

Министерство просвещения РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дагестанский государственный педагогический университет им. Р. Гамзатова»  
Факультет профессионально-педагогического образования  
КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЭКОНОМИКИ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01 Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)

Б1.В.ДВ.01.02 Организация электронной коммерции

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение

Профиль подготовки Информационные технологии

Квалификация Бакалавр

Формы обучения: очная; заочная

Сроки обучения : очно – 4 года; заочно- 4,5 года

| Форма обучения | Курс | Семестр | Количество часов |        |                      |                        |     | Форма итоговой аттестации (экс./зачет) |
|----------------|------|---------|------------------|--------|----------------------|------------------------|-----|--|
|                |      |         | Трудоемкость     | Лекции | Практические занятия | Промежуточный контроль | СРС |  |
| Очная          | 1    | 1       | 72               | 12     | 20                   |                        | 40  | Зачет                                  |
| Заочная        | 2    | 4       | 72               | 2      | 4                    | 3                      | 63  | Зачет                                  |

Махачкала, 2023

**Зияудинова О.М.** Рабочая программа дисциплины «Организация электронной коммерции». Махачкала: ДГПУ, 2023. – 27 с.

**Рецензенты:** Эсетов Ф.А., к. п.н., доцент, зав каф. ИиВТ ДГПУ

Рагимханова Д.А., к.э.н., доцент кафедры информационного права и информатики ФГБОУ ВО «ДГУ».

**Программа утверждена на заседаниях:**

кафедры информационных технологий и экономики  
(протокол № 11 от 5 июня 2023 г.)

и.о.зав.кафедрой:



Р.А.Таибова

ученого совета факультета профессионально-педагогического образования  
(протокол № 10 от 8 июня 2023г.)

Председатель совета



Ш.А.Магомедов

учебно-методического совета ДГПУ  
(протокол № 4 от 3 июля 2023 г.)

Председатель совета



И.А. Дибиров

## **1. Цели и задачи дисциплины**

**Целью** изучения дисциплины является теоретическое освоение обучающимися основных разделов электронной коммерции, формирование у них представлений о возможностях электронной коммерции и овладение практическими навыками использования ее технологий на потребительском рынке и в процессах межфирменного взаимодействия.

Достижение основной образовательной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Формирование теоретических знаний студентов об основных положениях, лежащих в основе развития электронной коммерции; понятийного аппарата; проблемах, возникающих при функционировании различных приложений электронной коммерции; представление о роли электронной коммерции в профессиональной деятельности;

2. Обучение студентов методам построения электронного бизнеса технологии организации электронной коммерции;

3. Изучение технологий электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг.

3. Формирование умений работать в Интернете на электронных торговых площадках, используя инструментальные программные средства разработки и сопровождения системы электронной коммерции

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Организация электронной коммерции» входит в вариативную часть учебного плана по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов в результате освоения дисциплин «Информатика», «Информационные системы», «Компьютерные коммуникации и сети», «Экономическая теория», «Прикладная экономика», «Прикладные программные средства»

Знание дисциплины необходимо для выполнения заданий учебной и производственной практики.

## **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Дисциплина «Организация электронной коммерции» способствует формированию следующих компетенций, предусмотренных ФГОС по направлению 44.03.44 Профессиональное обучение:

- ПКО-4 «Готов оказать компьютерно-техническую и информационно-технологическую поддержку образовательной деятельности обучающихся».

Таблица 1

## 4. Объём дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                    | Всего часов |           |
|---------------------------------------|-------------|-----------|
|                                       | Очно        | Заочно    |
| <b>Общая трудоемкость (час)</b>       | <b>72</b>   | <b>72</b> |
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b>     | 30          | 6         |
| лекции                                | 12          | 2         |
| практические занятия (ПЗ)             | 20          | 4         |
| промежуточный контроль                |             | 3         |
| <b>Самостоятельная работа (всего)</b> | 40          | 63        |
| Трудоемкость в зачетных единицах      | 2           | 2         |
| Итоговая аттестация                   | Зачет       | Зачет     |

## 5. Содержание дисциплины

Таблица 2

## 5.1. Содержание разделов дисциплины

| № п/п   | Наименование разделов                                     | Содержание разделов  |
|---|---|--|
| <b>Модуль 1. Предмет и инструментарий электронной коммерции</b> |   |  |
| 1.1.  | Электронная коммерция и её место в современной экономике  | 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.  |
| 1.2.  | Коммерческий цикл в электронной коммерции                 | Коммерческий цикл в электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Базовые технологии (технико-экономические и правовые основы) электронной коммерции.  |
| 1.3.  | Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции | Объекты ЭК. Товар, включая материальные ценности, изделия, предметы, сырье, продукцию производственно-технического назначения и иные объекты права собственности, которые, в рамках законодательства, могут быть отчуждаемыми. Работа. Услуга. Субъекты ЭК. Физические лица. Юридические лица, в том числе иностранные, независимо от вида собственности и организационно-правовой формы: финансовые институты ;прочие юридические лица; Государство как субъект права: органы власти; представители государственных организаций, которые участвуют в электронной коммерции в качестве: лиц, осуществляющих электронную коммерцию; покупателей и заказчиков соответствующих товаров, работ или услуг; посредников в электронной коммерции. |

|  |  |   |
|--|--|---|
| 1.4.   | Сектора ЭК (B2C, B2B, C2C)                                     | Общее понятие сектора ЭК. История развития секторов ЭК. Основные сектора ЭК (C2C, B2B, B2C). Понятие секторов C2C, B2B, B2C. Системы электронной коммерции в потребительском секторах C2C, B2B, B2C Системы электронной коммерции в потребительском секторах C2C, B2B, B2C. |
| <b>Модуль 2. Системы электронной коммерции</b> |  |   |
| 2.1.   | Макро-технология создания и внедрения приложений ЭК            | Интернет-проект в ЭК. Факторы эффективного развития интернет-проектов. Создание и внедрение приложений ЭК.  |
| 2.2.   | Системы ЭК. ERP-система  | Системы ЭК. Использование систем класса PEER-TO-PEER в ЭК. Взаимодействие бизнеса и граждан с государством. Процесс внедрения ERP-системы.  |
| 2.3.   | Понятие и структура САЙТПРОМОУТИНГА                            | Понятие и структура сайтпромоутинга. Интернет-реклама. Понятие поисковой оптимизации. Понятие и цели поисковой оптимизации. Методы поисковой оптимизации. Увеличение релевантности веб-ресурса.   |
| 2.4.   | Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России | Современный рынок отечественных систем электронной коммерции, анализ конкуренции. Проблемы в сфере E-commerce. Перспективы развития электронной коммерции в России/ тенденции в сфере электронной коммерции. Преимущества и недостатки в сфере электронной коммерции        |

Таблица 3

## 5.2. Тематический план изучения дисциплины

| №<br>п<br>\<br>п  | Раздел дисциплины  | Виды учебной работы их трудоемкость (час)   |   |          |   |   |   |          |   |                        |        | Формируемые компетенции |          |           |                          |
|---|--|---|---|----------|---|---|---|----------|---|------------------------|--------|-------------------------|----------|-----------|--------------------------|
|   |  | Лекции<br>из них<br>Практическая подготовка |   |          |   | Практические занятия<br>из них<br>Практическая подготовка |   |          |   | Промежуточный контроль |        |                         | СМС      |           |                          |
|   |  | Очно  |   | Заочно   |   | Очно  |   | Заочно   |   | Очно                   | Заочно |                         | Очно     | Заочно    |                          |
| <b>Модуль 1. Предмет и инструментарий электронной коммерции</b> |  |   |   |          |   |   |   |          |   |                        |        |                         |          |           |                          |
| 1.1.  | Электронная коммерция и её место в современной экономике       | 1   |   |          |   |   | 2 |          |   |                        |        |                         | 4        | 6         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 1.2.  | Коммерческий цикл в электронной коммерции                      | 2   | 1 |          |   |   | 2 |          | 2 |                        |        |                         | 6        | 8         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 1.3.  | Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции      | 2   | 1 | 1        | 1 |   | 2 |          |   |                        |        |                         | 6        | 8         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 1.4.  | Сектора ЭК (B2C, B2B, C2C)                                     | 1   |   |          |   |   | 4 |          |   |                        |        |                         | 4        | 8         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
|   | Промежуточный контроль   |   |   |          |   |   |   |          |   |                        |        |                         |          |           |                          |
| <b>Модуль 2. Системы электронной коммерции</b>                  |  |   |   |          |   |   |   |          |   |                        |        |                         |          |           |                          |
| 2.1.  | Макро-технология создания и внедрения приложений ЭК            | 2   | 1 |          |   |   | 2 |          |   |                        |        |                         | 6        | 7         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 2.2.  | Системы ЭК. ERP-система  | 2   | 1 |          |   |   | 2 |          |   |                        |        |                         | 4        | 8         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 2.3.  | Понятие и структура САЙТПРОМОУТИНГА                            | 1   |   |          |   |   | 2 |          | 2 |                        |        |                         | 6        | 10        | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
| 2.4.  | Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России | 1   |   | 1        |   |   | 4 |          |   |                        |        |                         | 6        | 8         | ОК-3,<br>ПК-3,<br>ПК-14. |
|   | Промежуточный контроль   |   |   |          |   |   |   |          |   |                        |        |                         |          |           |                          |
|   | Итоговая аттестация  | зачет                                       |   | зачет    |   |   |   |          |   |                        |        |                         |          |           |                          |
|   | <b>Итого</b>   | <b>12</b>                                   |   | <b>2</b> |   | <b>20</b>   |   | <b>4</b> |   |                        |        |                         | <b>3</b> | <b>40</b> | <b>63</b>                |

Таблица 4

## 5.3. Темы практических занятий

| № п/п   | Разделы дисциплины                                       | Тема  | Цель   | Учебно-методические материалы                         | Результат   |
|---|--|---|--|---|---|
| <b>Модуль 1. Предмет и инструментарий электронной коммерции</b> |  |   |  |   |   |
| 1.1.  | Электронная коммерция и её место в современной экономике | Сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса | <ul style="list-style-type: none"> <li>• найти и проанализировать характеристики компаний в рамках заданного вида деятельности;</li> <li>• научиться выделять отличительные признаки в работе компаний в рамках ЭК;</li> <li>• научиться выполнять SWOT анализ для заданного вида деятельности в рамках ЭК..</li> </ul>  | Пособие для выполнения практических работ. Задание №1 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
| 1.2.  | Коммерческий цикл в электронной коммерции                | Коммерческий цикл и стратегии выхода в ЭК                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• научить выделять субъекты и объекты коммерческой деятельности;</li> <li>• закрепить понимание общего коммерческого цикла деятельности предприятия и предшествующих (последующих) этапов;</li> <li>• научиться формулировать содержание коммерческого цикла для произвольного вида деятельности;</li> <li>• закрепить содержание, входные и выходные сущности каждого из этапов коммерческого цикла в рамках электронной коммерции;</li> <li>• рассмотреть реализацию различных стратегий по выходу в ЭК, преимущества и недостатки каждой из них по сравнению со смежными стратегиями.</li> </ul> | Пособие для выполнения практических работ. Задание №2 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 1.3.   | Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции | Выбор способа организации приложения ЭК | <ul style="list-style-type: none"> <li>• рассмотреть возможные варианты организации «простых» приложений ЭК;</li> <li>• научиться определять список услуг, которые требуются для организации приложения ЭК;</li> <li>• попытаться проанализировать предложения провайдеров по оказанию требуемых услуг;</li> <li>• научиться выделять основные направления первоначальных расходов при организации приложений ЭК различными способами;</li> <li>• научиться выделять основные направления ежемесячных (периодических) расходов при организации приложений ЭК различными способами.</li> </ul> | Пособие для выполнения практических работ. Задание №3 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
| 1.4.   | Сектора ЭК (B2C, B2B, C2C)                                | Разработка приложений ЭК                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• познакомиться с элементами Интернет проектов;</li> <li>• рассмотреть базовые позиции технического задания на разработку Интернет проекта; научиться определять требуемых участников для разработки Интернет проекта и их функциональные обязанности;</li> </ul>  | Пособие для выполнения практических работ. Задание №4 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
| <b>Модуль 2. Системы электронной коммерции</b> |   |   |   |   |   |

|      |   |                                  |  |   |   |
|------|---|----------------------------------|--|---|---|
| 2.1. | Макро-технология создания и внедрения приложений ЭК | Разработка медиа-плана           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Систематизировать способы рекламы в сети Интернет;</li> <li>• Изучить предложения различных рекламных площадок для различных предметных областей;</li> <li>• Оценить стоимостные затраты на реализацию небольшого медиа плана в сети Интернет;</li> <li>• Научиться определять потенциальную эффективность от размещения рекламы на различных площадках.</li> </ul> | Пособие для выполнения практических работ. Задание №5 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
| 2.2. | Системы ЭК. ERP-система                             | Расчёты в электронной коммерции  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Рассмотреть различные технологии осуществления электронных расчётов в сети Интернет;</li> <li>• Научиться выбирать наиболее подходящие способы расчётов для различных целевых групп Интернет проектов;</li> <li>• Проанализировать конкретные системы, реализующие выбранные технологии на их экономические характеристики.</li> </ul>                              | Пособие для выполнения практических работ. Задание №6 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
| 2.3. | Понятие и структура САЙТПРОМОУТИНГА                 | Сводный анализ деятельности в ЭК | <ul style="list-style-type: none"> <li>• закрепить технику выделения этапов коммерческого цикла для компаний, работающих в различных секторах электронной коммерции;</li> <li>• научиться выделять направления затрат на различных этапах коммерческого цикла и участников данных этапов;</li> <li>• определить порядок сумм, необходимых на выполнение различных этапов коммерческого цикла;</li> </ul>     | Пособие для выполнения практических работ. Задание №7 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |

|      |  |  |  |   |   |
|------|--|--|--|---|---|
| 2.4. | Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России | Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России | <ul style="list-style-type: none"> <li>• рассмотреть приоритетные направления развития, масштабы и географию распространения;</li> <li>• проанализировать особенности развития электронной коммерции в РФ;</li> <li>• определить механизмы государственного регулирования электронной коммерции в РФ.</li> </ul> | Пособие для выполнения практических работ. Задание №8 | Отчет в печатной форме с устным сопровождением ответа |
|------|--|--|--|---|---|

## **5.4. Самостоятельная работа студентов**

### **5.4.1. Основные направления самостоятельной работы**

- изучение литературы и лекционного материала;
- подготовка к практическим занятиям, оформление их результатов и защита
- написание рефератов, подготовка презентаций по дисциплине;

### **5.4.2. Тематика рефератов**

1. Защита информации при работе в Интернет.
2. Системы управления закупками в Интернет.
3. Электронный маркетинг.
4. Электронная коммерция.
5. Баннерные сети. Экономическая эффективность баннерной рекламы
6. Финансовые услуги населению. Интернет – банкинг.
7. Госуслуги населению.
8. АСУ ресурсами предприятия.
9. ERP-системы.
10. CSRP-системы.
11. Стандарты и протоколы электронной коммерции OBI, OFX.
12. Аутентификация контрагентов в электронной коммерции.
13. Технологии ЭЦП. Правовое обеспечение электронной коммерции.
14. Отраслевые торговые площадки.
15. Корпоративные представительства в Интернете.
16. Влияние законодательной базы на развитие ЭК в России.

Таблица 5

## 5.4.3. Задания для самостоятельного выполнения

| № п\п   | Разделы дисциплины  | Количество часов | Задания  | Литература             | Форма отчетности и контроля                                  |
|---|---|------------------|--|------------------------|--|
| <b>Модуль 1. Предмет и инструментарий электронной коммерции</b> |   |                  |  |                        |  |
| 1.1   | Электронная коммерция и её место в современной экономике  | 6                | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (1,2)   | 3,4,5,7,8,11,14,16     | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| 1.2   | Коммерческий цикл в электронной коммерции                 | 4                | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (3,4)   | 3,4,5,6,7,8,9,15,19    | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| 1.3   | Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции | 6                | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (5,6)   | 1,2,7,8,9,10,12,16     | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| 1.4   | Сектора ЭК (B2C, B2B, C2C)                                | 4                | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (7,8)<br>4. Подготовиться к промежуточной аттестации. | 1,7,8,9,11,17,18,19,20 | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |

| <b>Модуль 2. Системы электронной коммерции</b> |  |   |   |                             |  |
|--|--|---|---|-----------------------------|--|
| <b>2.1</b>                                     | Макро-технология создания и внедрения приложений ЭК            | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (9,10)   | 4,9,10,13,15, 19            | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| <b>2.2</b>                                     | Системы ЭК. ERP-система  | 6 | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (11,12)  | 1,2,6,7,11,13,14            | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| <b>2.3</b>                                     | Понятие и структура САЙТПРОМОУТИНГА                            | 4 | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (13,14)  | 1,2,6,9,10,12,14            | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |
| <b>2.4</b>                                     | Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России | 6 | 1. Изучение литературы и лекционного материала.<br>2. Подготовка к практическим занятиям.<br>3. Подготовка рефератов (15,16)<br>4. Подготовиться к итоговой и промежуточной аттестации. | 1,2,6,10,11,12,15,17,18, 20 | Отчет по практической работе.<br>Реферат в форме презентации |

### **6.Образовательные технологии**

Учебная работа подразделяется на следующие виды: занятия в аудитории и самостоятельную работу студентов.

В аудитории проводятся лекции и лабораторные занятия. Лекционные занятия освещают концептуальные и теоретические вопросы. На них обучаемым предлагается базовый материал курса. Лекционные занятия проводятся с применением мульти-медийных средств. Практические занятия проводятся с целью закрепления лекционного материала с помощью показа и разбора конкретных примеров, обсуждения проблемных вопросов, а также освоения конкретных языков и систем, а также получения навыков решения задач с использованием изученных систем. На лабораторных занятиях студенты должны научиться владеть навыками работы в Интернете на электронных торговых площадках; методами использования инструментальных программных средств разработки и сопровождения системы электронной коммерции

Самостоятельная работа выполняется студентами по предлагаемым темам, в том числе выбранным для самостоятельного изучения. Некоторые из них докладываются на семинарах с последующим обсуждением студентами.

## **7. Оценочные средства контроля текущей успеваемости и промежуточной аттестации студентов**

### **7.1. Модуль I**

Тест 1.

#### **1. Коммерция – это:**

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

#### **2. Электронная коммерция – это:**

- а) установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а также обмен коммерческой информацией;
- б) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;
- в) совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы;
- г) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

**3. Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется**

- а) внедрение электронной цифровой подписи;
- б) установка антивирусных программ;
- в) инструктаж пользователей;
- г) кодирование данных.

**4. Интернет представляет собой**

- а) внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети;
- б) совокупность соединенных между собой информационных серверов – компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации;
- в) программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы.

**5. Электронный бизнес – это**

- а) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей;
- б) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;
- в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.

**6. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:**

- а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение;
- б) товары, услуги, информация;
- в) финансовые институты, бизнес-организации.

**7. К функциям электронной коммерции относится**

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

**8. Участниками систем электронной коммерции являются**

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

**9. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие**

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

**10. Что такое HTML?**

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

**11. Он-лайнный каталог – это**

- а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;
- б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;
- в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;
- г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

**12. Форма электронной коммерции С2С – это взаимодействие**

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

**13. Форма электронной коммерции С2В – это взаимодействие**

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

**14. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается.**

- а) открытым ключом;
- б) закрытым ключом;
- в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.
- г) открытым и закрытым ключом.

**15. Системы криптозащиты предназначены для**

- а) ограничения доступа в сеть компании;
- б) обеспечения секретности данных;

- в) гарантии подлинности авторства информации;
- г) обмена пакетами данных.

**16. Блок информации, содержащий серийный номер и её достоинство-это**

- а) электронная банкнота
- б) смарт карта
- в) денежная купюра

**17. Карточка снабжённая ёмким и многоцелевым микропроцессором(чипом) это**

- а) электронная банкнота
- б) смарт карта
- в) денежная купюра

**18. В случае, если у компании очень высокая покупательная способность, она создаёт**

- а) buy- сайт
- б) электронную торговую площадку
- в) электронный маркетинг

**19. Компании, не производящие большого ассортимента товаров, но обладающие достаточно высокой покупательной способностью обычно создают**

- а) buy- сайт
- б) электронную торговую площадку
- в) электронный маркетинг

**20. Сайты, предоставляющие информацию и имеющие общие черты со специализированными журналами или энциклопедиями**

- а) визитка
- б) информационный сайт
- в) портал

**21 Сайт, обеспечивающий объединение информационного пополнения и доставку важной для данной аудитории информации, работу или услуги**

- а) визитка
- б) информационный сайт
- в) портал

**22. Электронный аналог бумажных денег**

- а) банковские карты
- б) электронные чеки
- в) цифровые деньги

**23. Эти типы электронных площадок создаются одной или несколькими крупными компаниями для привлечения множества компаний-поставщиков в целях оптимизации процесса закупок, расширения торговых контактов и сети поставок**

- а) Площадки, управляемые покупателями
- б) Площадки, управляемые продавцами
- в) Площадки, управляемые третьей стороной

**24. Эти типы электронных площадок создаются крупными продавцами, которые играют активную роль менеджеров торговых площадок**

- а) Площадки, управляемые покупателями
- б) Площадки, управляемые продавцами
- в) Площадки, управляемые третьей стороной

**25. Эти типы электронных площадок призваны свести вместе покупателей и продавцов**

- а) Площадки, управляемые покупателями
- б) Площадки, управляемые продавцами
- в) Площадки, управляемые третьей стороной

## **7.2. Модуль II**

### **Тест 2.**

**1. Интернет-аукционы могут быть примером модели**

- а) B2C;
- б) B2B;
- в) C2C;
- г) C2B.

**2. Торговые площадки могут быть примером модели**

- а) B2C;
- б) B2B;
- в) C2C;
- г) C2B.

**3. Маркетинг в сети Интернет – это**

- а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
- б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет;
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

**4. Изучение конкурентов позволяет**

- а) определить сегмент рынка;
- б) оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов;
- в) изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны;

**5. Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть**

- а) платным;

- б) бесплатным;
- в) и тем, и другим.

**6. При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать.**

- а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;
- б) прогноз объема продаж вашей фирмы;
- в) место размещения (раздел, страницу);
- г) ценовую модель.

**7. Дискуссионные листы и конференции – это**

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

**8. Интернет-банкинг является**

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

**9. Электронное оформление страховых полисов называется**

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

**10. К рискам электронной коммерции относится:**

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

**11. Какой год принято считать официальной датой рождения Интернета?**

- а) 1983;
- б) 1990;
- в) 1977;
- г) 2001.

**12. Как влияет электронная коммерция на рынок труда:**

- а) меняет задачи и функции работников, производящих и доставляющих товары и услуги до потребителя;

- б) не имеет никакого влияния на рынок труда;
- в) способна заметно снизить уровень безработицы.

**13. Какой нормативный документ является основным при создании правовой базы электронной торговли?**

- а) Руководство к организации электронной торговле
- б) Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле
- в) Конвенция ООН о международной торговле
- д) Приказ «Об утверждении международных норм электронной торговли»

**14. Что такое электронные деньги?**

**Выберите один ответ:**

- а) Денежные обязательства кредитной организации, составленные в электронной форме и заменяющие в процессе их обращения требования юридических и физических лиц по оплате товаров и услуг
- б) Денежные электронные единицы банковской организации
- с) Записи о реальных деньгах
- д) Электронные платежные системы

**15. Что из перечисленного нельзя отнести к платежным элементам удаленного доступа?**

- а) Системы банковских услуг, предоставляемые через домашний компьютер
- б) Переводы денежных средств
- в) Дебетовые карты
- г) Кредитные карты

**16. В платежной системе Web Maney предусмотрена схема расчетов с использованием ...**

- а) электронных денег (WM)
- б) электронных чеков
- в) пластиковых карт

**17. Интерактивные виды развлечений- это**

- а) Информационные и развлекательные продукты
- б) Символы, концепции, жетоны
- в) Процессы и услуги

**18. Какие особые качества присущи цифровым продуктам:**

- а) неразрушимость
- б) изменяемость
- в) воспроизводимость
- г) все вышеперечисленные

**19. Какая из стратегий позволяет назначать более низкую цену на новый товар для завоевания доли рынка**

- а) ценообразование проникновения
- б) ценообразование по методу «снятия сливок»
- в) ценообразование продвижения

**20. Какая из стратегий предполагает продажу новых товаров по высоким ценам в целях привлечения наиболее новаторской части пользователей**

- а) ценообразование проникновения
- б) ценообразование по методу «снятия сливок»
- в) ценообразование продвижения

**21. Какая из стратегий направлена на стимулирование первой покупки, стимулирование повторных покупок или покупок во время распродаж**

- а) ценообразование проникновения
- б) ценообразование по методу «снятия сливок»
- в) ценообразование продвижения

**22. Какой из каналов предполагает продажу товара производителем непосредственно потребителю, минуя всяких посредников**

- а) прямой
- б) косвенный
- в) смешанный

### **7.3. Методика балльно-рейтингового оценивания успеваемости студентов по дисциплине**

Контроль и оценка учебных достижений студентов по дисциплине «Организация электронной коммерции» проводится в балльно-рейтинговой системе с использованием кредитно-зачетных единиц. Итоговые баллы по результатам изучения дисциплинарных модулей и всего курса основывается на интегральной оценке всех видов учебной (аудиторной, внеаудиторной, самостоятельной). Балльно-рейтинговая система оценки учебной работы студентов по дисциплине «Организация электронной коммерции» опирается на следующие принципы:

- модульность, предполагающая формирование содержания образования в виде модулей;
- мониторинг, означающий непрерывный контроль текущей, аудиторной и самостоятельной работы студентов;
- рейтингование педагогических достижений студентов по завершению изучения каждого модуля;

- систематичность контроля;
- гласность для всех участников образовательного процесса результатов оценки учебной деятельности студентов;
- кумулятивность (накопительность) оценок при выполнении различных видов учебной деятельности, предусмотренных образовательной программой дисциплины.

Для решения задач дисциплины все участники образовательного процесса должны быть ознакомлены с порядком и правилами использования балльно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Для реализации идей балльно-рейтинговой системы оценки учебных достижений студентов содержание образовательной программы разбито на 3 дисциплинарных модуля. В каждом дисциплинарном модуле предусмотрено проведение лекционных и лабораторных занятий, самостоятельное выполнение заданий, написание рефератов и выступление с докладами. Изучение дисциплинарного модуля завершается итоговым контролем. В конце изучения курса (всех дисциплинарных модулей) по желанию студентов проводится итоговое тестирование.

Балльно-рейтинговая система оценки является составной частью организации учебного процесса с использованием зачетных единиц. Рейтинговая оценка по учебному модулю складывается из количества баллов, набранных студентом за текущую, самостоятельную, учебную работу и баллов, полученных при промежуточном контроле по итогам изучения данного модуля.

Текущий контроль по курсу «Электронное образование» включает:

- *лекционные занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за конспектирование лекции или ее самостоятельное составление – 1 балл (максимальное количество баллов – 9 занятий × 2 балла = 18 баллов);

- *практические занятия (2 часа)*: неявка на занятия – 0; посещение занятий – 1 балл; за работу на занятиях или самостоятельную работу – 1 балла (максимальное количество баллов – 16 занятий × 2 балла = 32 баллов).

Максимальное количество баллов по результатам текущей работы и промежуточного контроля по дисциплинарному модулю (без учета бонусов) – 100 баллов (текущая работа – 50 баллов, промежуточный контроль (защита лабораторных работ) – 50 баллов). Промежуточный контроль представляет собой выполнение тестовых заданий.

Дополнительные баллы (бонусы):

- инициативное решение учебных задач на занятиях – 1 балл;
- оригинальное решение задачи – 2 балла;
- решение большего количества задач, чем предусмотрено в модуле – 4 балла;
- доклад на семинарском или практическом занятии – 2 балла.

Дополнительные баллы по результатам участия студентов в научно-исследовательской работе по дисциплине:

- реферат – 1 балл;
- научный доклад – 2 балла;
- публикация в печати – 4 балла;
- участие в работе научного кружка – 4 балла.
- доклады на научно-практической конференции:
  - институтской – 2 балла;
  - университетской – 3 балла;
  - республиканской – 4 балла;
  - Российской – 5 баллов;
  - международной – 6 баллов.
- участие в олимпиаде:
  - институтской – 1 балл;
  - университетской – 2 балла;
  - республиканской – 4 балла;
  - Российской – 6 баллов;
  - международной – 8 баллов.
- получение патента, свидетельства на охрану интеллектуальной собственности – 20 баллов.

Минимальное количество баллов, необходимое для получения положительной оценки по данной дисциплине определено – 51 баллов.

После завершения изучения дисциплинарного модуля студенту предоставляется одна неделя для добора баллов.

Экзамены и зачеты как отдельные виды учебной нагрузки не предусматриваются, но проводятся как одна из форм добора баллов.

Шкала диапазонов итоговой оценки определяется в соответствии с таблицей 9.

**Таблица 9**  
**Шкала диапазонов итоговой оценки**

| БРС      | Итоговая оценка   |
|----------|-------------------|
| 85 – 100 | 5 (Отлично)       |
| 65 – 84  | 4 (Хорошо)        |
| 51 – 64  | 3 (удовлетворит.) |
| 0 – 50   | 2 (Неудовлет.)    |
| 51 – 100 | Зачет*            |

## **8. Информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Основная литература**

1. Кобелев О. А. Электронная коммерция: учебное пособие / Под ред. проф. С. В. Пирогова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИТК «Дашков и К», 2013. – 684 с.
2. Кочерин Д. А. Электронные деньги: организация эмиссии, проведение платежей, регулирование оборота. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. – 360 с.:ил.
3. Парфёнов А. В., Гарнов И. Б. Электронная коммерция: учебное пособие. – СПб.: Изд-во «Новый век», 2014. – 130 с.
4. Сибирская Е. В., Старцева О. А. Электронная коммерция: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2008. – 288 с.
5. Смирнов С.Н. Электронный бизнес. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2013. – 240 с.
6. Соколова А.Н. Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. – М.: Открытые системы, 2000. – 224 с.
7. Успенский И.В. Энциклопедия Интернет-бизнеса. – СПб.: Питер, 2010. – 432 с.
8. Фомичева Л. П. Интернет-магазин: правовые основы, особенности учета и налогообложения.– М.: Вершина, 2008. – 176 с.
9. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
- 10.Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или революция. – М.: Вильямс, 2011. – 320 с.
- 11.Электронная коммерция: учебное пособие/Под ред. Пирогова С.В. – М.: Издательский дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2009. – 428 с.
12. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции: учебник для вузов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2008. – 480с., ил.

### **б) Дополнительная литература**

- 13.Балабанов И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
- 14.Илайес Э. Электронная коммерция. Практическое руководство. – Перевод с англ. Илайес Э. – СПб.: «ДиаСофт ЮП», 2002. – 608 с.
- 15.Козье Д. Электронная коммерция. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.
- 16.Мэт Хэйг Основы электронного бизнеса. – Перевод с англ. С. Косихина – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.
- 17.Пярин В.А., Кузьмин А.С., Смирнов С.Н. Безопасность электронного бизнеса / Под ред. действительного члена РАЕН д.т.н., проф. Минаева В.А. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 432 с.

### **в) Интернет-ресурсы**

- 18.Consultant.ru- база нормативно – правовых актов в сфере электронного бизнеса в России

19.info-kibersant.ru>biznes-proekt-v-internete.html - Бизнес проекты в интернете

20.Zakupki.gov.ru-официальный сайт ГОСЗАКУПОК

## **9. Учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **9.1. Учебно - методическое обеспечение дисциплины**

**компьютерные программы:** для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

- программное обеспечение системы Windows, приложения Microsoft Office (Word, Excel, Power Point; Access)  
Web Page Maker; Turbo Site, Веб-браузеры.

### **9.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств. Лекционная учебная аудитория должна иметь следующее оборудование:

- Компьютер, медиа-проектор, экран.
- Программное обеспечение для демонстрации слайд-презентаций.

Лабораторные занятия по дисциплине проводятся в специально оборудованном информационном классе.

К каждой практической работе имеются методические указания и рекомендации. Студенту дается задание, о выполнении которого он должен отчитаться перед преподавателем в конце занятия.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины** При реализации программы дисциплины «Организация электронной коммерции» используются различные образовательные технологии – аудиторные занятия включают лекции и лабораторные занятия. Для контроля усвоения студентом данного курса используются контрольные работы и домашние задания. Самостоятельная работа студентов предполагает проработку лекционного и учебно-методического материала, включая рекомендуемую литературы для подготовки контрольным работам, а также выполнение домашних заданий.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и усвоения дисциплины предполагают промежуточный контроль при подготовке к лабораторным работам по контрольным вопросам, контроль в виде самостоятельных работ при выполнении домашних заданий.

При изучении лекционного курса следует вести подробный конспект лекций, позволяющий самостоятельно проследить логику изложения учебного материала. Следует аккуратно вычерчивать графики, рисунки, схемы и таблицы, что способствует зрительному восприятию и более полному запоминанию материала. При непонимании учебного материала нужно пытаться правильно сформулировать вопросы к лектору и не стесняться задавать их. Наиболее глубокие знания будут получены студентом только тогда, когда им усвоена структура учебной дисциплины, своевременно и полно понята суть проблемы и пути её решения.

На практических занятиях нужно внимательно ознакомиться с теоретической частью работы. Особое внимание следует уделить систематизации материала для формулировки вывода по результатам выполненных заданий, который способствует формированию базовых понятий изучаемой дисциплины.

Самостоятельная работа студента должна начинаться с изучения конспекта, соответствующих разделов рекомендуемой литературы и теоретической части практических работ.

#### **Методические указания к практическим занятиям:**

Правила выполнения практических работ и оформления отчетов

**1. Перед выполнением** практической работы *внимательно* ознакомьтесь с *полным текстом задания*. Если возникли вопросы по тексту задания, уточните их у преподавателя.

**2.** Если практическое задание подразумевает ответы на вопросы, то **текст ответа необходимо сформулировать самостоятельно**. *Не допускается* использование в качестве ответа только цитат с веб-сайтов или других источников.

**3. Оформление цитат:** В случае прямого цитирования коротких фраз необходимо выделять текст кавычками и в скобках указывать источник (т.е. откуда взята цитата). Источник цитаты указывается в виде цифры, заключенной в квадратные скобки; данная цифра ссылается на запись в перечне источников. Перечень источников, используемых в отчете, приводится в конце отчета и оформляется как список литературы. Если цитата приводится из статьи или книги, то описание источника оформляется по ГОСТу, если цитата взята с сайта, то указывается полный адрес веб-страницы и дата просмотра этой страницы.

**4.** Некоторые из практических работ имеют заранее определенный шаблон отчета. В этом случае студенту **необходимо заполнить файл-шаблон отчета**, который выдается преподавателем одновременно с выдачей текста задания практической работы.

**5. Имя файла** отчета должно начинаться с фамилии студента (или студентов, если работа выполнялась совместно) и имеет следующую структуру:

<Фамилия> - <номер работы>ЭК.<расширение файла>

*Примеры:*

Магомедов – 1ЭК.doc

Алиев, Магомедов – 4ЭК.ppt

В случае выполнения работ группами последовательность фамилий в названиях отчётов желательно сохранять неизменной.

**6.** При оформлении **отчета** необходимо использовать следующий **шрифт**: Times New Roman, обычный, размер 12, межстрочный интервал - одинарный.

**7. Каждый отчёт (кроме презентации) должен начинаться со следующей шапки внутри**

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Группа</b>              |  |
| <b>ФИО студентов</b>       |  |
| <b>Выполненный вариант</b> |  |
| <b>Дата первой сдачи</b>   |  |

В случае внесения исправлений по требованию преподавателя после первой сдачи:

| <b>№ п\п</b> | <b>Дата сдачи исправленной версии</b> | <b>Краткое описание выполненных исправлений</b> |
|--------------|---------------------------------------|---|
| 1            |                                       |   |
| 2            |                                       |   |
| ...          |                                       |   |

## **Специальные условия для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 6 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких студентов, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей

(устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

## **АННОТАЦИЯ**

### **рабочей программы дисциплины**

Дисциплина «**Организация электронной коммерции**» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 44.03.04 Профессиональное обучение и изучается по выбору студента.

Дисциплина реализуется на инженерно-педагогическом институте кафедрой Информационные технологии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с принципами, методами и современными технологиями электронной коммерции и получения практических навыков разработки приложений электронной коммерции.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-26, ПК-32, ПК-34.

В рабочей программе дисциплины предусмотрено проведение:

- учебных занятий в виде лекций, практических занятий, самостоятельной работы;
- текущий и промежуточный контроль успеваемости в форме устных опросов, докладов и тестирования.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в академических часах 72

Трудоемкость видов учебной работы приведена в таблице.

*Таблица.*

### **Виды учебной работы и их трудоемкость**

| <b>Форма обучения</b> | <b>Се-<br/>местр</b> | <b>Трудоем-<br/>кость</b> | <b>Лекции<br/>(час)</b> | <b>Практиче-<br/>ские заня-<br/>тия<br/>(час)</b> | <b>Промежуточ-<br/>ный контроль<br/>(час)</b> | <b>Самостоятель-<br/>ная работа<br/>(час)</b> | <b>Итоговая<br/>аттеста-<br/>ция</b> |
|-----------------------|----------------------|---------------------------|-------------------------|---|---|---|--------------------------------------|
| Очная                 | 1                    | 72                        | 12                      | 20  |   | 40  | Зачет                                |
| Заочная               | 4                    | 72                        | 2                       | 4   | 3   | 63  | Зачет                                |