определение понятия интернет-аукцион. Перечислите его основные виды.
27. Правовое обеспечение электронной коммерции.
28. Этика электронной коммерции.
29. SCM-системы.
30. CRM-системы.
31. Отраслевые торговые площадки.
32. Корпоративные представительства в Интернете.
33. Виртуальные предприятия.
34. Интернет-инкубаторы.
35. Мобильная коммерция.
36. Торговые ряды и интернет-витрины.
37. Интернет-магазины.
38. Интернет-страхование.
39. Интернет-трейдинг.
40. Телеработа.

Типовые задания для экзамена (ПК-2, ПК-6)

Типовые задания

Задание № 1.

Компания ЗАО «Старт» занимается размещением инвестиций для реализации высокотехнологичных проектов в сфере услуг. До настоящего момента взаимодействие с потенциальными заёмщиками осуществлялось традиционными способами по средствам электронной почты и бумажных документов. Недавно компания вышла в сеть Интернет с реализацией полного цикла по обслуживанию клиента от приёма заявки до перечисления кредитовых сумм клиентам и осуществления последующего расчёта за услуги компании и расчётов по выданным кредитам и процентам. При этом клиент имеет возможность оперативно контролировать текущий график погашения, предстоящие и зачисленные платежи, а также взаимодействовать с компанией по вопросам проведения периодического аудита состояния компании-клиента и выполнения первоначального бизнес плана. Задание на выполнение 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 (что им необходимо для взаимодействия с продавцом)?
 - Есть ли какие-то этапы в деятельности субъектов, не относящиеся к электронной коммерции, а относящиеся к электронному бизнесу?
3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности.
4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя.

5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса в рамках OFF-LINE (традиционной) модели и с использованием технологий электронной коммерции для реализации отдельных этапов цикла.

Опишите полученные варианты.

Выявите преимущества и недостатки предложенных в п. 5 вариантов ведения бизнеса по сравнению со смежными вариантами.

Задание № 2.

Описание деятельности: Интернет представительство районного коммунального хозяйства, обсуживающего жилые дома. В рамках данного представительства возможно получение информации о работе хозяйства, заказ и оплата дополнительных работ, которые необходимо выполнить для жителей, а также оплата и просмотр истории по основным коммунальным услугам.

Задание:

- Выберите и опишите способ организации приложения электронной коммерции.
- Составьте список требуемых от провайдеров услуг, необходимых для полноценного функционирования приложения электронной коммерции.
- Сравните характеристики услуг, предлагаемых различными провайдерами.
- Произведите выбор провайдера и обоснуйте.
- Определите первоначальные затраты, требуемые для организации приложения электронной ком (кроме создания самого приложения);
- Определите периодические затраты, требуемые для функционирования приложения электронной коммерции;

Сделайте и обоснуйте выводы.

Задание № 3.

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

Задание на выполнение работы:

Выделите этапы коммерческого цикла, характерные для компании, и охарактеризуйте их 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.

Задание № 4.

Маркетинговое Интернет агентство, оказывающее услуги по раскрутке требуемых Интернет ресурсов.

Задание на выполнение работы:

1. Прочитайте описание деятельности компании.
2. Опишите возможные способы продвижения товаров/услуг в сети Интернет, которые целесообразно 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 вашего Интернет прое их стоимостные характеристики.

5. Составьте список базовых затрат, которые могут потребоваться до начала активной рекламы 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.

Задание № 5.

Описание деятельности: Торговая площадка, организующая оптовые продажи продуктов питания различными поставщиками различным покупателям

Задание на выполнение работы:

1. Прочитайте описание деятельности компании.

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

3. По информации сайтов ПИС:

а. определите требования для подключения к выбранным ПИС для предприятия торговли;

б. определите первоначальные затраты на подключение;

с. определите комиссии, взимаемые с предприятия торговли ПИС.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично»	ПК-2	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный материал. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Знает основные принципы организации и управления торгово- технологическими процессами. Может определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.
	ПК-6	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный материал. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Умеет выбирать деловых партнеров по различным видам деятельности, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.

«хорошо»	ПК-2	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информационный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений. Владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии. Использует на практике принципы выделения основных объектов и субъектов торгово- технологических операций, центры ответственности.
	ПК-6	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информационный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений. Владеет навыками проведения деловых переговоров, заключения договоров, и контроля за их выполнением.
«удовлетворительно»	ПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания. Может регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию.
	ПК-6	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания. Знает сущность, принципы поведения партнеров; принципы отбора партнеров исходя из принципов экономической выгоды и надежности
«неудовлетворительно»	ПК-2	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответами. Не знает теорем. Не может выделить междисциплинарные связи. Не знает принципы организации и управления торгово-технологическими процессами. Не владеет навыками управления торгово-технологическими процессами на предприятии. Не способен регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию.

	ПК-6	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом. Не знает теорем. Не может выделить междисциплинарные связи. Не понимает сущность, принципы поведения партнеров; принципы отбора партнеров исходя из принципов экономической выгоды и надежности. Не способен провести деловых переговоров, заключить договор.
--	------	---

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержанию заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффекты для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Кобелев О. А. Электронная коммерция : учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 684 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>
2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для вузов. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 477 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450865>

6.2 Дополнительная литература:

1. Пивоваров Н. В. Электронная коммерция «ALL2el.COM». - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 102 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143081>
2. Покровская Л. Л., Копачев А. А. Электронная коммерция в сфере информационных услуг : монография. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 182 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258790>
3. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование : монография. - Москва: Статут, 2014. - 543 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=448075>
4. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : Учебное пособие Для СПО. - 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 477 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/447001>
5. Макаренкова, Е. В. Электронная коммерция : учебное пособие. - 2021-12-31; Электронная коммерция. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 136 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/11134.html>
6. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. - Весь срок охраны авторского права; Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. - Москва: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. - 327 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/31693.html>
7. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебное пособие по выполнению практических работ. - 2021-05-25; Электронная коммерция. - Москва: СОЛОН-Пресс, 2017. - 112 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/90383.html>
8. Брагин Л. А., Иванов Г. Г., Никишин А. Ф., Панкина Т. В. Электронная коммерция : учебник. - М.: ИД "ФОРУМ", ИНФРА-М, 2014. - 191 с.; 191 с.

6.3 Иные источники:

1. Международный журнал «Международная торговля и торговая политика» - <https://mttp.rea.ru/jour>
2. Электронный журнал «Современная торговля» - <http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html>
3. «Информационные технологии» на Портале корпоративного управления. - www.iteam.ru/publications/it/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Операционная система "Альт Образование"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

LiteManager Pro - Server

Skype

АЛТ-Инвест сумм

Statistica Base 10 for Windows RU

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
3. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
4. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
5. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
6. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
7. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
8. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>
9. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
10. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
11. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.