



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА А.А. ЛЕОНОВА»

УТВЕРЖДАЮ

И. о. проректора

А. В. Троицкий

«___» _____ 2023 г.

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО
МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ДИСЦИПЛИНЫ

«ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Профиль: Финансы и учет в цифровой экономике

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная

Королев
2023

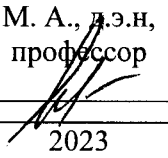
Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

Автор: Смирнова П. В. Рабочая программа дисциплины: Электронная коммерция – Королев МО: «Технологический Университет», 2023

Рецензент: д.э.н., проф. М. А. Меньшикова

Программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 38.03.01 «Экономика», профиль «Финансы и учет в цифровой экономике» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол №9 от 11.04.2023 года

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Меньшикова М. А., д.э.н, профессор 			
Год утверждения (переутверждения)	2023	2024	2025	2026
Номер и дата протокола заседания кафедры	№9 от 24.03.2023г.			

Рабочая программа согласована:

Руководитель ОПОП  Овсийчук В.В., к.э.н., доцент

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переутверждения)	2023	2024	2025	2026
Номер и дата протокола заседания УМС	№5 от 11.04.2023			

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Целью освоения дисциплины «**Электронная коммерция**» является формирование системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам электронной коммерции как комплекса финансовых и торговых транзакций, осуществляемых с помощью информационных технологий и сети Интернет и связанных с этими транзакциями бизнес-процессов.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие компетенции:

Универсальные компетенции

- УК-6 - способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

Профессиональные компетенции

- ПК-3 - способен консультировать клиентов по оформлению и проведению сделок с поставщиками финансовых услуг, а также работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- ознакомление с сущностью и особенностями электронной коммерции, а также с историей и тенденциями ее развития;
- освоение современных моделей электронной коммерции;
- освоение технических и программных средств, применяемых в электронной коммерции;
- оценка эффективности проектов, использующих электронную коммерцию;
- защита предприятий и данных электронной коммерции.

После завершения освоения данной дисциплины студент приобретает:

– трудовые действия

- УК-6.1 - использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;
- ПК-3.1 - осуществляет подготовку и проверку документов, участвующих в финансовых операциях;

– необходимые умения

- УК-6.2 - определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;

- УК-6.4 - строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития;
- ПК-3.2 - предоставляет и составляет регулярную аналитическую отчетность для клиентов и вышестоящего руководства;
- **необходимые знания**
 - УК-6.3 - оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста;
 - ПК-3.3 - анализирует и предоставляет клиентам документацию, предусмотренную условиями договора с финансовой организацией.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВПО

Дисциплина «Электронная коммерция» относится к дисциплинам по выбору части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 38.03.01 «Экономика», профиль «Финансы и учет в цифровой экономике».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных по ранее изученным дисциплинам: «Информатика», «Экономика организаций (предприятий)».

Основные положения дисциплины должны быть использованы для изучения последующих дисциплин: «Основы и реализация проекта», «Информационно-аналитические технологии в финансовой среде» «Цифровые технологии профессиональной деятельности (в сфере финансов и учета)», «Цифровые технологии в страховании», прохождении практики, государственной итоговой аттестации и выполнения выпускной квалификационной работы.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины представлена в таблице 1 и составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр 3	Семестр ...	Семестр ...	Семестр ...
Общая трудоемкость	216	216			
ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Аудиторные занятия	48	48			
Лекции (Л)	16	16			
Практические занятия (ПЗ)	32	32			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Самостоятельная работа	168	168			
Курсовые, расчетно-графические работы					
Контрольная работа, домашнее задание	+	+			
	-	-			
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Тест	Тест			
Вид итогового контроля	экзамен	экзамен			
ОЧНО-ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Виды занятий	Всего часов	Семестр 3	Семестр р ...	Семестр ...	Семестр ...
Аудиторные занятия	32	32			
Лекции (Л)	16	16			
Практические занятия (ПЗ)	16	16			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Самостоятельная работа	148	148			
Курсовые, расчетно-графические работы	-	-			
Контрольная работа, домашнее задание	+	+			
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен			

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Темы дисциплины, количество часов на лекции и практические занятия приведены в таблице 2.

Таблица 2

Наименование темы	Лекции, часов очн./о-з	Практические занятия, часов очн./о-з	Занятия в интерактивной форме, часов очн./о-з	Практическая подготовка, час. очн./о-з	Код компетенций
Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции	2/2	2/2	1	-	УК-6 ПК-3
Тема 2. Технологии электронной бизнеса. Электронная торговля. Мобильная коммерция	2/2	4/2	1	-	УК-6 ПК-3
Тема 3. Бизнес-модели электронной коммерции и электронные торговые площадки	2/2	8/2	1	-	УК-6 ПК-3
Тема 4. Платежные системы электронной коммерции	2/2	4/2	1	-	УК-6 ПК-3
Тема 5. Социальная коммерция. Интернет-маркетинг	2/2	4/2	2/0,5	-	УК-6 ПК-3
Тема 6. Цифровая экономика. Государственное регулирование и инновационные технологии в электронном бизнесе	2/2	2/2	2/0,5	-	УК-6 ПК-3
Тема 7. Электронный обмен данными. Электронные платежи	2/2	4/2	2/0,5	-	УК-6 ПК-3
Тема 8. Безопасность электронной коммерции. Информационная безопасность	2/2	4/2	2/0,5	-	УК-6 ПК-3
Итого:	16/16	32/16	12/6		

4.2 Содержание тем дисциплины

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции

Определения. Соотношения электронной коммерции, электронной и мобильной коммерции. Интернет и веб — основные технологии электронной коммерции. Характерные свойства электронной коммерции, ее составляющие. Взаимосвязь развития электронной коммерции с развитием сети Интернет. Организации Российской Федерации, курирующие электронную коммерцию. Тенденции развития рынка электронной коммерции и динамика роста торговли. Мероприятия по повышению конкурентоспособности электронной торговли в Российской Федерации. Электронная и мобильная коммерция в сфере услуг.

Тема 2. Технологии электронной коммерции. Электронная торговля. Мобильная коммерция

Становление и развитие технологий электронной коммерции. Становление и развитие технологий электронной коммерции. Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции. Прогноз развития технологий электронной коммерции.

Определение электронной торговли. Правовые основы электронной торговли. Динамика развития электронной торговли в Российской Федерации и влияющие на нее факторы. Розничная и оптовая торговля в электронной коммерции. Классификация производителей товаров или услуг и посредников их распределения. Уровни распределения товаров и услуг. Экосистема электронной коммерции.

Определение мобильной коммерции, ее основные составляющие. Факторы роста мобильной коммерции. Характеристика мобильной коммерции. Правовое государственное регулирование финансовых операций в мобильной коммерции. Интегрированные финансовые услуги операторов сотовой связи. Мобильные приложения. Безопасность при использовании мобильных устройств. Применение технологий NFC и HCE.

Тема 3. Бизнес-модели электронной коммерции и электронные торговые площадки

Классы (категории) ведения электронной коммерции. Определения и типы электронных торговых площадок. Возможности и преимущества электронных торговых площадок. Виды электронных торговых площадок. Характеристики основных электронных торговых площадок модели B2C. Характеристики основных электронных торговых площадок моделей B2B, B2G, G2B. Электронный аукцион, запрос котировок, конкурсные торги. Биржевая модель электронных торговых площадок. Государственные электронные торговые площадки, работающие по модели B2G.

Тема 4. Платежные системы электронной коммерции

Определение электронного платежа и электронной платежной системы. Структура и динамика электронных платежей. Краткий обзор развития электронных платежей. Биллинг. Основные определения и положения, относящиеся к электронным платежам и электронным платежным системам. Электронные платежные инструменты: электронные деньги, пластиковые карты, интернет-банкинг. Правомочность деятельности электронных платежных систем. Требования к электронным платежным системам. Виды платежных систем. Отечественные электронные платежные системы и их краткая характеристика.

Тема 5. Социальная коммерция. Интернет-маркетинг

Определения, относящиеся к социальной коммерции. Информационные системы для автоматизации работы в социальных сетях и блогах. Блоги в социальной коммерции. Социальные сети в предпринимательстве и бизнесе. Социальные сети в маркетинге. CRM-системы в социальных сетях. Корпоративные социальные сети. Безопасность работы в социальных сетях.

Определение и характеристики интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы. Продвижение сайта интернет-магазина. Инновации в маркетинге.

Тема 6. Цифровая экономика. Государственное регулирование и инновационные технологии в электронной коммерции

Электронный документооборот. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Определение, цели и задачи цифровой экономики. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Цели и задачи цифровой экономики в трактовке министерств Российской Федерации и неправительственных организаций. Характеристика ИКТ-составляющих цифровой экономики. Характеристика информационных сетей поколений 4G. Стандарт LTE сетей связи 4G. Возможности сетей стандарта 5G. Спутниковый сегмент 5G. Сети интернета вещей. Технологии IoT, PoT/ M2M. Влияние технологии M2M на экономическое развитие. Стандарты для сетей IoT/PoT/M2M. Безопасность сетей интернета вещей. Программно-управляемая сеть SDN. Виртуализация сетевых функций NFV. Технология распределенной базы данных блокчейн. Криптовалюта. Инновационные технологии в электронной коммерции.

Государственное регулирование и инновационные технологии для реализации национального проекта «Цифровая экономика». Цифровая трансформация бизнеса. Кибербезопасность в условиях цифровой

трансформации. Цифровые финансовые активы. Тенденции инновационных решений в электронной коммерции. Изобретательская деятельность для решения задач национальных проектов

Тема 7. Электронный обмен данными

Характеристика электронного обмена данными. Необходимость стандартизации электронного обмена данными. Типы сообщений в электронном обмене данными. Стандарт UN/EDIFACT. Стандарт EANCOM, интеграция с ассоциациями EAN и GS1. Системы ECR-RUS и ААИ ЮНИСКАН/EAN. Реализация сообщений. Структура обмена сообщениями в стандарте EANCOM. Транспортная среда электронного обмена данными. Стандарты безопасности. Поставщики ЭОД-услуг. Электронный документооборот.

Тема 8. Безопасность электронной коммерции. Информационная безопасность

Безопасность предприятий электронной коммерции. Правовые основы информационной безопасности. Защита персональных данных. Защита персональных данных. Безопасность платежей пластиковыми картами. Основные меры обеспечения информационной безопасности.

Защита информации. Основные меры информационной безопасности. Аутентификация, идентификация, проверка целостности, авторизация. Криптографическая защита данных. Электронная подпись.

5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведена в Приложении 1 к рабочей программе.

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

Основная литература:

1. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1055872>

Дополнительная литература:

1. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 381 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16-013607-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1037922>
2. Организация розничной торговли в сети Интернет: учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. — Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2020. — 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1043397>
3. Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 682 с. - ISBN 978-5-394-03474-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093667>

Рекомендуемая литература:

1. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с. (Серия «Учебники для вузов»)
2. Волокитин А.В., Манюшкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.Л., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) – М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. – 272 с.
3. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
4. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. – Перевод с англ. Илайес Э. – СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. – 608 с.
5. Васильев, Г.А. Электронная коммерция и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028903>

Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика
2. Российский экономический журнал
3. Экономический анализ: теория и практика
4. Современная конкуренция

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

Электронные библиотечные системы

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

Электронные ресурсы библиотеки ТУ им. А. А. Леонова

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2 к рабочей программе.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: текстовый и табличный редактор, решение для просмотра и редактирования презентаций формата .pptx

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс.

Ресурсы информационно-образовательной среды ТУ им. А. А. Леонова:

Рабочая программа и методическое обеспечение по дисциплине «Электронная коммерция».

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

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);

Практические занятия:

- учебный класс, оснащенный вычислительной техникой (ПК) и доступом к Интернет-ресурсам.

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;

- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И
ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА**

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ**

«ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Профиль: Финансы и учет в цифровой экономике

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная

Королев
2023

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, обучающийся приобретает:		
				трудовые действия	необходимые умения	необходимые знания
1	УК-6	способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4 Тема 5 Тема 6 Тема 7 Тема 8	- УК-6.1 - использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	- УК-6.2 - определяет приоритеты собственной деятельности, личного развития и профессионального роста; - УК-6.4 - строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	- УК-6.3 - оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста
2	ПК-3	способен консультировать клиентов по оформлению и проведению сделок с поставщиками финансовых услуг, а также работать в автоматизированных системах информационного обеспечения профессиональной деятельности	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4 Тема 5 Тема 6 Тема 7 Тема 8	ПК-3.1 - осуществляет подготовку и проверку документов, участвующих в финансовых операциях	ПК-3.2 - предоставляет и составляет регулярную аналитическую отчетность для клиентов и высшего руководства	ПК-3.3 - анализирует и предоставляет клиентам документацию, предусмотренную условиями договора с финансовой организацией

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критериальное оценивание – это оценивание по критериям, то есть оценка складывается из составляющих (критериев), которые отражают достижения обучающихся по разным направлениям развития их учебно-познавательной компетентности.

Критерии оценки по предмету являются предметными образовательными целями, которые при переводе на язык характеристик обучающегося дают портрет идеально обученного человека.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Высокий уровень: высокий уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям федерального государственного образовательного стандарта. Обучающиеся способны использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решения в нестандартных практико-ориентированных ситуациях.

Продвинутый уровень: обучающиеся продемонстрировали результаты на уровне осознанного выполнения трудовых действий, владения учебным материалом, учебными умениями и навыками по дисциплине. Обучающиеся способны анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Базовый уровень: базовый уровень оценки результатов обучения показывает, что обучающиеся обладают необходимой системой знаний и владеют некоторыми умениями. Обучающиеся способны понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач.

Компетенция не сформирована: результаты обучения свидетельствуют об усвоении обучающимися некоторых элементарных знаний основных вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности показывают, что обучающиеся не овладели необходимой системой знаний по дисциплине.

Шкала оценивания

Характеристика уровней освоения компетенций		
Уровни	Содержание	Проявление
Компетенция не сформирована	Результаты обучения свидетельствуют об усвоении обучающимися некоторых элементарных знаний основных вопросов	Допущенные ошибки и неточности показывают, что обучающиеся не овладели необходимой системой знаний
Базовый	Обучающийся обладает	Обучающийся способен понимать и

	необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями	интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и навыков для решения практико-ориентированных задач
Продвинутый	Обучающийся демонстрирует результаты на уровне осознанного выполнения трудовых действий, владения учебным материалом, учебными умениями и навыками	Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практикоориентированных ситуациях
Высокий	Высокий уровень является основой для формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, соответствующих требованиям федерального государственного образовательного стандарта	Обучающийся способен использовать сведения из различных источников для успешного исследования и поиска решения в нестандартных практикоориентированных ситуациях

Критерии оценки уровня освоения компетенции

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерии оценки
УК-6 ПК-3	Доклад	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> компетенция освоена на продвинутом уровне – 3-4 балла; компетенция освоена на базовом уровне – 1-2 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов</p>	<p>Проводится в письменной и/или устной форме.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> Соответствие содержания доклада заявленной тематике (1 балл). Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). Качество самой представленной работы (1 балл). Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематики (1 балл). <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p>
	Задачи	А) полностью	Проводится в письменной форме.

		<p>сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на продвинутом уровне – 3-4 балла; • компетенция освоена на базовом уровне – 1-2 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор оптимального метода решения задачи (1 балл). 2. Умение применить выбранный метод (1 балл). 3. Логический ход решения правильный, но имеются арифметические ошибки в расчетах (1 балл). 4. Решение задачи и получение правильного результата (2 балла). 5. Задача не решена вообще (0 баллов).
	Тест	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 90% правильных ответов;</p> <p>Б) частично сформирована</p> <ul style="list-style-type: none"> - компетенция освоена на продвинутом уровне – от 70 до 89% правильных ответов балла; - компетенция освоена на базовом уровне – от 50 до 69% правильных ответов; <p>В) компетенция не сформирована – менее 50% правильных ответов</p>	<p>Проводится в письменной форме.</p> <p>Критерии оценки: (Максимальный балл за тест - 10)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 8 и более баллов теста - 5 баллов 2. 7 баллов теста - 4 балла 3. 6 баллов теста - 3 балла 4. 5 баллов теста - 1 балл 5. 4 и менее баллов теста - 0 баллов
УК-6 ПК-3	Контрольная работа	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов;</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на продвинутом уровне – 3-4 	<p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Качество и количество использованных источников – 1 балл 2. Всестороннее раскрытие выбранной темы – 1 балл; 3. Оформление работы в соответствии с методическими указаниями – 1 балл 4. Качество выполненной работы – 1 балл 5. Наличие самостоятельно выполненного иллюстративного материала (рисунки, схемы, графики, таблицы) – 1 балл

		балла; • компетенция освоена на базовом уровне – 1-2 балла; В) не сформирована (компетенция не освоена) – 0 баллов	Максимальная оценка – 5 баллов.
--	--	--	---------------------------------

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерная тематика докладов

1. Концептуальные модели электронных трансакций и их классификация
2. Классификация бизнес - моделей электронной коммерции.
3. Построение бизнес - модели торговых операций.
4. Бизнес - модели интернет – торговли.
5. Платежные системы Интернета: требования и разновидности.
6. Бизнес - логика электронной коммерции.
7. Влияние модели В2С на макросреду.
8. Связь между традиционным и электронным бизнесом.
9. Основные способы оплаты товаров и услуг.
10. Системы электронных платежей в России.

Примеры тестовых вопросов

1. Как соотносятся друг с другом понятия "электронная коммерция" и "мобильная коммерция"
 - мобильная коммерция является частью электронной коммерции
 - электронная коммерция является частью мобильной коммерции
 - они не взаимосвязаны
2. Какая из перечисленных технологий не относится к электронному бизнесу
 - электронные платежи и финансовые услуги
 - электронная торговля
 - электронный обмен данными
 - мобильная коммерция
 - DNS-системы
3. Чем характеризуется семантический Веб
 - передаваемые данные должны быть жестко взаимосвязаны только с одним из приложений
 - передаваемые данные должны быть жестко взаимосвязаны со всеми приложениями
 - возможностью формального описания смысла передаваемых данных без взаимосвязи с конкретными приложениями
 - возможностью собирать, анализировать, систематизировать информацию без участия человека

4. При использовании каких форматов рекламы используются большие данные (Big Data)
 - Видеореклама
 - почтовые рассылки
 - контекстная реклама
 - все форматы рекламы от видео до почтовых рассылок

5. Что из себя представляет гибридное облако
 - комбинацию из двух и более частных облачных структур
 - комбинацию из облачных структур и клиентских приложений
 - комбинацию из двух и более публичных облачных структур
 - комбинацию из двух и более различных облачных структур (частное, публичное)

6. Какие из перечисленных категорий относятся к основным участникам сделок в электронной коммерции
 - Entrepreneur
 - Business
 - Customer
 - Administration
 - Government

7. Социальный медиамаркетинг — это продвижение рекламы в социальных сетях и электронных СМИ. Для этого используются:
 - группы в социальных сетях
 - форумы
 - email-рассылки
 - электронные доски объявлений
 - блоги

8. Выберите верные утверждения об электронной торговле:
 - электронная торговля — это предпринимательская деятельность, связанная с куплей-продажей товаров и услуг, осуществляемая только с использованием глобальной сети Интернет
 - электронные сделки осуществляются в основном в режиме реального времени
 - электронная торговля не предоставляет информационно-правовое сопровождение взаимодействующих в сделке сторон
 - электронная торговля реализуется в B2G, B2B и B2C категориях (моделях) электронной коммерции

9. К розничной торговле в электронной коммерции относится торговля с использованием
 - интернет-магазинов

- торговых автоматов
- бирж
- интернет-витрин

10. Технология электронного обмена данными применяется:

- при взаимодействии частного лица с государством по модели C2G
- в государственных закупках по модели B2G
- в международной торговле
- в межфирменной торговле по модели B2B

Примерная тематика контрольных работ

1. Информационная поддержка существующего неэлектронной коммерции
Распределенные БД и СУБД.
2. Создание Интернет-компаний, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет.
3. Российский Интернет-рынок B2B.
4. Анализ бизнес-процессов предприятия в сфере электронной коммерции
5. Оптимизационная задача максимизации прибыли в электронном бизнесе.
6. Отражение основных бизнес-процессов в организационной структуре компании.
7. Разработка автоматизированной системы управления выполнением бизнес-процессов.
8. Особенности мониторинга потребительского рынка в электронном бизнесе.
9. Информационные системы как элемент в электронном бизнесе.
10. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
11. История возникновения и этапы развития электронной коммерции
12. Воздействие электронной коммерции на экономику
13. Технический анализ, как метод прогнозирования цены
14. Фундаментальный анализ, как метод прогнозирования цены.
15. Повышение надежности платежных систем как предпосылка развития электронном бизнесе.
16. Классификация моделей электронных платежей.
17. Федеральные программы, связанные с электронным бизнесом.
18. Региональные программы, связанные с электронным бизнесом
19. Система электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте (EDIFACT).
20. Предприятие 1С для учета коммерческих операций и расчетов с покупателями
21. Тенденции развития информационных технологий поддержки ЭБ.
22. Методы оценки эффективности электронной коммерции.

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

Формой контроля знаний по дисциплине «Электронная коммерция» являются две текущие аттестации в виде тестов и одна промежуточная аттестация в виде экзамена в письменной форме.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающих знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	УК-6 ПК-3	30 вопросов	Компьютерное тестирование; время отведенное на процедуру - 60 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка - 0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%.
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	УК-6 ПК-3	30 вопросов	Компьютерное тестирование; время отведенное на процедуру – 60 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка -0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
Проводится в сроки, установленные графиком	Экзамен	УК-6 ПК-3	2 вопроса и 1 практическое задание или БРС (по столбцу «Сумма» в	Экзамен проводится в письменной форме, путем ответа на вопросы. Время, отведенное на	Результаты предоставляются в день проведения экзамена	Критерии оценки: «Отлично» - 91 балл и выше: • знание основных понятий предмета;

<p>образовательного процесса</p>			<p>электронном журнале</p>	<p>процедуру – 30 минут.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • умение использовать и применять полученные знания на практике; • работа на практических занятиях; • знание основных научных теорий, изучаемых предметов; • ответ на вопросы билета. <p>«Хорошо» от 68 до 90 баллов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание основных понятий предмета; • умение использовать и применять полученные знания на практике; • работа на практических занятиях; • знание основных научных теорий, изучаемых предметов; • ответы на вопросы билета • неправильно решено практическое задание <p>«Удовлетворительно»: от 51 до 67 баллов</p> <ul style="list-style-type: none"> • демонстрирует частичные знания по темам дисциплин; • незнание неумение использовать
----------------------------------	--	--	----------------------------	------------------------------	---

						<p>и применять полученные знания на практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> • не работал на практических занятиях; <p>«Неудовлетворительно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • демонстрирует частичные знания по темам дисциплин; • незнание основных понятий предмета; • неумение использовать и применять полученные знания на практике; • не работал на практических занятиях; • не отвечает на вопросы.
--	--	--	--	--	--	--

4.1. Типовые вопросы, выносимые на тестирование

Тесты используются в режиме промежуточного контроля. По форме заданий выбраны закрытые тесты (с выборочным ответом). Каждому вопросу соответствует один вариант ответа.

1. Как соотносятся друг с другом понятия "электронный бизнес" и "мобильная коммерция"

- мобильная коммерция является частью электронного бизнеса
- электронный бизнес является частью мобильной коммерции
- они не взаимосвязаны

2. Какая из перечисленных технологий не относится к электронному бизнесу

- электронные платежи и финансовые услуги
- электронная торговля

- электронный обмен данными
- мобильная коммерция
- DNS-системы

3. Чем характеризуется семантический Веб

- передаваемые данные должны быть жестко взаимосвязаны только с одним из приложений
- передаваемые данные должны быть жестко взаимосвязаны со всеми приложениями
- возможностью формального описания смысла передаваемых данных без взаимосвязи с конкретными приложениями
- возможностью собирать, анализировать, систематизировать информацию без участия человека

4. Какие услуги относятся к трейдингу

- посреднические услуги между продавцом и покупателем ценных бумаг
- услуги по совершению сделок с ценными бумагами на фондовом рынке
- услуги по совершению сделок с валютой на валютном рынке
- услуги по подбору банковских продуктов для юридических лиц

5. В какой из экономик используются мобильные технологии

- только в офлайн-экономике
- только в онлайн-экономике
- в онлайн и офлайн экономиках

6. При использовании каких форматов рекламы используются большие данные (Big Data)

- Видеореклама
- почтовые рассылки
- контекстная реклама
- все форматы рекламы от видео до почтовых рассылок

7. Что из себя представляет гибридное облако

- комбинацию из двух и более частных облачных структур
- комбинацию из облачных структур и клиентских приложений
- комбинацию из двух и более публичных облачных структур
- комбинацию из двух и более различных облачных структур (частное, публичное)

8. Какие системы относятся к основным в модели B2B

- системы сбыта
- системы снабжения
- площадки по выдаче лицензий
- электронные торговые площадки

9. Какие из перечисленных категорий относятся к основным участникам сделок в электронной коммерции
- Entrepreneur
 - Business
 - Customer
 - Administration
 - Government
10. Какие виды оплаты распространены в российских интернет-магазинах
- электронными деньгами
 - Чеками
 - безналичным перечислением
 - оплата через банк по квитанции
 - наличными
 - с помощью банковских платежных карт
11. К какому классу электронной коммерции относится товарно-сырьевая биржа
- G2C
 - B2B
 - C2C
 - B2C
12. Какое определение подходит к понятию «социальная сеть»
- сетевой сервис
 - платформа для взаимодействия
 - информационная сеть для передачи данных
13. Социальный медиамаркетинг — это продвижение рекламы в социальных сетях и электронных СМИ. Для этого используются:
- группы в социальных сетях
 - форумы
 - email-рассылки
 - электронные доски объявлений
 - блоги
14. Какая из перечисленных ниже функций не относится к социальному интранету
- выполнение функций цифрового рабочего места
 - интеграция с CRM-системами предприятия
 - упрощение взаимодействия сотрудников
 - упрощение закупок у внешнего поставщика
 - организация и упрощение работы над совместными проектами

15. Выберите верные утверждения об электронной торговле:

- электронная торговля — это предпринимательская деятельность, (связанная с куплей-продажей товаров и услуг, осуществляемая только с использованием глобальной сети Интернет
- электронные сделки осуществляются в основном в режиме реального времени
- электронная торговля не предоставляет информационно-правовое сопровождение взаимодействующих в сделке сторон
- электронная торговля реализуется в B2G, B2B и B2C категориях (моделях) электронной коммерции

16. К розничной торговле в электронной коммерции относится торговля с использованием

- интернет-магазинов
- торговых автоматов
- Бирж
- интернет-витрин

17. Разделите посредников в электронной коммерции по группам

- a. Дилер
- b. Рекламное агентство
- c. Страховая компания
- d. Дистрибьютор
- e. Дисконтный брокер

- 1. Торговый посредник
- 2. Вспомогательный посредник

Ответ: a1, b2, c2, d1, e2

18. Технология электронного обмена данными применяется:

- при взаимодействии частного лица с государством по модели C2G
- в государственных закупках по модели B2G
- в международной торговле
- в межфирменной торговле по модели B2B

19. В системе электронного обмена данными сообщения для торгового предприятия подразделяются на следующие виды:

- финансовые сообщения
- транспортные инструкции
- сообщения о поставках
- сообщения о страховании сделки

20. Какое сообщение в системе электронного обмена данными согласно стандарту EANCOM соответствует каталогу цен

- PRICAT

- PARTIN
- PRODAT
- PROINQ

21. К какому виду интернет-маркетинга относится контекстная реклама и (
поисковая оптимизация
быстродействующий маркетинг
прямой маркетинг с использованием электронной почты
познавательный маркетинг
поисковый маркетинг
продвижение в социальных сетях
контент-маркетинг

22. Если из 1000 посещений сайта покупку совершили 10 посетителей, то конверсия сайта составляет
Ответ: 0,01

23. Затраты на маркетинговое мероприятие составили 2 млн рублей.
Количество контактов с клиентами при этом равнялось 1000. Чему равен коэффициент CPC (плата за контакт) Укажите только число.
Ответ: 2000

24. Чему равен коэффициент ROI (return of investment), если: затраты на организацию бизнеса составили 10 млн руб.; доход — 15 млн руб.; себестоимость — 1 млн. руб
Ответ: 1,5

25. Укажите какие из перечисленных платежей не относятся к электронным:
 перевод денежных средств, осуществляемый с использованием электронных средств почтового отделения
 перевод с использованием банковских пластиковых карт
 перевод денежных средств с использованием электронных денег
 банковский перевод денежных средств со счета на счет, осуществляемый с использованием электронных средств

26. Как называется система, предназначенная для выставления счетов за мобильную связь
Ответ: биллинг,Биллинг,биллинговая система,Биллинговая система

27. Какие общие названия применяются для платежных средств, существующих исключительно в виде электронных записей в специализированных системах
 электронные деньги
 виртуальные деньги
 цифровые деньги

- Биткоин
- Криптовалюта

28. Банк-(ПРОПУСК) - это банк, осуществляющий выпуск пластиковых карт.

Вставьте на место пропуска текст

Ответ: эмитент, Эмитент, ЭМИТЕНТ

29. Выберите основные составляющие мобильной коммерции:

- Android Market
- Apple App Store
- мобильные системы управления взаимоотношениями с клиентами
- системы для мобильного маркетинга и рекламы
- системы для мобильного обмена данными
- системы для совершения мобильной электронной торговли

30. Сопоставьте название технологии с ее описанием:

- a. Bluetooth low energy
- b. NFC
- c. HCE

1. технология обмена радиосигналами на близком расстоянии между мобильными устройствами и устройствами учета
2. виртуальное представление смарт-карты
3. датчики, способные передавать информацию на расположенные рядом мобильные устройства

Ответ: a3, b1, c2

31. Сетевые коммуникационные устройства предназначены:

- для расширения возможностей сети
- для контроля взаимодействия устройств внутри сети
- для подключения терминальных устройств к сети
- для логической структуризации сети

32. Передача пакетов по информационной сети осуществляется в соответствии

- либо со стандартом TCP/IP, либо со стандартом UDP
- только со стандартом TCP/IP
- только со стандартом UDP
- одновременно со стандартами TCP/IP и UDP

4.2. Типовые вопросы, выносимые на экзамен

1. Электронная коммерция: общие сведения, определения.
2. Бизнес традиционный и электронный.
3. Структура Интернета.

4. Протоколы TCP/IP, прикладные протоколы.
5. Движение денег в сети типы электронных платежей, кредитные карты, электронные чеки, цифровые деньги.
6. Электронная коммерция на потребительском рынке.
7. Эволюция бизнеса в Интернете, новые роли и маркетинговые возможности.
8. Предложение изготовленной на заказ продукции в Интернете: первый электронный магазин, полномасштабная интеграция.
9. Описание Web-узла, навигация покупателя, каналы сбыта.
10. Переход от бумажных форм информации к электронным. Три уровня Web-услуг.
11. Долговременные транзакции. Средства разработки Базы данных HTTP и CGI.
12. Маркетинговые информационные системы. Электронная реклама.
13. Защита информации при электронной коммерции: криптография, процесс шифрования, цифровые сертификаты.
14. Перспективы развития электронной коммерции: технологии, Интернет и частные сети, электронные каталоги, электронная почта, сетевые посредники.
15. Эволюция бизнеса в Интернете. Посредничество.
16. Использование базы данных. Развитие Web-узла.
17. Консолидация информации для делового сектора. Электронный супермаркет.
18. Сотрудничество в рамках дистрибьюторской цепочки. Привлечение новых дистрибьюторов.
19. Информация для интерактивного поиска товара. Интерактивный каталог.
20. Электронный каталог. Интеграция базы данных с электронным каталогом.

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО
БИЗНЕСА
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика
Профиль: Финансы и учет в цифровой экономике
Уровень высшего образования: бакалавриат
Форма обучения: очная, очно-заочная

Королев
2023

1. Общие положения

Целью освоения дисциплины «**Электронная коммерция**» является формирование системного подхода к теоретическим основам и практическим аспектам электронной коммерции как комплекса финансовых и торговых транзакций, осуществляемых с помощью информационных технологий и сети Интернет и связанных с этими транзакциями бизнес-процессов.

Задачи дисциплины:

- ознакомление с сущностью и особенностями электронной коммерции, а также с историей и тенденциями ее развития;
- освоение современных моделей электронной коммерции;
- освоение технических и программных средств, применяемых в электронной коммерции;
- оценка эффективности проектов, использующих электронную коммерцию;
- защита предприятий и данных электронной коммерции.

2. Указания по проведению практических занятий

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ конкретных типов и видов предприятий согласно ГОСТ51773-2009
2. Анализ современных информационных технологий в розничной торговле
3. Инновационные технологии в розничной торговле
4. Современные стратегии отношений с клиентами, роль CRM-систем в автоматизации этих отношений.

Индивидуальное задание: составить список периодических источников, в которых рассматриваются вопросы электронной коммерции, электронной коммерции, применение электронных технологий в торговле (не менее 3-х статей с аннотациями и списками источников – 3 балла)

Продолжительность практического занятия 2/1 час(а).

Тема 2. Технологии электронной бизнеса. Электронная торговля. Мобильная коммерция

Практическое занятие «Электронный магазин»

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.

Основное содержание занятия:

1. Смоделировать процесс покупки выбранного товара/услуги.
2. Проанализировать типовую структуру электронных магазинов.
3. Провести сравнительный анализ рассмотренных электронных магазинов по приведенным в методических указаниях критериям.

Вопросы для обсуждения

1. В чем отличия традиционной торговли от электронной
2. Что такое электронный магазин
3. В чем преимущества и недостатки электронных магазинов
4. В чем особенности заказа товаров от заказа услуг
5. Что такое электронная витрина
6. Перечислите структурные разделы электронного магазина
7. Зачем нужна регистрация посетителей электронного магазина
8. Каковы функции электронной корзины
9. Какие системы оплаты заказа используются в электронной коммерции
10. Какие схемы доставки используются в электронной коммерции

Продолжительность практического занятия 4/1 час(а).

Тема 3. Бизнес-модели электронной коммерции и электронные торговые площадки

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.

Вопросы для обсуждения

1. Особенности функционирования различных отечественных и зарубежных торговых площадок с точки зрения покупателя и продавца (Озон, Бери, Wildberries, Amazon, eBay, AliExpress и др)
2. Особенности торговых площадок с аукционами. Виды публичных торгов и их характеристики. Лот, стринг, драфт.
3. Особенности B2B-бирж. Основные характеристики электронной биржевой торговли, виды и типы бирж.

Продолжительность практического занятия 8/2 час(а).

Тема 4. Платежные системы электронной коммерции

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.

Вопросы для обсуждения:

1. Биллинг и современные биллинговые системы
2. Особенности электронных платежных систем WebMoney, Яндекс.Деньги, PayPal и др.
3. Схема реализации электронного платежа с использованием пластиковых карт и электронных денег
4. Особенности организации мобильных платежей и мобильных платежных систем
5. Отчет о применении мобильной кассы для мобильных платежей (2can.ru)

6. Меры безопасности при использовании пластиковых карт
Продолжительность практического занятия 4/1 час(а).

Тема 5. Социальная коммерция. Интернет-маркетинг

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Вопросы для обсуждения

1. Какие задачи решаются в предпринимательстве с помощью социальных сетей
2. Какова специфика решаемых предпринимательских задач в интернет-маркетинге
3. CRM-системы и их реализация в социальных сетях
4. Особенности корпоративных социальных сетей.
5. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях Вконтакте, Одноклассники, Telegram, Instargam, Яндекс.Дзен, Facebook, LinkedIn и др.
6. Содержание основных показателей статистики посещения: посещение, просмотр, глубина просмотра, уникальные посетители и др. специфические показатели, характерные для различных социальных сетей.
7. Маркетинговые сервисы основных поисковых систем: Яндекс, Google.
8. Планирование мероприятий по продвижению интернет-магазина.
9. Оценка эффективности вложений в интернет-рекламу.
10. CTR: понятие, содержание, расчет, типичные значения. Мероприятия по повышению CTR.

Индивидуальное задание: зарегистрировать в одной из социальных сетей бизнес-аккаунт и сделать три продающих поста (3 балла)

Продолжительность практического занятия 4/1 час(а).

Тема 6. Цифровая экономика. Государственное регулирование и инновационные технологии в электронном бизнесе

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Вопросы для обсуждения

1. Основные технологии цифровой экономики.
2. Особенности сетей 5G, их возможности и отличия от сетей предыдущих поколений
3. Что такое интернет вещей и какого его место в электронном бизнесе. Стандарты интернета вещей LoRaWAN, NB IoT, Wi-Fi, ZigBee.
4. Технология M2M и ее влияние на экономику
5. Характеристики сетей ближнего и малого радиуса действия, стандарты сетей, применение в электронном бизнесе
6. Особенности технологии блокчейн. Сферы ее применения и перспективы.

7. Характеристика законопроекта «О цифровых финансовых активах» и анализ отношения различных государств к цифровым валютам
8. Искусственный интеллект, машинное обучение и перспективы использования этих технологий в электронном бизнесе.
9. Инновации в логистике и складских технологиях
10. Устройства виртуальной, дополненной и смешанной реальности. Их применение в электронной коммерции.
11. Меры по обеспечению кибербезопасности в условиях применения виртуальных технологий.

Индивидуальное задание: (3 балла)

1. Используя hash-калькулятор, помещенный по адресу <https://www.xorbin.com>, вычислить:

- контрольную сумму (хеш) фразы «Посылаю на Ваш счет 100 биткойнов»;
- контрольную сумму открытого ключа:

```
30 81 89 02 81 81 00 b8 e6 4f ba db 98 7c 71 7c af 44 b7 d3 0f 46 d9 64 e5 93
c1 42 8e c7 ba 49 8d 35 2d 7a e7 8b bd e5 05 31 59 c6 b1 2f 0a 0c fb 9f a7 3f a2
09 66 84 56 1e 37 29 1b 87 e9 7e 0c ca 9a 9f a5 7f f5 15 94 a3 d5 a2 46 82 d8 68
4c d1 37 15 06 68 af bd f8 b0 b3 f0 29 f5 95 5a 09 16 61 77 0a 22 25 d4 4f 45 aa
c7 bd e5 96 df f9 d4 a8 8e 42 cc 24 c0 1e 91 27 4a b5 6d 06 80 63 39 c4 a2 5e 38
03 02 03 01 00 01
```

Продолжительность практического занятия 2/1 час(а).

Тема 7. Электронный обмен данными

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Вопросы для обсуждения

1. Структура сообщений в формате EDI (ГОСТ 6.20.2-91, ГОСТ 6.20.1-90)
2. Характеристики сообщений в формате EDI. Данные о предприятиях, запрос о продукции
3. Преимущества ЭДО. Обмен электронными счетами-фактурами в соответствии с правовыми нормами РФ
4. Отечественные и зарубежные провайдеры систем ЭДО.

Продолжительность практического занятия 4/2 часа.

Тема 8. Безопасность электронной коммерции. Информационная безопасность

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Вопросы для обсуждения

1. Правовые основы обеспечения информационной безопасности электронной коммерции
2. Правовые основы защиты персональных данных
3. Основные меры по обеспечению информационной безопасности предприятий, использующих ИС и ИКТ для ведения бизнеса

4. Основные меры по обеспечению информационной безопасности предприятий электронной торговли
5. Анализ данных по киберугрозам для предприятий различных типов (по источникам «Лаборатории Касперского», B2BInternational)
6. Меры по повышению безопасности ЭДО и электронных платежей
7. Аутентификация, идентификация, проверка целостности, авторизация как способы повышения информационной безопасности
8. Криптографическая защита данных и ее использование в электронном бизнесе.
9. Понятие «электронной подписи», правовое регулирование, виды и назначение.

Продолжительность практического занятия 4/1 час(а).

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Не предусмотрен учебным планом.

4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

Цель самостоятельной работы: подготовить бакалавров к самостоятельному научному творчеству.

Задачи самостоятельной работы:

- 1) расширить представление в области электронной коммерции;
- 2) систематизировать знания в области электронной коммерции;
- 3) овладеть некоторыми навыками решения нетривиальных задач в области электронной коммерции.

Виды самостоятельной работы представлены в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1	Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции. Тема 2. Технологии электронной бизнеса. Электронная торговля. Мобильная коммерция.	Самостоятельное изучение тем, подготовка рефератов. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение: 1. Принципы функционирования Интернет-экономики. 2. История развития технологии ЭБ Примерная тематика рефератов: 1. Информационная поддержка существующего неэлектронной коммерции Распределенные БД и СУБД. 2. Создание Интернет-компании, реализующей товары и услуги исключительно через Интернет.
2	Тема 3. Бизнес-модели электронной коммерции и электронные торговые площадки	Самостоятельное изучение тем, создание презентаций. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение: 1. Классификация бизнес-моделей ЭБ. 2. Интернет-магазин, как сервисное предприятие.

		<p>Примерная тематика докладов с презентацией:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Российский Интернет-рынок B2B. 2. Анализ бизнес-процессов предприятия. 3. Оптимизационная задача максимизации прибыли предприятия.
3	<p>Тема 4. Платежные системы электронной коммерции Тема 5. Социальная коммерция. Интернет-маркетинг</p>	<p>Самостоятельное изучение тем, создание презентаций. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация торговых предприятий. 2. Основные торговые операции. 3. Основные бизнес-процессы. <p>Примерная тематика докладов для презентаций:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отражение основных бизнес-процессов в организационной структуре компании. 2. Разработка автоматизированной системы управления выполнением бизнес-процессов.
4	<p>Тема 6. Цифровая экономика. Государственное регулирование и инновационные технологии в электронном бизнесе</p>	<p>Самостоятельное изучение тем, подготовка рефератов. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности мониторинга потребительского рынка в электронном бизнесе. 2. Информационные системы как элемент в электронном бизнесе. 3. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму. <p>Примерная тематика рефератов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. История возникновения и этапы развития электронной коммерции 2. Воздействие электронной коммерции на экономику
5	<p>Тема 7. Электронный обмен данными. Электронные платежи.</p>	<p>Самостоятельное изучение тем, создание презентаций, подготовка реферата. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение надежности платежных систем как предпосылка развития электронном бизнесе. 2. Классификация моделей электронных платежей. <p>Популярные платежные системы Примерная тематика докладов с презентацией:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Электронная валютная биржа FOREX. <p>Факторы, воздействующие на валютный курс страны. Примерная тематика рефератов</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технический анализ, как метод прогнозирования цены, 2. Фундаментальный анализ, как метод прогнозирования цены.
6	<p>Тема 8. Безопасность электронной коммерции. Информационная безопасность.</p>	<p>Самостоятельное изучение тем, создание презентаций, подготовка рефератов. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Федеральные программы, связанные с электронным бизнесом. 2. Региональные программы, связанные с электронным бизнесом <p>Примерная тематика докладов с презентацией:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте (EDIFACT).

		<p>2. Предприятие 1С для учета коммерческих операций и расчетов с покупателями.</p> <p>Примерная тематика рефератов</p> <p>1. Тенденции развития информационных технологий поддержки ЭБ.</p> <p>2. Методы оценки эффективности ЭБ</p>
--	--	---

5. Указания по проведению контрольных работ

Контрольная работа выполняется студентами в соответствии с учебным планом. Контрольная работа является самостоятельной работой студентов и служит подготовительным этапом к сдаче экзамена. Без выполнения контрольной работы и собеседования по ней студент не допускается к сдаче экзамена.

Контрольная работа имеет целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами при изучении дисциплины, и является формой промежуточного контроля знаний студентов.

Все части контрольной работы должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

5.1. Требования к структуре

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию темы: иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников.

5.2. Требования к содержанию (основной части)

1. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.
2. При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.
3. Основная часть работы включает 2 - 4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией итогов.
4. Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.п.).
5. Необходимо давать ссылки на используемую Вами литературу.
6. Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.
7. Вслед за заключением идет список использованных источников, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

5.3. Требования к оформлению

Требования к оформлению текста:

Шрифт Times new roman, размер шрифта – 14, интервал - 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25 см. Поля документа: верхнее и нижнее – по 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см.

Работа должна быть выполнена студентом самостоятельно, содержать ссылки на цитируемые материалы. Оценка самостоятельности проводится выборочным поиском и на основе базы "Антиплагиат.ру". Уровень оригинальности файла - не ниже 50%.

Контрольная работа должна быть своевременно представлена преподавателю. Неудовлетворительная работа возвращается студенту для исправления недостатков и устранения замечаний.

5.4. Указания по проведению курсовых работ

Курсовые работы по дисциплине не предусмотрены.

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

Основная литература:

1. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5ad4a78dae3f27.69090312. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1055872>

Дополнительная литература:

1. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: монография / Л.В. Лapidус. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 381 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5ad4a677581404.52643793. - ISBN 978-5-16-013607-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1037922>
2. Организация розничной торговли в сети Интернет: учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. — Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2020. — 120 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1043397>
3. Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 682 с. - ISBN 978-5-394-03474-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093667>

Рекомендуемая литература:

1. Балабанов И. Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с. (Серия «Учебники для вузов»)
2. Волокитин А.В., Манюшкин А.П., Солдатенков А.В., Савченко С.Л., Петров Ю.А., Лопаткин С.В. Электронная коммерция. Учебное пособие для служащих государственных организаций и коммерческих фирм (под общей ред. Реймана Л.Д.) – М.: НТЦ «ФИОРД-ИНФО», 2002. – 272 с.
3. Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
4. Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. – Перевод с англ. Илайес Э. – СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. – 608 с.
5. Васильев, Г.А. Электронная коммерция и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028903>

Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика
2. Российский экономический журнал
3. Экономический анализ: теория и практика
4. Современная конкуренция

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

Электронные библиотечные системы

1. Университетская библиотека онлайн - <http://biblioclub.ru/>
2. Лань - <http://e.lanbook.com/>
3. Знаниум - <https://znanium.com/>

Электронные ресурсы библиотеки ТУ им. А. А. Леонова

<https://unitech-mo.ru/library/resources/>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: текстовый и табличный редактор, решение для просмотра и редактирования презентаций формата .pptx

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс.

Ресурсы информационно-образовательной среды ТУ им. А. А. Леонова:

Рабочая программа и методическое обеспечение по дисциплине
«Электронная коммерция».