

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет информатики и информационных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-технологии ведения бизнеса»

Кафедра Прикладной информатики и математических методов в управлении

Образовательная программа

38.03.06 – Торговое дело

Профиль подготовки

«Коммерция»

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Форма обучения: **очная**

Статус дисциплины: **вариативная**

Махачкала, 2017 год

Оглавление

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1.Цели освоения дисциплины	5
2.Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....	6
4. Объем, структура и содержание дисциплины.....	7
5. Образовательные технологии	10
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	10
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	13
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	26
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	27
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	27

Рабочая программа дисциплины составлена в 2017 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 – Торговое дело уровень бакалавриата. утвержденный приказом Минобрнауки РФ от «12» ноября 2015г. № 1334 .

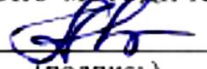
Разработчик: профессор кафедры прикладной информатики и математических методов в управлении, к.э.н. Магомедов А.М.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры ПИММУ от «30» 08 2017г., протокол № 1,
Зав. кафедрой  Камилов М.Б.

на заседании Методической комиссии факультета ФИИИТ
от «30» 08 2017г., протокол № 1

Председатель  Камилов М.Б.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « 30 » 08 2017г. 
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Интернет-технологии ведения бизнеса» входит в *вариативную* часть образовательной программы *бакалавриата* по направлению 38.03.06 – **Торговое дело**.

Дисциплина реализуется на факультете *управления* кафедрой ПИиММУ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением концепции электронной коммерции; анализом развития электронной коммерции в мировом сообществе и в России; приобретением знаний в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия; изучением правовых основ регулирования электронной коммерции; изучением современных технологий совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными; приобретением навыков анализа и оценки эффективности электронной коммерции; приобретением знаний и навыков в области разработки и внедрения проектов электронной коммерции в систему управления компанией.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных ОК-8, профессиональных ПК-9, ПК-17, ПК-18.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольная работа, устный опрос, тестирование, коллоквиум и пр.* и промежуточный контроль в форме *зачета*.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в 72 академических часах по видам учебных занятий

Се- местр	Учебные занятия						СРС, в том числе экза- мен	Форма промежу- точной аттеста- ции (зачет, диф- ференцированный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все- го	из них						
Лек- ции		Лаборатор- ные заня- тия	Практи- ческие занятия	КСР	консуль- тации			
5	36	16	-	18	2		36	зачет

1.Цели освоения дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Электронная коммерция» являются приобретение знаний, навыков и способностей в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия, правового регулирования электронной коммерции, применения современных технологий электронной торговли, анализа и оценки эффективности виртуальных каналов взаимодействия с клиентами.

2.Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина электронная коммерция входит в *вариативную* часть образовательной программы *бакалавриата* по направлению 100700.62 – Торговое дело.

Для изучения учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Маркетинг (ОК-4)
- Информатика (ОК-8);
- Экономика организации (ПК-5);
- Коммерческая деятельность (ПК-9).

В процессе освоения дисциплины «Электронная коммерция» формируются знания и умения, помогающие студенту в последующем освоении таких дисциплин как «Рекламная деятельность», «Планирование и прогнозирование в торговле» и прохождении производственной практики.

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

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК-8	способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев	знать основы современных технологий сбора, обработки и представления информации; уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии владеть навыками сбора, обработки и анализа информации:
ПК-9	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности	Знать: методiku оценки хозяйственных рисков и обоснования управленческих решений Уметь: выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков Владеть: методами оценки электронного бизнеса и финансовых рисков
ПК-17	способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности	Знать: базовые технологии (техно-экономические и правовые основы) электронной коммерции, модели создания электронных магазинов, характеристики электронных платежных систем Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка. Владеть: умением и навыками информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности в сфере электронной коммерции; методами и средствами организации электронной коммерции.
ПК-18	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности	Знать: цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы электронной коммерции. Уметь: разрабатывать веб-сайты магазинов, составлять рекламные проекты в интернете, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность. Владеть: навыками информационного обеспечения электронной коммерции, разработки веб-сайта магазинов, составления рекламных проектов в интернете, организации рекламных акций и маркетинговых исследований.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Электронный бизнес								
1	Введение в электронный бизнес	8	1-2	2	2		4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
2	Сегменты электронного бизнеса и их особенности	8	3-4	2	2		5	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
3	Регулирование электронной коммерции	8	5-6	2	2		4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
4	Электронные магазины	8	7-9	2	2		6	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	<i>Итого по модулю 1:</i>			8	8	1	19	Контрольная работа
Модуль 2. IT-инфраструктура электронного бизнеса								
5	Электронные платежные системы	8	10-11	2	4		5	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
6	Концепция цифровой экономики	8	12-13	2	2		4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
7	Электронная коммерция в туризме	8	14-15	2	2		4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
8	Перспективы электронного бизнеса	8	16-17	2	2		4	Опросы, участие в дискуссиях, представление докладов, выполнение тестовых заданий
	<i>Итого по модулю 2:</i>		10-17	8	10	1	17	Контрольная работа
	ИТОГО:		1-17	16	18	2	36	Зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Введение в электронный бизнес

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

Тема 2. Сегменты электронного бизнеса и их особенности

Сегменты рынка электронной коммерции (B2B, B2C, C2C). Особенности коммерции на потребительском и промышленном рынках. Основные направления развития электронной коммерции в секторе B2C. Торговля традиционными товарами и услугами. Торговля информационными услугами. Торговля финансовыми услугами.

Тема 3. Регулирование электронной коммерции

Государственное регулирование электронной коммерции: лицензирование; налогообложение и др. Развитие нормативной базы в сфере электронной коммерции в США, Западной Европе и России. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи». Рекомендации международных организаций в сфере электронной коммерции. Механизмы саморегулирования.

Тема 4. Электронные магазины

Модели создания электронных магазинов. Выбор концепции развития. Описание web-узла и его разработка. Планирование долговременных транзакций. Взаимодействие с поставщиками. Создание динамического каталога. Модель открытого и иерархического рынка. Организация гибкого интерфейса. Установление цен. Выбор платежных средств. Внедрение протоколов шифрования. Интернет-реклама. Принятие заказов через web-узел. Обработка заказов. Выполнение заказов. Прием платежей. Осуществление взаиморасчетов. Доставка товаров/услуг. Индивидуальный маркетинг. Анализ информации. Проблемы оценки электронного бизнеса и финансовых рисков. Измерение эффективности электронной коммерции. Примеры успешной организации электронного бизнеса в развитых странах. Российские Интернет-магазины и их особенности. Cookies. Отправка защищенной информации через Интернет. Аутентификация. Цифровые сертификаты. Настройка безопасности браузера. Кодирование. Вирусы. Прокси-серверы. Firewalls.

Тема 5. Электронные платежные системы

Особенности транзакций в Интернет. Требования к платежным системам. Интернет-платежные системы для текущих и оптовых платежей. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Организация расчетов в Ин-

тернет с использованием магнитных кредитных и дебетовых карт. Протокол SET и его модификации. Расчеты электронными чеками и их особенности. Смарт-карты, их виды и особенности. Спецификация EMV. Организация расчетов с использованием «электронных кошельков». Спецификация CEPS. Расчеты электронными наличными. Инструменты микроплатежей. Платежные системы второго поколения. Мошенничество в сфере электронных платежей и методы обеспечения безопасности при расчетах в Интернет. Интернет-платежные системы в России.

Тема 6. Электронная коммерция в туризме

Планирование электронной коммерции для организаций в сфере туризма и гостеприимства. Управление целями и стоимостью. Стратегии разработки сайтов электронной коммерции. Управление реализацией систем электронной коммерции. Влияние Интернет на индустрию туризма и гостеприимства. Влияние на поставщиков и турагентов. Новые методы распространения информации. Рынок туристических услуг электронной коммерции. Развитие услуг электронной коммерции в сфере туризма.

Тема 7. Концепция цифровой экономики и информационная безопасность

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

Тема 8. Перспективы электронной коммерции

Экономические перспективы электронной коммерции в развитых странах и России. Количественные и качественные критерии изменений. Совершенствование инфраструктуры. Рост объемов микротранзакций. Внедрение смарт-карт. Безопасность электронного бизнеса. Совершенствование систем безопасности. Реструктуризация традиционных компаний и финансовых посредников.

5. Образовательные технологии

В зависимости от видов учебной деятельности предусматривается применение различных видов образовательных технологий. Основной вид учебной нагрузки – это лекция. На лекции максимально используются современные мультимедийные средства, видеокурсы. Технология интерактивного обучения при чтении лекции должна быть основной. Лектор излагает не готовые знания, а ставит проблему, побуждает интерес студентов, постепенно приводит их к принятию правильного решения. На семинарах следует широко использовать дискуссии, элементы «мозгового штурма», «деловой игры». Участники семинара стараются выдвинуть как можно больше идей, подвергая их критике, потом выделяют главные, которые обсуждаются и развиваются.

На практических занятиях решаются задачи и хозяйственные ситуации, используя при этом компьютерные технологии. По каждой теме в начале семинара или практического занятия можно провести компьютерное тестирование.

К чтению отдельных лекций по новым направлениям и проведению семинаров можно приглашать экспертов и специалистов.

Студент должен получить электронную версию учебно-методического обеспечения дисциплины (РП, конспекты лекций, планы и задания к семинарам и практическим занятиям и т.д.).

Посредством интернета организовывается дистанционное обучение, проводятся консультации студентов, проверяется их самостоятельная работа, осуществляется руководство проектами.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предусматривает 36 часов

Разделы и темы для самостоятельного изучения		Виды работ	Норма времени на выполнение (в часах)
Тема 1	1-2	Введение в электронную коммерцию . Написание реферата	2
		Подготовка к семинару	2
Тема 2	3-4	Сегменты электронной коммерции и их особенности	2
		Подготовка к контрольной работе	3
Тема 3	5-6	Сделать электронную презентацию по теме; Регулирование электронной коммерции	2
		Подготовка к семинару	2

Тема 4	7-9	Создание сайта электронного магазина Подготовка к модульной контрольной работе	6
Тема 5	10-11	Подготовка семинару. Электронные платежные системы.	2
		Написание доклада по теме.	3
Тема 6	12-13	Подготовка к семинару. Концепция электронного правительства	4
Тема 7	14-15	Подготовка реферата	2
		Подготовка к диспуту: Электронная коммерция в туризме	2
Тема 8	16-17	Подготовка доклада. Перспективы электронной коммерции	2
		Подготовка к модульной контрольной работе	2
		Итого	36

Темы дисциплины для самостоятельного изучения:

Тема дисциплины	Содержание темы для самостоятельного изучения и ссылки на литературу	Количество часов	Форма контроля
Тема 1	Введение в электронную коммерцию . Литература: 1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с. 2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с.	4	Контрольное тестирование
Тема 2	Сегменты электронной коммерции и их особенности Литература: 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 2. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко,	5	Контрольное тестирование

	<p>2012 - 684 с.</p> <p>4. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с.</p>		
Тема 3	<p>Регулирование электронной коммерции Литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 2. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с. 3. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с. 4. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСИР, 2009 – 368 с. 	4	Контрольное тестирование
Тема 4	<p>Электронные магазины Литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 2. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с. 3. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с. 4. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с. 	6	Контрольное тестирование
Тема 5	<p>Электронные платежные системы Литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с. 2. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с. 3. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСИР, 2009 – 368 с. 	5	Контрольное тестирование
Тема 6	<p>Концепция электронного правительства Литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с. 	4	Контрольное тестирование

	<p>2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с.</p> <p>3. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСиР, 2009 – 368 с.</p>		
Тема 7.	<p>Электронная коммерция в туризме Литература:</p> <p>1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с.</p> <p>2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с.</p> <p>3. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСиР, 2009 – 368 с.</p>	4	Контрольное тестирование
Тема 8.	<p>Перспективы электронной коммерции Литература:</p> <p>1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с.</p> <p>2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с.</p> <p>3. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.-Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с.</p>	4	Контрольное тестирование
Итого		36	

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
ОК-8	<p>знать основы современных технологий сбора, обработки и представления информации;</p> <p>уметь использовать современные информационно-коммуникационные технологии</p> <p>владеть навыками сбора, обработки и анализа информации:</p>	Устный опрос, письменный опрос, тестирование

ПК-9	<p>Знать: методику оценки хозяйственных рисков и обоснования управленческих решений</p> <p>Уметь: выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков</p> <p>Владеть: методами оценки электронного бизнеса и финансовых рисков</p>	Устный опрос, письменный опрос, тестирование
ПК-17	<p>Знать: базовые технологии (техно-экономические и правовые основы) электронной коммерции, модели создания электронных магазинов, характеристики электронных платежных систем</p> <p>Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка.</p> <p>Владеть: умением и навыками информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности в сфере электронной коммерции; методами и средствами организации электронной коммерции.</p>	Устный опрос, письменный опрос, тестирование
ПК-18	<p>Знать: цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы электронной коммерции.</p> <p>Уметь: разрабатывать веб- сайты магазинов, составлять рекламные проекты в интернете, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность.</p> <p>Владеть: навыками информационного обеспечения электронной коммерции, разработки веб-сайта магазинов, составления рекламных проектов в интернете, организации рекламных акций и маркетинговых исследований.</p>	Устный опрос, письменный опрос, тестирование

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

ОК-8

Схема оценки уровня формирования компетенции «осознание сущности и значением информации в развитии современного общества; владением основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Пороговый	Знать: основы современных технологий сбора, обработки и представления информации в электронной коммерции	Знает комплекс программных средств, обеспечивающих автоматизированный прием, обработку, ведение баз данных информации в сфере электронной коммерции, ее корректировку и передачу собираемой информации.	Знает основы современных технологий сбора, обработки и представления информации в сфере электронной коммерции.	Знает все виды производства информационных систем и сетей, технологий и средств их обеспечения в сфере электронной коммерции.
Пороговый	Уметь: осуществлять процессы сбора, передачи, обработки и накопления информации, пользоваться локальными и глобальными сетями электронно-вычислительных машин.	Может отделить существенную информацию, представленную данными, от несущественной.	Может представить существенную информацию в виде, наиболее удобном для восприятия человеком.	Может эффективно, самостоятельно использовать современные информационно-коммуникационные технологии.
Пороговый	Владеть: средствами реализации информационных процессов в сфере электронной коммерции.; методами математического анализа и моделирования математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в сфере электронной коммерции.	Владеет сбором доступной информации, представленной в данных различной природы	Владеет разными способами сбора, обработки и представления информации;	Владеет современными информационными и коммуникационными технологиями.

ПК-9

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев».

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Пороговый	Знать: методику оценки опасностей и обоснования управленческих решений в сфере электронной коммерции.	Имеет неполное представление о методиках оценки хозяйственных рисков и обоснования управленческих решений в сфере электронной коммерции.	Допускает неточности в понимании различных методик оценки хозяйственных рисков и обоснования управленческих решений в сфере электронной коммерции.	Демонстрирует четкое представление о методиках оценки хозяйственных рисков и обоснования управленческих решений в сфере электронной коммерции.
Пороговый	Уметь: выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций в сфере электронной коммерции, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков в сфере электронной коммерции.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков.	Может эффективно и самостоятельно выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения, с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков.
Пороговый	Владеть: методами количественного анализа предпринимательских рисков в сфере электронной коммерции.	Демонстрирует слабое владение методами количественного анализа хозяйственных рисков в сфере электронной коммерции.	Демонстрирует неполное владение методами количественного анализа предпринимательских рисков в сфере электронной коммерции.	Демонстрирует достаточное владение
				Владеть: методами количественного анализа предпринимательских рисков в сфере электронной коммерции.

ПК-17

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Пороговый	Знать: применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью в сфере электронной коммерции.	Имеет неполное, недостаточное представление о методах сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью в сфере электронной коммерции.	Допускает неточности в понимании методов сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью в сфере электронной коммерции предприятия.	Демонстрирует четкое представление о методах сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью в сфере электронной коммерции.
Пороговый	Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка.	Демонстрирует слабое умение в разъяснении средств и методов электронной коммерции, анализировать маркетинговую среду в Интернете и конъюнктуру рынка..	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выявлять направления развития коммерческой деятельности. Умеет рассчитывать показатели эффективности электронной коммерции.	Может эффективно, самостоятельно выявлять направления развития электронной коммерции. Может не только рассчитывать показатели деятельности электронных магазинов, но и выявлять между ними причинно-следственные связи.
Пороговый	Владеть: умением и навыками информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации; методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования.	Демонстрирует слабое владение экономической терминологией, навыками постановки целей и задач торговой организации	Демонстрирует неполное владение экономической терминологией, навыками постановки целей и задач торговой организации	Демонстрирует достаточное владение экономической терминологией, навыками постановки целей и задач торговой организации

ПК-18

Схема оценки уровня формирования компетенции «способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	Знать: цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы электронной коммерции.	Имеет неполные знания об объектах, средствах и методах электронной коммерции, недостаточно описывает интернет-среду коммерции, не в полной мере знает направления маркетинговых исследований в электронном бизнесе, а также инфраструктуру электронной коммерции	Демонстрирует в целом хорошие знания в понимании принципов и методов функционирования электронной коммерции. Знает весь комплекс показателей эффективности материальных и трудовых затрат торговой организации, но при этом допускает неточности.	Демонстрирует четкое представление о принципах и методах управления коммерческими организациями различных организационно-правовых форм. В совершенстве знает весь комплекс показателей эффективности материальных и трудовых затрат торговой организации.
Пороговый	Уметь: Уметь: разрабатывать веб- сайты магазинов, составлять рекламные проекты в интернете, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность.	Демонстрирует слабое умение самостоятельно выявлять тенденции развития торговой организации, путей повышения эффективности хозяйствования.	Может самостоятельно с допущением некоторых неточностей выявлять тенденции развития торговой организации, путей повышения эффективности хозяйствования.	Может эффективно самостоятельно выявлять тенденции развития торговой организации, путей повышения эффективности хозяйствования.
Пороговый	Владеть: навыками информационного обеспечения электронной коммерции, разработки веб-сайта магазинов, составления рекламных проектов в интернете, организации рекламных акций и маркетинговых исследований.	Демонстрирует слабое владение современными методами сбора и обработки необходимых данных для расчета социально-экономических показателей деятельности организаций (предприятий), обоснования управленческих решений.	Демонстрирует неполное владение современными методами сбора и обработки необходимых данных для расчета социально-экономических показателей деятельности организаций (предприятий), обоснования управленческих решений	Демонстрирует достаточное владение современными методами сбора и обработки необходимых данных для расчета социально-экономических показателей деятельности организаций (предприятий), обоснования управленческих решений

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

7.3. Типовые контрольные задания

(Указываются темы эссе, рефератов, курсовых работ и др. Приводятся примерные тестовые задания, контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.)

1. Перспективы развития электронных рынков.
2. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Влияние электронной коммерции на глобализацию экономических процессов.
4. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
5. Предпосылки развития электронной коммерции.
6. Электронная коммерция и ее влияние на национальную экономику.
7. Инфраструктура электронной коммерции.
8. Влияние электронной коммерции на традиционные формы розничной торговли.
9. Электронная коммерция в розничной торговле.
10. Совершенствование технологии продаж через Интернет.
11. Платежные системы и повышение их надежности как предпосылка развития электронной коммерции.
12. Особенности мониторинга потребительского рынка в условиях электронной коммерции.
13. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.
14. Эволюция дизайна веб-сайтов предпринимательских структур.
15. Электронная коммерция: безопасность и риски.
16. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции
17. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
18. CRM как компонент обслуживания потребителей.
19. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
20. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
21. Использование электронной коммерции в розничных сетевых торговых фирмах.
22. Специфика моделей электронной коммерции в сфере услуг.
23. Влияние электронной коммерции на поведение покупателей.
24. Реклама товаров и услуг в Интернет.
25. Особенности использования электронной коммерции в малом бизнесе.
26. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных сообществ.
27. Перспективы глобализации электронной коммерции.
28. Особенности развития электронной коммерции в Европейских странах.
29. Отличительные особенности нормативно-правового обеспечения в зарубежных странах
30. Правовое регулирование Интернет-банкинга в РФ
31. Правовое регулирование использования электронной подписи в РФ.
32. Статус и механизм использования электронных денег в праве РФ.
33. Правовое регулирование электронной коммерции в РФ
34. Защита прав потребителей в сфере электронной коммерции в праве РФ
35. Проблемы правового регулирования отношений в сфере электронной коммерции с участием иностранного элемента в РФ.
36. Коммерческая тайна в процессе осуществления электронной коммерции.

Примерные тестовые задания

1. Что собой представляет концепция MRP?

А) планирование производственных ресурсов

- Б) создание единого хранилища данных, содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения деловых операций
- В) учет затрат предприятия

2. Что включает стандарт CSRP?

- А) полный цикл от проектирования будущего изделия, с учетом требований заказчика, до гарантийного и сервисного обслуживания после продажи
- Б) планирование загрузки производственных линий современных предприятий
- В) расчет себестоимости и цены единицы товара

3. Что включает протокол TCP/IP?

- А) транспортный протокол
- Б) адресный протокол
- В) пользовательский протокол

4. Перечислите виды бизнес-операций в электронной среде:

- А) установление контакта, обмен информацией, предпродажная и послепродажная поддержка, акт продажи, оплата покупки, создание виртуального предприятия, реализация самостоятельных бизнес-процессов
- Б) электронный магазин, электронная реклама, информационный портал, платежные системы
- В) виртуальный магазин, баннерная реклама, интернет-маркетинг

5. Перечислите основные принципы функционирования Internet – экономики:

- А) принцип положительной обратной связи; принцип полноты; принцип бесплатности; принцип приверженности (лояльности); принцип переоценки ценностей; принцип обратного ценообразования
- Б) принцип экспоненты; принцип переломных точек. принцип возрастающего эффекта
- В) принцип глобализации; принцип хаоса; принцип анархии; принцип клонирования
- Г) принцип системности; принцип доступности; принцип эффективности; принцип информированности
- Д) принцип интегративности; принцип научности; принцип прагматичности; принцип взаимодействия спроса и предложения; принцип равновесия

7. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

- А) электронный маркетинг; создания электронных магазинов
- Б) коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции
- В) администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;
- Г) ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов
- Д) консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности
- Е) производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги
- Ж) диагностика механизированного оборудования; оценка качества

8. Что такое Транзакция?

- А) деловая операция
- Б) сделка в сети
- В) взаимодействие двух участников в сети

9. Перечислите основные проблемы правового обеспечения в электронной коммерции:

- А) проблема защиты средств индивидуализации

- Б) правовая неразрешенность вопроса об отнесении или неотнесении к средствам индивидуализации доменного имени в сети Интернет
- В) проблемы защиты исключительных прав на программы
- Г) неопределенность правового статуса электронных (цифровых) версий традиционных средств массовой информации
- Е) регулирование трудовых отношений в виртуальном коллективе

10. Организация работы в среде электронного бизнеса основана на формировании следующих уровней:

- А) концептуальный, логический, физический, технический, ресурсный, транспортный
- Б) пользовательский, представления, сеансовый, транспортный, сетевой, соединений, физический
- В) информационный, программный, технический, технологический, сетевой, администрирования

11. Перечислите основные компоненты инфраструктуры сетевой экономики:

- А) компоненты инфраструктуры системы электронной коммерции, разновидности организационных форм
- Б) программное обеспечение, сети, пользователи, техническое обеспечение, доступ к данным
- В) провайдер, сетевые ресурсы, информационные ресурсы, представители электронного бизнеса

12. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

- А) специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь
- Б) почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы
- В) виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов
- Г) биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи
- Д) автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга
- Е) система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

13. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:

- А) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G
- Б) модели B2B, C2B, A2C, A2A
- В) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C

14. Что собой представляет модель Business-to-Business (B2B)?

- А) сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг
- Б) сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг
- В) виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями
- Г) сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта

15. Какие из перечисленных параметров не учитываются в Экономико-организационной модели определения цены на виртуальные продукты:

- А) базовая цена произведенного продукта (товара)
- Б) количество рассматриваемых аналогов оцениваемого продукта
- В) обобщенные оценки стратегий продвижения и распределения фирм-производителей продуктов и их аналогов
- Г) параметры спроса (прогнозируемое количество продаж товара, верхний и нижний пределы цены для потребителей)
- Д) вектор составляющих затрат (производство, продвижение, сервисное обслуживание)

16. Какие Модели, ориентированы на бизнес-партнера:

- А) электронная реклама
- Б) электронная торговля
- В) информационные услуги
- Г) электронное здравоохранение
- Д) дистанционное обучение
- Е) управление взаимоотношениями с клиентами; электронное управление закупками
- Ж) электронные аукционы
- З) электронные биржи
- И) порталы
- К) платежные системы

17. Перечислите составляющие электронного управления закупками:

- А) системы электронных каталогов и агрегатов данных
- Б) системы поиска встречных заявок
- В) системы электронного проведения тендеров
- Г) системы информационного обеспечения
- Д) системы интерактивного доступа

18. Перечислите виды электронных аукционов по степени информированности:

- А) публичные аукционы
- Б) приватные аукционы
- В) тихие аукционы
- Г) индивидуальный аукцион
- Д) громкие аукционы
- Е) датский аукцион

19. Какие Модели, ориентированы на конечного пользователя:

- А) электронная реклама
- Б) электронная торговля
- В) информационные услуги
- Г) электронное здравоохранение
- Д) дистанционное обучение
- Е) электронное управление закупками
- Ж) электронные аукционы и биржи
- З) порталы

20. Определите Составляющие интернет-маркетинга:

- А) баннерная реклама и public relations
- Б) электронная торговля товарами и услугами
- В) методы и средства проведения эффективных рекламных кампаний
- Г) методика проведения маркетинговых исследований в Интернете
- Д) методы разработки рекламных сообщений
- Е) способы правильного позиционирования торговой марки на рынке

Ж) платежная система Интернета, службы доставки товара

21. Перечислите основные коммуникации интернет-маркетинга:

- А) спам
- Б) e-mail-маркетинг
- В) подпись к сообщениям e-mail
- Г) поиск клиентов, заказчиков и партнеров
- Д) организация почтовой рассылки
- Е) реклама
- Ж) электронный магазин
- З) платежная система

22.. Баннерная реклама – это ...

- А) использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
- Б) комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
- В) прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
- Г) вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

Вопросы к зачету.

1. Электронный бизнес и электронная коммерция как новые экономические явления. Их определение и сущность.
2. Понятие электронных рынков, их виды и особенности.
3. Традиционный и электронный бизнес: общие и отличительные черты.
4. Влияние электронной коммерции на трансформацию организационно-управленческих моделей бизнес-систем.
5. Роль Интернет в развитии электронной коммерции.
6. Преимущества и недостатки электронной коммерции.
7. Процесс электронной коммерции: основные этапы.
8. Необходимые и достаточные условия развития электронной коммерции.
9. Типология электронной коммерции
10. Внутриорганизационные информационные системы: назначение и структура.
11. Сегменты рынка электронной коммерции и их особенности.
12. Сегмент B2B и его характеристика.
13. Сегмент B2C и его характеристика.
14. Сегмент C2C и его характеристика.
15. Особенности электронной коммерции в сфере интеллектуальной собственности.

16. Методы государственного регулирования электронной коммерции в развитых странах и России.
17. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи».
18. Регулирование проблем невыполнения обязательств по электронным сделкам (мировой и отечественный опыт).
19. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
20. Методы исследования рынка в электронной коммерции.
21. Модели создания и развития электронных магазинов.
22. Планирование долговременных транзакций.
23. Использование Интернет-рекламы и индивидуального маркетинга.
24. Критерии выбора используемых платежных средств.
25. Подходы к оценке электронного бизнеса и финансовых рисков.
26. Измерение эффективности электронной коммерции.
27. Особенности российских Интернет-магазинов.
28. Виды финансовых Интернет-услуги и их особенности.
29. Современные формы домашнего банкинга. Интернет-банкинг в развитых странах и России.
30. Интернет-трейдинг как новый вид финансовых услуг в России.
31. Транзакции в Интернет и требования к платежным системам.
32. Характеристика электронных платежных систем используемых в Интернете.
33. Характеристика основных видов электронных платежных средств используемых в Интернете.
34. Расчеты с использованием кредитных и дебетовых карт. Преимущества и недостатки.
35. Расчеты с использованием электронных чеков. Преимущества и недостатки.
36. Расчеты с использованием «электронных кошельков». Преимущества и недостатки.
37. Расчеты с использованием электронных наличных. Преимущества и недостатки.
38. Смарт-карта как перспективное средство платежа в Интернете.
39. Обеспечение безопасности при расчетах в Интернете.
40. Экономические перспективы развития электронной коммерции в развитых странах и России.
41. Влияние электронной коммерции на деятельность современных компаний и финансовых посредников.

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

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 20 баллов,

- участие на практических занятиях - 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 30 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 30 баллов,
- письменная контрольная работа - 40 баллов,
- тестирование - 30 баллов.

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

а) основная литература

1. Васильев Г. А. , Забегалин Д. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие / – М. Юнити-Дана, 2012 - 184 с.
2. Денисов Д. П. Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции. – М. Лаборатория книги, 2012. – 110 с.
3. Калужский М. Л. Маркетинговые сети в электронной коммерции: институциональный подход: монография. - М.- Берлин. Директ-Медиа, 2015. – 415 с.
4. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М. Дашков и Ко, 2012 - 684 с.
5. Царелашвили Р. А. Электронная торговля. – М. Лаборатория книги, 2012. – 97 с.
6. Электронные деньги и мобильные платежи: энциклопедия / кол. авторов. – М. КНОРУС: ЦИПСИР, 2009 – 368 с.

б) дополнительная литература

1. Интернет - магазин : правовые основы, особенности учета и налогообложения/ Л . П . Фомичева. - М. : Вершина, 2008.
2. Кочергин Д.А. Электронные деньги: организация эмиссии, проведение платежей, регулирование оборота. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. – 360 с.;
3. Маркетинг на базе Интернет-технологий/ Т. А. Буренина. - М. : Благовест-В, 2005.
4. Раскрутка Web-сайтов. Эффективная Интернет-коммерция/ Н. В. Евдокимов. - М. : И.Д. Вильямс, 2008.
5. Системы электронной коммерции/ Я. В. Ахромов. - М. : "Оникс", 2007.
6. Электронная коммерция : учебное пособие: учебное пособие/ Е . В . Сибирская, О . А . Старцева. - М. : ФОРУМ, 2008.
7. Федеральный закон РФ «Об электронной цифровой подписи» № 1-ФЗ от 10.01.2002.

в) программное обеспечение и Интернет- ресурсы

1. www.cfin.ru - Корпоративный менеджмент
2. www.citforum.ru - Сервер информационных технологий

3. novosti.online.ru/icommerc/index.htm - Новости электронной коммерции на сервере «Россия-Он-Лайн»
4. www.e-management.ru - Консультационный центр развития электронного бизнеса
5. www.emoney.ru - Сайт «Платежные системы Интернет»
6. www.expert.ru - Журнал «Эксперт» и приложение к нему — «Эксперт-Интернет»
7. www.gallup.ru - Исследовательское агентство Gallup Media
8. www.i-m.kiev.ua - Ежемесячное обозрение «Интернет-маркетинг»
9. www.internetfinance.ru - Финансовые услуги через Интернет в России
10. www.marketing.spb.ru - Internet Marketing
11. www.rmh.ru - Исследовательское агентство Monitoring.Ru
12. <http://www.aup.ru/marketing/> - литература по маркетингу (книги, статьи и пр.), ссылки.
13. <http://enbv.narod.ru/> - «Библиотека Воеводина». Разделы – маркетинг, финансы, инвестиции и др.
14. <http://research.rbc.ru/news/listarc.shtml> - архив новостей на основе эксклюзивной БД маркетинговых исследований РБК. Исследования рынков., свыше 1000 маркетинговых исследований, более 250 новостных блоков.
15. <http://mirkin.eufn.ru/> - Миркин.ру - Финансовая электронная библиотека содержит: книги; докторские и кандидатские диссертации; дипломные проекты и магистерские диссертации; статьи; зарубежные исследования и другие материалы.
16. <http://allbest.ru/biss1.html> - литература по маркетингу.
17. <http://www.book.narod.ru/bisness/1.html> - книги различной экономической тематики.
18. http://books.myweb.ru/list.phtml?s_id=9 книги, в том числе по маркетингу.

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

www.integrum.com –БД СМИ России и других источников, платная.

1. www.public.ru – аналог «Интегрума», отличается по составу БД, платная.
2. www.gks.ru – БД Госкомстата РФ, платная, часть информации (общей по России) открыта.
3. www.creditnet.ru - «Национальное кредитное бюро», платная, система содержит информацию о всех действующих российских компаниях (свыше 1 млн. компаний РФ).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания студентам должны раскрывать рекомендуемый режим и характер учебной работы по изучению теоретического курса (или его раздела/части), практических и/или семинарских занятий, лабораторных работ (практикумов), и практическому применению изученного материала, по выполнению заданий для самостоятельной работы, по использованию информационных технологий и т.д.

Основной целью семинарских занятий является закрепление студентами теоретических основ дисциплины, изучённых в процессе лекционного курса и самостоятельных занятий. Семинарские занятия могут проводиться в различных формах. Наилучший результат дает заслушивание подготовленных студентами докладов с последующим их обсуждением в сочетании с постановкой обязательных вопросов и вызовов студентов. Помимо докладов и выступлений студенты готовят по темам занятий письменные рефераты. Тематика докладов и рефератов определяет кафедра.

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

При подготовке к семинарским занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ, а также учебные материалы, размещенные на образовательных блогах преподавателей ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

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

- 1) мультимедийная аудитория для чтения лекций;
- 2) компьютерный класс с локальной сетью для проведения практических занятий.