

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Рабочая программа
«Системы электронной коммерции»**

Кафедра Информатики и Информационных технологий

факультета Информатики и Информационных технологий

Образовательная программа

Направление подготовки: 09.03.02 Информационные системы и технологии

Степень выпускника: бакалавр

Форма обучения:

Очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала 2016

Рабочая программа дисциплины составлена в 2016 году в соответствии требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **09.03.0: "ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ"**

Уровень высшего образования - бакалавр
от «12» марта 2015г. №219.

Разработчик(и): Кафедра ИиИТ, Шахабутинов Я.М., ст. преп.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры **ИиИТ** от «2» 07 2016г., протокол № 1

Зав. кафедрой Ахмедов Ахмедов С.А..
(подпись)

на заседании Методической комиссии ИиИТ факультета от «7» 8 2016г., протокол № 1.

Председатель Камилов Камилов М-К.Б.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «7» 10 2016г.

(подпись)

Аннотация

Дисциплина «Системы электронной коммерции» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 09.03.02 Информационные системы и технологии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с подготовкой по технологиям электронной коммерции и навыкам по применению данных технологий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных –ПК-17.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме коллоквиум, устный опрос, промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины Зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
7	108	32	-	18	6	52	зачет	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Целями освоения дисциплины «Системы электронной коммерции» являются:

- теоретические основы электронной торговли;
- вопросы организации оптовой и розничной торговли с использованием сети Интернет;
- возможности и способы использования различных платежных систем в электронной коммерции;
- ознакомление с современными способами защиты информации в телекоммуникационных сетях;
- ознакомление с правовыми аспектами функционирования электронной торговли в России и за рубежом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО.

Дисциплина «Системы электронной коммерции» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 09.03.02 Информационные системы и технологии.

В ходе изучения дисциплины студент должен:

Уметь:

- уметь применять на практике полученные в ходе изучения курса знания;
- выбирать эффективные инструменты для предприятия торговли в целях реализации системы ЭК;
- разработать бизнес-план по созданию и внедрению системы ЭК для торгового предприятия;
- использовать систему сбора и анализа данных посещаемости WEB-сервера компании для мониторинга активности посетителей;
- осуществлять управление системой ЭК на предприятии;

- выбирать методы обеспечения безопасности для защиты предприятия торговли в сфере ЭК;

Владеть:

- навыками по организации маркетинговых исследований для ЭК;
- навыками по внедрению как отдельных элементов ЭК, так и полнофункциональной системы ЭК в структуру предприятия;
- навыками управления компонентами инфраструктуры систем ЭК на предприятиях различных видов;
- навыками организации и управления информационной структуры современного торгового предприятия;
- современными методами оценки эффективности ЭК на предприятии.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента не предусматриваются.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

1. Основы бизнеса
2. Информатика

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

1. Сетевая экономика
2. Электронные платежные системы
3. Интернет-трейдинг

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-17	Умение управлять деятельностью электронного предприятия и его подразделениями.	Знать: о телекоммуникационных и Интернет - технологиях, как основах для создания бизнеса в Интернет; Уметь: использовать современные стандарты и методики для разработки регламентов для организации управления предприятия электронной коммерции. Владеть: способностью применять полученные знания для решения типовых задач выбора и применения технологий IT-поддержки ведения электронного бизнеса.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Контроль самост. работы	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные			
Модуль 1. Теоретические основы электронной коммерции									
1	Понятие и сущность электронной коммерции	7	1	2	2			4	Входной контроль, тест
2	Электронная коммерция в системе рыночных отношений	7	2-4	2	2		2	4	Опрос
3	Правовое и технологическое	7	5-6	2	2			4	Опрос

	обеспечение электронной коммерции								
4	Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: Технологии business-to-consumer	7	7-8	4	2			4	коллоквиум
	Итого за модуль:			10	8		2	16	
Модуль 2. Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции									
5	Веб-сайт как основа бизнеса в Интернет.	7	9-10	2	2			4	Опрос
6	Маркетинг в Интернет. Реклама в Интернет	7	11-12	2	2			4	Опрос
7	Платежные системы в Интернет.	7	13-14	2	2		2	4	Опрос, тестирование
8	Безопасность в системах электронной коммерции	7	15-16	2				4	Опрос
9	Качественный и количественный анализ эффективности предприятий электронной коммерции	7	17-18	2				2	Коллоквиум
	Итого за модуль:			10	6		2	18	
Модуль 3.									
	Системы оплаты товаров и услуг в Интернете			4	2			6	
	Применение криптосистем для создания ЭЦП и защиты сообщений.			4	2			6	
	Автоматизированные системы интерактивного информационного взаимодействия			4			2	6	
	Итого за модуль:			12	4		2	18	
	Итого:			32	18		6	52	зачет

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

Модуль 1. Теоретические основы электронной коммерции

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции.

Рассматриваемые вопросы:

- Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции.

Тема 2. Теоретические основы электронной коммерции.

Рассматриваемые вопросы:

- Основные определения. Предмет электронной коммерции. Структура рынка

электронной коммерции. Базовые технологии электронной коммерции (техничко-экономические и правовые основы). Бизнес-модели систем электронной коммерции.

Тема 3. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе.

Рассматриваемые вопросы:

- Торгово-закупочные B2B системы. Корпоративные представительства в Интернете. Виртуальные предприятия. Мобильная коммерция.

Тема 4. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг:

технологии business-to-consumer.

Рассматриваемые вопросы:

- Классификация систем сектора B2C. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет. Существующие схемы Интернет-торговли. Особенности электронной торговли информационным продуктом и оказания

информационных услуг.

- Организация электронной торговли туристическим продуктом и оказание туристических услуг в сети Интернет.

Модуль 2. Концепция электронного правительства. Киберпреступность. Перспективы электронной коммерции .

Тема 1. Системы оплаты товаров и услуг в Интернете.

Рассматриваемые вопросы:

- Особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции. Типы и сравнительные характеристики применяемых в электронной торговле технологий электронных платежей. Критерии выбора электронной платежной системы.
- Интернет-банкинг: технологии и направления развития. Особенности и технологии Интернет-страхования.

Тема 2. Применение криптосистем для создания ЭЦП и защиты сообщений.

Рассматриваемые вопросы:

- Основные понятия, термины и их определения.
- Средства защиты электронных сообщений.
- Технология применения криптосистем.

Тема 3. Автоматизированные системы интерактивного информационного взаимодействия.

Рассматриваемые вопросы:

- Система электронного документооборота.
- Автоматизированные системы интерактивного электронного взаимодействия в управлении складской деятельностью в российской торговле.
- Особенности функционирования систем управления взаимодействием с клиентами (CRM системы). «Электронное правительство».

Тема 4. Безопасность электронной коммерции.

Рассматриваемые вопросы:

- Термины и определения. Виды и источники угроз.

- Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции.
- Вопросы правового регулирования безопасности электронной коммерции.

Тема 5. Эффективность электронной коммерции.

Рассматриваемые вопросы:

- Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции.
- Оценка эффективности вложений в информационные технологии.

4.3. 1. Практические занятия.

Тема 1. Работа со специализированными базами данных в сети Интернет

Тема 2. Экономическая сторона авторского права. Интеллектуальная собственность в Интернет.

Тема 3. Оценка Интернет-ресурсов с маркетинговой позиции

Тема 4. Использование Интернет для продажи товаров и услуг

Тема 5. Анализ Интернет магазинов.

Тема 6. Предприятия электронной коммерции сектора

Тема 7. Нормативно-правовые акты, регламентирующие электронную коммерцию.

Тема 8. Программное обеспечение электронной коммерции

Тема 9. Выбор хостинг-провайдеров для сайта. Формулирование требования к хостингу.

5. Образовательные технологии.

В учебном процессе помимо традиционных форм проведения занятий используются лекции – визуализации, лекции – диалоги.

Лабораторные занятия проводятся в компьютерном классе с использованием Интернет среды. При проведении практических занятий используются деловые игры с разбором конкретных ситуаций.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

№ п/п	№ темы дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы
1	Понятие и сущность электронной коммерции	Подготовка к выполнению работ
2	Теоретические основы электронной коммерции	Подготовка к опросу
3	Электронная коммерция в системе рыночных отношений. Специфика конкурентной среды на рынке электронной коммерции.	Подготовка к опросу
4	Бизнес план интернет предприятия. Структура бизнес-плана рекомендованная UNIDO (подразделение ООН по промышленному развитию).	Подготовка к опросу и тестированию
5	Системы оплаты товаров и услуг в Интернете	Подготовка к опросу
6	Применение криптосистем для создания ЭЦП и защиты сообщений.	Подготовка к опросу
7	Правовое обеспечение электронной коммерции. Международное право. Законодательство России.	Подготовка к выполнению работ
8	Технологическое обеспечение электронной коммерции. Инструмент для создания Интернет представительства	Подготовка к опросу

Темы рефератов:

1. Проблемы современного международно-правового регулирования электронной коммерции.
2. Правовое регулирование международных карточных платёжных систем.
3. Ключевые для электронного бизнеса и электронной коммерции понятия Федерального закона от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации,

информатизации и защите информации».

4. Ключевые для электронного бизнеса и электронной коммерции понятия Положения ЦБ РФ от 12.03.1998 г. № 20-П «О правилах обмена электронными документами между Банком России, кредитными организациями (филиалами) и другими клиентами Банка России при осуществлении расчетов через расчетную сеть Банка России».

5. Ключевые для электронного бизнеса и электронной коммерции понятия Директивы ЕС "О правовых основах Содружества для использования электронных подписей" и Федерального закона от 10 января 2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи».

6. Ключевые для электронного бизнеса и электронной коммерции положения Федерального закона от 16 февраля 1995 г. № 15-ФЗ «О связи».

7. Законы и правовые акты регулирующие правовую основу безопасности электронного бизнеса.

8. Законы и правовые акты, связанные с правовым обеспечением деятельности электронных платежных систем, банковской деятельности и бухгалтерского учета.

9. Результаты выполнения Федеральной целевой программы «Электронная Россия (2002-2010 годы)».

10. Выполнение Решения Совета глав государств СНГ от 20 декабря 2011 года об определении сотрудничества в области связи и информатизации ключевой темой взаимодействия государств – участников СНГ в сфере экономики в 2012 году

11. Правовые основы электронной коммерции в России.

12. Организационно-экономическое обеспечение электронной коммерции. Электронная коммерция в системе рыночных отношений.

13. Торговые системы в Интернет среде.

14. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)

15. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) и секторе взаимодействия физических лиц (C2C)

16. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)

17. Проблемные вопросы электронной коммерции, связанные со вступлением России во Всемирную торговую организацию (ВТО).

18. «Электронное правительство» как фактор развития электронной коммерции.

19. Способы оценки эффективности системы безопасности электронной коммерции.

20. Основные направления развития систем электронной коммерции и электронных платежных систем.

21. Ключевые для электронного бизнеса и электронной коммерции положения директивы Европейского Союза «О некоторых аспектах электронной торговли на внутреннем рынке».

22. Развития международного права по регулированию электронной

коммерции в принятом Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 30 января 1997 Типовом законе «Об электронной торговле» (так называемый Типовой закон ЮНСТТРАЛ).

23. Понятие электронной коммерции. Структура рынков электронной коммерции.

24. Системы электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

25. Субъекты процесса электронной коммерции. Базовые технологии электронной коммерции.. Этика электронной коммерции.

26. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (сектор B2B). Субъекты сделок в корпоративном секторе и цели электронной коммерции.

27. Торговые площадки. Функции электронных торговых площадок, их экономическая эффективность. Типы площадок; услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками.

28. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки, электронные биржи. Структура отраслевой торговой площадки.

29. Электронные рынки или многоотраслевые торговые площадки. Корпоративные представительства в Интернете.

30. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (сектор B2C). Субъекты электронной коммерции в секторе B2C и цели организации электронных потребительских рынков.

31. Системы электронной коммерции в государственном секторе. Электронное правительство. Цели и задачи построения электронного правительства.

32. Структура электронного правительства. Сектора G2C и G2B. Электронные государственные услуги. Электронные административные регламенты.

33. Корпоративный сайт как виртуальное представительство организации в Интернете.

34. Виды и функции корпоративных сайтов. Корпоративный портал.

35. Интранет как внутрикорпоративная информационная система. Внутренняя рабочая среда. Функции Интранета.

36. Виртуальное предприятие как новая форма экономических организаций. Принципы организации и структура виртуального предприятия.

37. Бизнес-процессы и бизнес-операции в электронном бизнесе. Специфика организации бизнеса в сфере электронной коммерции.

38. Содержание и цели интернет-маркетинга. Сферы интернет – маркетинга. Покупатели и продавцы Интернет. Специфика потребительской аудитории Интернет и особенности потребительского поведения. Сегментирование рынков Интернет. Товары и услуги интернет-торговли.

39. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет: интернет-реклама, прямой маркетинг (продажи on-line); организация специальных событий;

PublicRelations.

40. Интернет-реклама, ее функции и виды. Анализ эффективности интернет-рекламы. Спам. «Вирусный» маркетинг.

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

а) основная:

1. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. / А. В. Юрасов – М. :Tempus, 2014. – 500 с.
2. Сибирская Е. В. Электронная коммерция / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М. : Форум, 2014. – 288 с.
3. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом. Правовое регулирование / А. И.Савельев. – М. : Статут, 2014. – 543 с.

б) дополнительная:

1. Брагин Л. А. Электронная коммерция: Учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т. Панкина. – М. : Форум, 2012. – 192 с.
2. Электронная коммерция: учеб.пособие: рек. Мин. обр. РФ / под общ.ред. Л. А.Брагина. - М. : Экономист, 2005. - 287 с.

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ,ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК -17	Знать базовые технологии электронной коммерции; технические аспекты создания систем электронной коммерции; автоматизированных систем электронной коммерции; основы функционирования платежных систем Интернета; уметь использовать технологии	- собеседование, дискуссия - отчеты к практическим занятиям - тесты - ситуационные задачи - электронный практикум

	электронной коммерции в профессиональной деятельности; организовать B2C- систему электронной коммерции; работать на электронных торговых площадках; владеть технологиями электронной коммерции	
--	--	--

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

ПК-17

Схема оценки уровня формирования компетенции «Умение управлять деятельностью электронного предприятия и его подразделениями»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	понимается способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках	Знает, но ошибается в понятиях: - основы методологии статистического исследования; - методы построения методов построения, расчета и анализа современной системы статистических показателей, отражающих состояние и развитие экономических и социальных явлений и процессов на микро- и макроуровне; - процесс самоорганизации для достижения обучающимся цели в том виде, как она им осознается. - потенциал личностной самоорганизации и	Волнеумеет: - анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических явлениях и процессах, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; - осуществлять выбор статистических методов для обработки экономических данных в	Свободно владеет: методологией экономико-статистического исследования; - современными методами построения и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на макроуровне; - методикой и методологией проведения научных исследований в

		<p>личностную форму профессионального становления, с которыми связано формирование таких характеристик личности, как автономность, самостоятельность, настойчивость, инициативность, ответственность; –закономерности функционирования современной экономики на микроуровне; – основные результаты новейших исследований, опубликованные в ведущих профессиональных журналах по проблемам микроэкономики;</p>	<p>соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; –применять современный математический инструментарий для решения содержательных экономических задач; –формировать прогнозы развития конкретных экономических процессов на микроуровне; –обосновать направления анализа, выбрать его целевую направленность и основные факторы для изучения явления и процесса; –применять методы экономического анализа к изучению экономических явлений и процессов; –формировать системно-ориентированную информационную базу;</p>	<p>профессиональной сфере; –навыками анализа проблемных ситуаций в области организации учетных процессов и формирования адекватной информационной базы для их решения, определения методов и способов их разрешения;</p>
--	--	---	--	--

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания.

Вопросы входного контроля:

Вопросы межсессионной аттестации:

1. Проведите анализ существующих толкований понятий "электронная коммерция", "электронный бизнес".
2. Раскройте специфику организации бизнеса в условиях интернет-среды.
3. Раскройте состав организационных, правовых, технологических вопросов, требующих обязательного рассмотрения при организации бизнеса на рынке электронной коммерции.
4. Какие изменения претерпевает система маркетинга фирмы, функционирующей в интернет-среде?
5. Дайте характеристику основных моделей электронной коммерции (B2C, B2B).
6. В чём состоят основные признаки интернет-экономики?
7. Каковы тенденции развития мирового рынка информационных технологий и их влияние на экономический рост, эффективность бизнес-процессов, рынок труда, финансовые рынки?
8. Дайте определение конкурентной среды фирмы. Назовите основные методы конкуренции, раскройте возможность их действия на рынке электронной коммерции.
9. В чём специфика интернет-среды как основы рынка электронной коммерции?
10. Раскройте характеристики основных конкурентных сил на рынке электронной коммерции.
11. Какие изменения претерпевает система информационного взаимодействия контрагентов рынка при организации электронного бизнеса?
12. Каковы требования к системе информационного обеспечения коммерческой деятельности в интернет-среде?
13. Опишите структуру информационно-аналитической системы планирования ресурсов и управления фирмой. Раскройте принципы её формирования, основные функции, организацию системы информационных потоков.
14. Приведите классификацию корпоративных порталов. Раскройте их назначение, функции.
15. Дайте определение интернет-рекламе.
16. Перечислите основные инструменты рекламы в интернет. Какие из ценовых моделей размещения рекламы наиболее эффективны?
17. В чём особенность применения реклама с использованием электронной почты?
18. Каковы особенности реализации баннерной рекламы?
19. Каковы основные критерии выбора рекламных площадок?

20. В чём преимущества и недостатки партнёрских программ как инструмента рекламы в интернет?
21. Дайте определение интернет-магазина.
22. В чём особенность взаимодействия покупателя с интернет-магазином по сравнению с традиционным сектором?
23. Какие основные виды интернет-площадок Вы знаете? Прокомментируйте на примерах.
24. С какими основными проблемами можно столкнуться при открытии и функционировании электронного магазина?
25. В чём заключается основное преимущество интернет-аукциона?

Примерный перечень вопросов итоговой аттестации по дисциплине:

26. Основные понятия и определения электронной коммерции.
27. Информационные и телекоммуникационные технологии в электронной коммерции.
28. Правовое обеспечение электронной коммерции.
29. Правовое обеспечение электронной коммерции в России.
30. Налогообложение для бизнеса в Интернет.
31. Технологическое обеспечение электронной коммерции.
32. Интернет-провайдеры. Задачи решаемые Интернет-провайдерами.
33. Выбор Интернет провайдера для хостинга сайта предприятия в Интернет.
34. Доменное имя.
35. Состояние, проблемы и перспективы развития ЭК.
36. Модели электронного маркетинга.
37. Отличия традиционного и Интернет маркетинга.
38. Товары для электронной коммерции. Примеры и основные свойства.
39. Инфраструктура электронной коммерции
40. Характеристика основных систем инфраструктуры электронной коммерции.
41. Организационно-экономические модели электронного бизнеса.
42. Интернет- компании и Интернет- магазины.
43. Структура рынка электронной коммерции.
44. Модели покупки в условиях электронной коммерции.
45. Деловые процессы в условиях электронной коммерции.
46. Интернет – основа электронной коммерции.
47. Межсоединения информационных сетей. Виды и краткая характеристика.
48. Автоматизация документооборота электронной коммерции.
49. Информационные ресурсы Интернет.
50. Платежные системы (ПС) электронной коммерции. Назначение и классификация.
51. Структура и порядок функционирования платежной системы WebMoney
52. Требования к современным платежным системам.
53. Информационная безопасность в электронной коммерции.

54. Виды угроз информации в электронной коммерции и способы борьбы с ними.
55. Защита информации в электронной коммерции. Методы шифрования.
56. Защита информации в электронной коммерции. Протоколы безопасного обмена информацией.
57. Защиты информации в электронной коммерции.
58. Использование электронной цифровой подписи (ЭЦП) в электронной коммерции.
59. Методика проектирования систем электронной коммерции.
60. Принципы проектирования систем электронной коммерции.
61. Инструментальные средства проектирования систем электронной коммерции.
62. Выбор цели, концепции и модели систем электронной коммерции.
63. Структура Интернет- компаний.
64. Структура Интернет- магазинов.
65. Назначение и функции корпоративного сайта.
66. Информационное наполнение корпоративного сайта.
67. Информационный бизнес в Интернет.
68. Рекламный бизнес в Интернет.
69. Ценообразование в системах электронной коммерции.
70. Факторы, определяющие уровень цен на товары и услуги в СЭК.
71. Качественный и количественный анализ эффективности СЭК.
72. Показатели оценки эффективности СЭК. Расчет затрат на создание систем электронной коммерции. Методы оценки экономической эффективности

Пример теста:

1. Коммерция — это:

- а) любая деятельность, в том числе разового характера, направленная на получение прибыли;
- б) деятельность, связанная с торгово-организационными операциями, направленными на осуществление процесса купли-продажи товаров и оказания услуг с целью получения прибыли;
- в) деятельность, отличительными чертами которой является: регулярность, инновационность, вложение капиталов и экономические риски.

2. Интернет-экономика включает в себя:

- а) глобальные компьютерные сети, программные приложения, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику;
- б) глобальные открытые компьютерные сети, программные приложения, взаимосвязанные электронные рынки с различными механизмами обмена, человеческие ресурсы, системы электронных платежей;
- в) открытую доступную сетевую среду, взаимосвязанные электронные рынки, человеческие ресурсы, системы электронных платежей, законодательную политику.

3. Основными моделями электронных транзакций на сегодняшний день являются

модели:

- а) *B2B* и *C1C*; б) *ПС* и *B2B*; в) *B2C* и *C1B*.

4. В традиционной коммерции:

- а) все составляющие (товар, субъект и процесс) — физические;
- б) товар физический, процесс проведения сделки и субъект — цифровые;
- в) товар и субъект — физические, а процесс проведения сделки - цифровой,

5. Повышение эффективности за счет внедрения средств электронной коммерции определяется:

- а) повышением транзакционных издержек, снижением конкуренции, снижением цен, расширением дисперсии цен для идентичного товара;
- б) снижением транзакционных издержек, снижением цен, сужением дисперсии цен для идентичного товара, частой модификацией цен, повышением конкуренции;
- в) снижением транзакционных издержек, снижением цен, сужением дисперсии цен для идентичного товара, частой модификацией цен, снижением конкуренции.

6. Отсутствие конкурентного поведения особенно проявляется на рынках:

- а) физических и наукоемких товаров;

- б) цифровых и не наукоемких товаров;
- в) цифровых и наукоемких товаров.

7. Властные структуры могут использовать технологии электронной коммерции для того, чтобы:

- а) повысить эффективность своей деятельности;
- б) расширить перечень услуг, оказываемых налогоплательщикам;
- в) снизить уровень налогообложения.

8. Как влияет электронная коммерция на рынок труда:

- а) меняет задачи и функции работников, производящих и доставляющих товары и услуги до потребителя;
- б) не имеет никакого влияния на рынок труда;
- в) способна заметно снизить уровень безработицы.

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

Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля:

1. «Входной» контроль определяет степень сформированности знаний, умений и навыков обучающегося, необходимым для освоения дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин.
2. Тематический контроль определяет степень усвоения обучающимися каждого раздела (темы в целом), их способности связать учебный материал с уже усвоенными знаниями, проследить развитие, усложнение явлений, понятий, основных идей.
3. Межсессионная аттестация – рейтинговый контроль знаний студентов, проводимый в середине семестра.
4. Рубежной формой контроля является зачет. Изучение дисциплины завершается зачетом, проводимым в виде письменного опроса с учетом текущего рейтинга .

Рейтинговая оценка знаний студентов проводится по следующим критериям:

Вид оцениваемой учебной работы студента	Баллы за единицу работы	Максимальное значение
Посещение всех лекции	макс. 5 баллов	5
Присутствие на всех практических занятиях	макс. 5 баллов	5
Оценивание работы на семинарских, практических, лабораторных занятиях	макс. 10 баллов	10
Самостоятельная работа	макс. 40 баллов	40
Итого		60

Неявка студента на промежуточный контроль в установленный срок без уважительной причины оценивается нулевым баллом. Повторная сдача в течение семестра разрешается.

Дополнительные дни отчетности для студентов, пропустивших контрольную работу по уважительной причине, подтвержденной документально, устанавливаются преподавателем дополнительно.

Лабораторные работы, пропущенные без уважительной причины, должны быть отработаны до следующей контрольной точки, если сдаются позже, то оцениваются в 1 балл.

Студенты, набравшие от 51 до 100 баллов, получают зачет по дисциплине без проведения дополнительных испытаний, если сумма набранных баллов меньше 50, то студент пишет итоговый тест по дисциплине в последнюю учебную неделю семестра.

Итоговой формой контроля знаний, умений и навыков по дисциплине является **(зачет)**. Зачет проводится по билетам, которые включают 2 (два) теоретических вопроса.

Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

- знание на хорошем уровне содержания вопроса;
- знание на хорошем уровне терминологии электронной коммерции;
- знание на хорошем уровне перспектив и направлений развития электронной коммерции;
- использование в ответе материала из дополнительной литературы;
- умение привести практический пример использования конкретных приемов и методов электронной коммерции;
- использование в ответе самостоятельно найденных примеров;
- понимание связей и иерархии подразделов электронной коммерции;
- наличие собственной точки зрения по проблеме и умение ее защитить;
- знание на хорошем уровне методов и технологий построения, функционирования и использования систем электронной коммерции;
- умение четко, кратко и логически связно изложить материал.

При соответствии ответа учащегося на зачете более чем 50 % критериев из этого списка выставляется оценка «зачет», в случае несоответствия – «незачет».

Вторым вариантом проведения зачета является проверка знаний учащихся с помощью электронных тестов, в этом случае оценка «зачет» ставится при правильном ответе как минимум на 60 % предложенных вопросов.

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

а) основная литература:

1. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. / А. В. Юрасов – М. : Tempus, 2014. – 500 с.
2. Сибирская Е. В. Электронная коммерция / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М. : Форум, 2014. – 288 с.
3. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом. Правовое регулирование / А. И.Савельев. – М. : Статут, 2014. – 543 с.
4. Брагин Л. А. Электронная коммерция: Учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т. Панкина. – М. : Форум, 2012. – 192 с.

5. Электронная коммерция: учеб. пособие: рек. Мин. обр. РФ / под общ. ред. Л. А. Брагина. - М. : Экономистъ, 2005. - 287 с.

6. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете : учеб. пособие / В.А. Алексунин – 3-е изд.. - М.: Дашков и К, 2007. - 214 с.

7. Кобелев О.А. Электронная коммерция : учеб. пособие рек. УМО/О.А. Кобелев. – 3-е изд.. - М.: Дашков и К, 2008. - 684 с.

б) дополнительная литература:

1. Ильиных Е. В. Комментарий к Федеральному закону "Об электронной цифровой подписи" (постатейный): от 10 янв. 2002 г. № 1-ФЗ / Е. В. Ильиных, М. Н. Козлова. - М. : Юстицинформ, 2005. - 80 с.

2. Тюриков, А. Г. Интернет-реклама: учеб. пособие / А. Г. Тюриков, Д. Е. Шляпин. - М.: Дашков и К, 2008. - 142 с.

3. Платежные и расчетные системы : анализ и статистика / Центральный банк Российской Федерации. - М. : Прайм - ТАСС, 2010 - Вып. 20 : Платежная система России в 2008 году. - 2010. - 100 с.

4. Информационные технологии в бизнесе : под ред. М. Желены: пер. с англ. - СПб.: Питер, 2002 – 112 с.

5. Холмогоров В. Интернет-маркетинг: кр. курс / В. Холмогоров. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.

6. Управление закупками и поставками: учеб. пособие рек. УМО / М. Линдерс и др.: пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 2007 – 774 с.

в) федеральные законы и нормативные документы

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей".

2. Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. N 63-ФЗ "Об электронной подписи".

3. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле (принят ЮНСИТРАЛ 12 июня 1996 г.).

4. ГОСТ Р 34.10—94. Информационная технология. Криптографическая защита информации. Система электронной цифровой подписи на базе

асимметричного криптографического алгоритма. М.: издательство стандартов, 1994 г.

5. ГОСТ Р34.11-94. Информационная технология. Криптографическая защита информации. Функция хэширования. М.: издательство стандартов, 1994 г.

6. ГОСТ Р34.10-2001. Информационная технология. Криптографическая защита информации. Процессы формирования и проверки электронной цифровой подписи. М.: издательство стандартов, 2001 г.

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

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.ecommerce.ru	Информационно-консалтинговый сайт по электронному бизнесу.
2	http://www.i2r.ru	Собраны материалы по электронной коммерции от B2B, B2C и других разновидностей, до описания существующих программных платформ создания электронных магазинов.
3	http://www.mags.ru	Аналитический ресурс об электронной коммерции. Новости и статьи, аналитическая информация, советы по созданию интернет магазина.
4	http://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция	Материал из Википедии — свободной энциклопедии

б) дополнительная литература:

1. Гаврилов Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118188&razdel=276>
2. <http://www.e-management.ru> — Консультационный центр развития электронного бизнеса.

3. <http://www.emoney.ru> — Сайт «Платежные системы Интернет»
4. <http://www.expert.ru> - Журнал «Эксперт» и приложение к нему — «Эксперт-Интернет»
5. <http://www.internetfinance.ru> — Финансовые услуги через Интернет в России

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Дисциплина рассматривает математические абстракции, помогающие качественно и количественно описывать сложные системы, но в отрыве от практических навыков пользу математических абстракций невозможно осознать почувствовать их практическую значимость.

Для более полного понимания целей, задач и практических результатов теории систем следует:

- 1) Ознакомиться с дополнительной литературой, особенно с трудами основоположников.
- 2) Ознакомиться, хотя бы поверхностно, с другими подходами к построению систем (см. доп. литературу).
- 3) Попытаться в рамках практических и лабораторных занятий самостоятельно и полностью выполнить все задания.

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

Учебная аудитория, оборудованная мультимедиа проектором. Компьютер под управлением операционной системы Windows 7, 8.0, 8.1, способный воспроизводить современные форматы медиаданных (видео, аудио, графика) и имеющий установленный пакет офисных программ MSOffice 2010, 2013. В частности, MSWord, MSExcel, MSPowerpoint

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

- а) Мультимедийная аудитория - для лекций;
- б) Компьютерный класс, оборудованный для проведения практических работ средствами оргтехники, персональными компьютерами, объединенными в сеть с выходом в Интернет – для практических занятий.

Для проведения лекционных занятий требуется аудитория на курс, оборудованная интерактивной доской, мультимедийным проектором с экраном. Для проведения практических занятий требуется аудитория на группу студентов, оборудованная интерактивной доской, мультимедийным проектором с экраном. Для проведения практических занятий на ПЭВМ требуется компьютерный класс с установленной на ПЭВМ MSOffice 2010, 2013. В частности, MSWord, MSeXcel, MSPowerpoint.