

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 14 »

2015 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Направление подготовки 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Профиль / программа подготовки КОММЕРЦИЯ

Уровень высшего образования БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения ОЧНАЯ

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточно- го контроля (экз./зачет)
7	3; 108	18	18		72	Зачет
Итого	3; 108	18	18		72	Зачет

Владимир 2015

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях и основных направлениях данного вида бизнеса, изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг, раскрытие взаимосвязи всех понятий и внутренней логики организации информационной деятельности.

Главной задачей данного курса является получение студентами необходимых теоретических знаний и усвоение практических навыков использования элементов информационных технологий в рамках организации информационной деятельности. Изучение данного курса позволит получить общее представление о мировом рынке информационных услуг, узнать, как на практике получить доступ к его информационным ресурсам, познакомиться с примерами работы с информационными системами.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Электронная коммерция» является дисциплиной вариативной части (дисциплина по выбору) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Процесс изучения дисциплины «Электронная коммерция» направлен на формирование у студентов навыков осуществления производственно-технологической деятельности в торговых предприятиях.

Дисциплина «Электронная коммерция» изучается на базе курсов «Информатика» и «Базы данных» во взаимосвязи с дисциплинами: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Стандартизация метрология, подтверждение соответствия» создающими предметную основу для указанной дисциплины. Знания, полученные в рамках данного курса будут использоваться в изучении дисциплины «Информационные технологии в коммерческой деятельности» и в профессиональной деятельности специалиста. Место курса в системе социогуманитарного образования определяется как связующий элемент общегуманитарных и социально-экономических дисциплин с математическими и естественнонаучными дисциплинами.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
- В результате изучения дисциплины обучающийся должен (ОПК-1)

знать:

- понятие и сущность электронной коммерции (ОПК-1)
- структуру рынка электронной коммерции (ОПК-1)
- преимущества использования электронной коммерции (ОПК-1)
- основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B (ОПК-1)

уметь:

- определять услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками (ОПК-1)

- определять основные элементы системы управления закупками (ОПК-1)
  - определять основные элементы систем управления продажами (ОПК-1)
- владеть:
- навыками использования современных информационных технологий в решении задач коммерции на электронном рынке (ОПК-1)
  - навыками использования экспертно-аналитических операций по анализу различных сегментов электронного рынка, принимать решения по направлениям электронной коммерции (ОПК-1)

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в 7 семестре составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1.	Понятие и сущность электронной коммерции	7	1-2	2	2			4		2/50%	
2.	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	7	3-4	2	2			4		2/50%	
3.	Виртуальные представительства и предприятия	7	5-6	2	2			4		2/50%	Рейтинг-контроль <sup>1</sup>
4.	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)	7	7-8	2	2			4		2/50%	
5.	Построение системы интернет-торговли	7	9-10	2	2			4		2/50%	
6.	Услуги в Интернете	7	11-12	2	2			4		2/50%	Рейтинг-контроль <sup>2</sup>
7.	Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)	7	13-14	2	2			4		2/50%	
8.	Мошенничество в Интернете	7	15-16	2	2			4		2/50%	
9.	Перспективы электронной коммерции	7	17-18	2	2			4		2/50%	Рейтинг-контроль <sup>3</sup>
	Зачет	7									
Всего				18	18			72		18/50%	Зачет

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Лекционный курс

#### **Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции**

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

#### **Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)**

Торгово-закупочные B2B системы: Основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B. Система управления закупками (e-procurement). Система полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система). Система управления продажами (e-distribution). Система полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система). Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace), электронные биржи. Понятие отраслевой электронной торговой площадки. Услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками. Структура отраслевой торговой площадки.

#### **Тема 3. Виртуальные представительства и предприятия**

Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия: MRP – Планирование материальных ресурсов. MRP II – планирование производственных ресурсов. ERP – планирование ресурсов предприятия. CSRP – планирование ресурсов, синхронизированное с потребителем. Корпоративные представительства в Интернете: Сайт-визитка. Сайт-буклет или презентационный сайт компании. Сайт-витрина (интернет-витрина, веб-витрина). Сайт интернет-магазина Внешний коммуникативный канал. Внутренняя рабочая среда. Корпоративный информационный портал. Виртуальные предприятия: Виртуальный рынок (рынок товаров и услуг, существующий на основе коммуникационных и информационных возможностей глобальных сетей). Виртуальную реальность. Виртуальные (сетевые) организационные формы.

#### **Тема 4. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)**

Торговые ряды. Интернет-витрины (веб-витрины). Интернет-магазины: понятие и функции интернет-магазина; технология приобретения товаров в интернет-магазине; виды доставки товаров интернет-магазинами.

#### **Тема 5. Построение системы интернет-торговли**

Основные этапы создания системы интернет-торговли. Открытие страницы в торговом ряду. Аренда интернет-магазина. Покупка готового интернет-магазина. Разработка интернет-магазина сторонней организацией. Создание интернет-магазина собственными силами предприятия. Управление интернет-магазином.

#### **Тема 6. Услуги в Интернете**

Туристические компании в Интернете. Интернет-страхование. Интернет-трейдинг: Основные понятия и история возникновения.

#### **Тема 7. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)**

Понятие электронного правительства (E-Government). Задачи построения электронного правительства. Структура электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки. Основные понятия электронных систем государственных закупок. Преимущества использования электронных систем государственных закупок. Организация конкурсных торгов по закупкам для государственных нужд. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок. Защита информации в системе конкурсных торгов. Концепция географической информационной системы.

#### **Тема 8. Мошенничество в Интернете**

Накрутка. Понятие киберпреступности. Виды компьютерных преступлений.

### **Тема 9. Перспективы электронной коммерции**

Технологии электронной коммерции ближайшего будущего. ГИС-технологии, как основа построения электронного общества. Автоматизация розничной торговли на основе технологии RFID.

#### **Практические занятия**

##### **Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции**

Правовое обеспечение электронной коммерции. Этика электронной коммерции. Ведение переписки по электронной почте. Форумы. Чаты. Конфиденциальность личной информации пользователей.

##### **Тема 2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)**

Преимущества использования вертикальной торговой площадки. Электронные рынки или многоотраслевые (горизонтальные) торговые площадки (e-market)

##### **Тема 3. Виртуальные представительства и предприятия**

Интернет-инкубаторы. Мобильная коммерция

##### **Тема 4. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)**

Использование систем класса Peer-to-Peer

##### **Тема 5. Построение системы интернет-торговли**

Качество обслуживания в интернет-магазине.

##### **Тема 6. Услуги в Интернете**

Мировой валютный рынок FOREX

##### **Тема 7. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)**

Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.

##### **Тема 8. Мошенничество в Интернете**

Способы защиты от киберпреступности

##### **Тема 9. Перспективы электронной коммерции**

Основные направления развития систем электронной коммерции.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

*Лекционный материал* должен иметь проблемный характер и отражать профиль подготовки слушателей. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде.

*Практические занятия* проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

### **Рейтинг-контроль № 1**

1. Интернет – это \_\_\_\_\_

2. Порталы относятся к:
  - a. поисковым системам,
  - b. интерактивным магазинам,
  - c. каталогам
  - d. серверам присутствия в Internet
  - e. информационным серверам
  - f. иницирующим серверам.

3 Web-сервер, обеспечивающий продажи посредством Internet с использованием электронного каталога или другого вида представления продукции

- a. поисковые системы,
- b. интерактивные магазины,
- c. каталоги
- d. серверы присутствия в Internet
- e. информационные серверы
- f. иницирующие серверы .

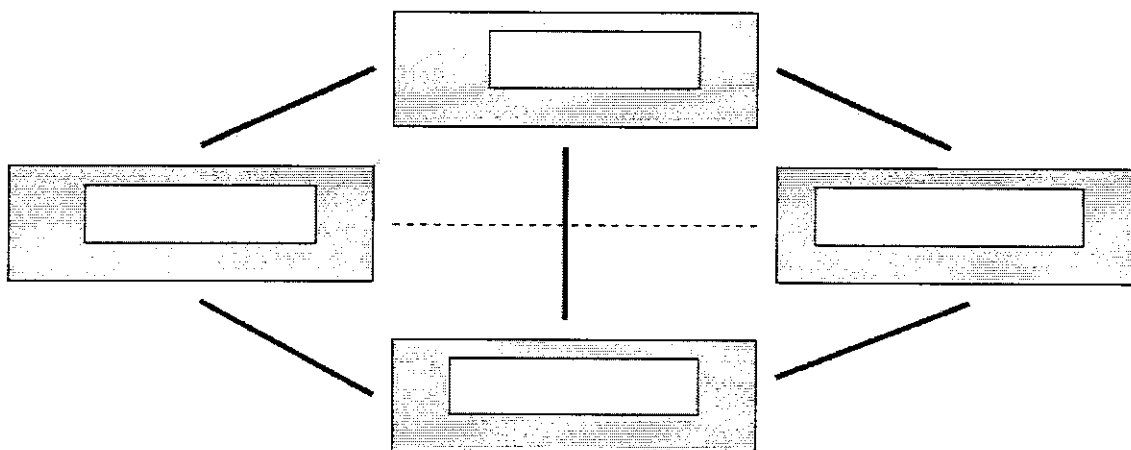
4. Электронная коммерция - это \_\_\_\_\_

5 Электронный бизнес – это \_\_\_\_\_

6. Сфера электронной коммерции:

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_
- d. \_\_\_\_\_
- e. \_\_\_\_\_
- f. \_\_\_\_\_
- g. \_\_\_\_\_
- h. \_\_\_\_\_

7. Категории электронной коммерции:



8. Электронная розничная торговля – это система:

- a. B2B
- b. B2C
- c. B2G
- d. C2G

9. Все сделки, заключаемые между компаниями и правительственными организациями, входят в категорию

- a. B2B

- b. B2C
- c. B2G
- d. C2G

10. Перечислите основных участников процесса электронной коммерции: \_\_\_\_\_

11. Электронная коммерция позволяет поставщикам и заказчикам в равной мере использовать новые выгодные возможности. Представьте эти преимущества в форме таблицы.

Таблица - Возможности и преимущества

Возможности поставщиков	Возможности заказчиков
-------------------------	------------------------

12. Перечислите проблемы, мешающие полной реализации потенциала электронной коммерции: \_\_\_\_\_

13. Сектор электронного рынка B2B относится к категории:

- a. Бизнес – бизнес;
- b. Бизнес – потребитель;
- c. Потребитель – администрация;
- d. Бизнес – администрация.

14. Сравните цены и способы покупки систем B2B и B2C:

Показатель	B2B	B2C
------------	-----	-----

15. Выберите правильное утверждение:

- a. по своему объему и значению сектор B2C намного превосходит B2B;
- b. по своему объему и значению сектор B2B намного превосходит B2C;
- c. по своему объему и значению сектор B2B примерно равен B2C.

16. Если продукты компании используются в различных отраслях, то их продают:

- a. на вертикальном рынке B2B;
- b. на горизонтальном рынке B2B.

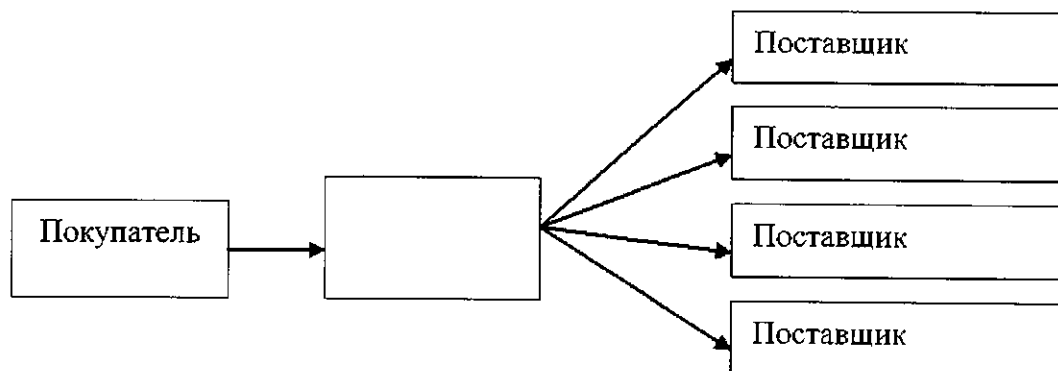
17. Если продукты компании очень специализированы и их использование ограничено конкретной отраслью, то они продаются:

- a. на вертикальном рынке B2B;
- b. на горизонтальном рынке B2B.

18. Тип закрытого рынка B2B, использующий динамичную модель ценообразования:

- a. интернет-магазин;
- b. интернет-витрина;
- c. электронный форум;
- d. телеконференция.

19. Схема закрытого электронного рынка B2B действует:



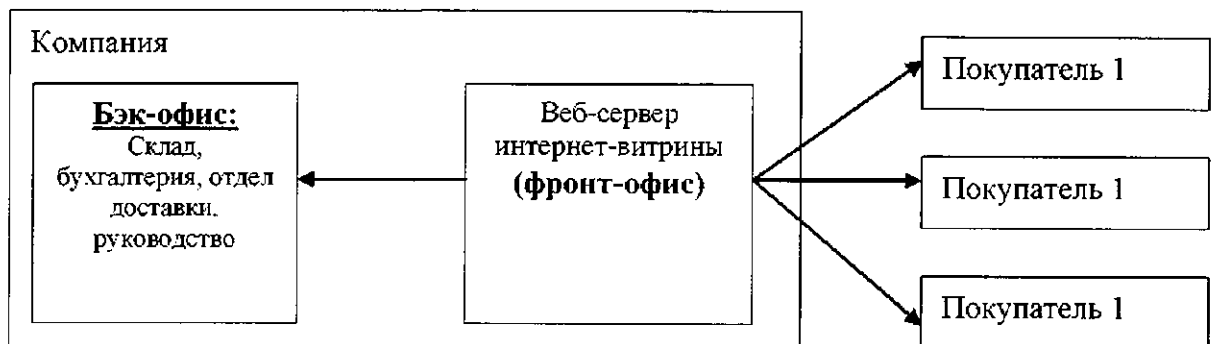
- a. по динамичной модели
- b. по статичной модели

20. Типы электронных рынков B2B

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_
- d. \_\_\_\_\_

**Рейтинг-контроль № 2**

1. Модель открытого рынка B2B при динамичном ценообразовании:
  - a. мелкий электронный магазин;
  - b. электронные закупки;
  - c. электронная сеть снабжения;
  - d. модель электронной биржи.
2. Модель открытого рынка B2B при фиксированном ценообразовании:
  - a. мелкий электронный магазин;
  - b. электронные закупки;
  - c. электронная сеть снабжения;
  - d. модель электронной биржи.
3. Модель закрытого рынка B2B при динамичном ценообразовании:
  - a. мелкий электронный магазин;
  - b. электронные закупки;
  - c. электронная сеть снабжения;
  - d. модель электронной биржи.
4. Модель закрытого рынка B2B при статичном ценообразовании:
  - a. мелкий электронный магазин;
  - b. электронные закупки;
  - c. электронная сеть снабжения;
  - d. модель электронной биржи.
5. Сектор электронного рынка B2C относится к категории:
  - a. Бизнес – бизнес;
  - b. Бизнес – потребитель;
  - c. Потребитель – администрация;
  - d. Бизнес – администрация.
6. Процесс обработки транзакций, представленный на рисунке, осуществляется в:
  - a. Интернет-магазине;
  - b. Интернет-витрине.



7. Интернет-витрина, расположенная на веб-сервере и снабженная виртуальной потребительской корзиной – это:



- a. бэк-офис;
  - b. фронт-офис;
  - c. профайлинг;
  - d. сайтпромоушн.
8. Систематический сбор и анализ статистической информации о покупателях – это:
- a. промоушн;
  - b. дистрибуция;
  - c. профайлинг;
  - d. мониторинг.

9. Минимум программно-аппаратных компонентов, необходимых для функционирования интернет-магазина, включает:

- a. веб-сервер;
- b. потребительский спрос;
- c. сервер приложений;
- d. СУБД-сервер;
- e. потребительская корзина;
- f. антивирусная программа.

10. Опишите достоинства и недостатки различных систем ведения розничной электронной торговли в виде таблицы

Модель	Достоинства	Недостатки
Электронный торговый ряд		
Интернет-витрина		
Интернет-магазин, не имеющий собственных складов и работающий по договорам с поставщиками		
Интернет-магазин, имеющий собственные складские запасы		

11. Первый интерактивный элемент интерфейса, с которым сталкивается пользователь, отражает товарный ассортимент интернет-магазина:

- a. прейскурант цен;
- b. каталог товаров;
- c. исторические справки;
- d. руководство магазина.

12. Выберите этапы покупки товара в интернет-магазине:

- a. мотивация покупателя;
- b. выбор товара;
- c. баннерная реклама;
- d. оформление заказа.

13. Тип корзины, которая используется для автоматизации снабжения крупных географически распределенных предприятий:

- a. корпоративная;
- b. стандартная;
- c. типовая;
- d. основная;
- e. вспомогательная.

14. Расположите в правильной последовательности обработки заказа:

- a. оформление документов на доставку товара;
- b. регистрация товара на складе;

- c. оплата.
- 15. Перечислите способы оплаты товаров в интернет-магазинах: \_\_\_\_\_
- 16. Предоставление услуг специализированного посредника - это:
  - a. аутсорсинг;
  - b. профайлинг;
  - c. лизинг;
  - d. хостинг.
- 17. Аренда дискового пространства у провайдера - это:
  - a. аутсорсинг;
  - b. профайлинг;
  - c. контент;
  - d. хостинг.
- 18. Перечислите варианты организации систем интернет-торговли: \_\_\_\_\_
- 19. Содержание веб-страниц не связано автоматически с базой данных товаров в веб-сайте:
  - a. динамическом;
  - b. статическом;
  - c. статистическом;
  - d. прогрессирующем.
- 20. Информационное наполнение сайта - это:
  - a. аутсорсинг;
  - b. профайлинг;
  - c. контент;
  - d. хостинг.

### **Рейтинг-контроль № 3**

- 1. Секторы электронного рынка B2G относятся к категории:
  - a. Бизнес – бизнес;
  - b. Бизнес – потребитель;
  - c. Потребитель – администрация;
  - d. Бизнес – администрация.
- 2. Секторы электронного рынка C2G относятся к категории:
  - a. Бизнес – бизнес;
  - b. Бизнес – потребитель;
  - c. Потребитель – администрация;
  - d. Бизнес – администрация.
- 3. Протокол, обеспечивающий безопасную оплату товаров с использованием кредитных карт:
  - a. SSL (Secure Socket Layer Protocol);
  - b. ARP (Address Resolution Protocol);
  - c. (Point-to-point protocol);
  - d. SET (Secure Electronic Transaction specification).
- 4. Очень большие числа или файлы, которые выполняют функции денежных знаков – это:
  - a. кредитная карта;
  - b. дебетовая карта;
  - c. электронные наличные;

- d. смарт - карта.
- 5. Проведение банковских операций через сеть Internet:
  - a. Интернет-трейдинг;
  - b. Интренет-реклама;
  - c. Интернет-банкинг;
  - d. Интернет-транзакция.
- 6. Системы электронных наличных, существующих сегодня в России:
  - a. CyberPlat;
  - b. PayCash;
  - c. WebMoney;
  - d. Assist.
- 7. Платежные системы с использованием кредитных карт:
  - a. CyberPlat;
  - b. PayCash;
  - c. WebMoney;
  - d. Телебанк.
- 8. Системы Internet-банкинга:
  - a. CyberPlat;
  - b. Домашний банк;
  - c. WebMoney;
  - d. Телебанк.
- 9. Состояние, при котором отсутствует возможность причинения ущерба потребностям и интересам субъектов отношений:
  - a. угроза;
  - b. безопасность;
  - c. защита;
  - d. предохранение.
- 10. Выявите соответствие типов безопасности и их понятия:

a. физическая безопасность	1. защита экономических интересов субъектов отношений
b. экономическая безопасность	2. защита информации от модификации (искажения, уничтожения) и несанкционированного использования
c. информационная безопасность	3. обеспечение защиты от посягательств на жизнь и личные интересы сотрудников

- 11. Общие принципы обеспечения безопасности:
  - a. неопределенности;
  - b. законности;
  - c. последовательности рубежей;
  - d. минимального риска;
  - e. персональной ответственности;
  - f. защиты всех от всех.
- 12. Организационные принципы создания и работы системы безопасности:
  - 1. неопределенности;
  - a. законности;
  - b. последовательности рубежей;
  - c. минимального риска;

- d. персональной ответственности;
  - e. защиты всех от всех.
13. Принципы реализации системы защиты:
- a. неопределенности;
  - b. минимального риска;
  - c. последовательности рубежей;
  - d. комплексности и индивидуальности;
  - e. персональной ответственности;
  - f. защиты всех от всех.
14. Категории информационной безопасности:
- a. доступность;
  - b. единство;
  - c. целостность;
  - d. конфиденциальность;
  - e. системность.
15. Перечислите основные угрозы информационной безопасности электронной коммерции: \_\_\_\_\_
16. Мероприятия по обеспечению безопасности считаются эффективными, если:
- a. стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается меньше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности;
  - b. стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается больше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности;
  - c. стоимость системы защиты, обеспечивающий заданный уровень безопасности, оказывается не меньше затрат по возмещению убытков, понесенных в результате нарушения безопасности.
17. К объективным факторам, влияющим на рост степени риска деятельности предприятия, относятся:
- a. производственный потенциал;
  - b. инфляция;
  - c. конкуренция;
  - d. уровень техники безопасности;
  - e. экономический кризис;
  - f. уровень производительности труда;
  - g. налогообложение;
  - h. выбор типа контракта с инвестором.
18. Перечислите вида мошенничеств в сфере электронной коммерции \_\_\_\_\_
19. Основные угрозы информационной безопасности электронной коммерции:
- a. с умышленными посягательствами на интересы субъектов электронной коммерции (компьютерные преступления и компьютерные вирусы);
  - b. неумышленными действиями обслуживающего персонала (ошибки, упущения и т. д.);
  - c. с воздействием технических факторов, способным вести к искажению и разрушению информации (сбои электроснабжения, программные сбои);
  - d. с воздействием так называемых техногенных факторов (стихийные бедствия, по-

жары, крупномасштабные аварии и т. д.).

20. Перечислите виды мошенничеств в сфере электронной коммерции

- a. связанные с использованием номеров кредитных карт;
- b. связанные с использованием копий легальных сайтов;
- c. связанные с использованием фиктивных торговых площадок;
- d. связанные с инвестициями и возможностью заработать;
- e. связанные с несовершенством платежных систем.

#### **Вопросы к зачету**

1. Инструментарий электронной коммерции
2. Основы электронной коммерции
3. Понятие и значение электронной коммерции
4. История развития электронной коммерции
5. Инструменты электронной коммерции
6. Компьютерные сети
7. Основные понятия и классификация компьютерных сетей
8. История развития сети Интернет
9. Инфраструктура сети Интернет
10. Адресация, протоколы и система доменных имен сети Интернет
11. Интернет-аудитория
12. Системы электронной коммерции
13. Система Бизнес-бизнес (B2B)
14. Система Бизнес-Потребитель (B2C)
15. Система Администрация – Бизнес (G2B)
16. Системы Потребитель – потребитель (C2C)
17. Модели бизнес-процессов
18. Платежные системы электронной коммерции
19. Цифровые наличные
20. Технологии электронных платежей
21. Расчеты через Интернет
22. Российские и международные платёжные системы
23. Реализация бизнес-моделей в электронной коммерции
24. Электронные торговые площадки.
25. Электронные магазины.
26. Интернет-аукционы.
27. Системы обеспечения государственных закупок.
28. Оценка эффективности бизнес-процессов электронной коммерции
29. Понятия эффективности и методика ее оценки.
30. Экономические, организационные и маркетинговые показатели эффективности ЭК.
31. Примеры проведения оценки эффективности бизнес-процессов электронной коммерции.
32. Мобильная коммерция
33. Понятие мобильной коммерции
34. Мобильные электронные устройства
35. Мобильная коммерция в бизнесе
36. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
37. Основы безопасности электронной коммерции

38. Информационная безопасность электронной коммерции
39. Характеристика методов обеспечения безопасности электронного бизнеса
40. Перспективы развития электронной коммерции
41. Вопросы развития электронной коммерции, их характеристика и пути разрешения проблем.
42. Правовое обеспечение электронной коммерции
43. Основные положения Федерального Закона «Об электронной торговле».

#### **Вопросы и задания для СРС**

1. Понятие и предметная область электронной коммерции.
2. Перечислите основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции.
3. В чем отличие организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности?
4. Перечислите основные изменения механизмов проведения торговой операции в связи с внедрением технологий электронной коммерции.
5. Какую информацию обычно содержит электронный сертификат ЭЦП?
6. Перечислите факторы, определяющие развитие корпоративной электронной коммерции.
7. Сформулируйте правила этикета, относящиеся к сбору личной информации о пользователях.
8. Опишите область применения технологий веб-служб.
9. Приведите сравнительную оценку собственноручной подписи, заверенной печатью, с цифровой подписью с точки зрения выполняемых ими функций.
10. Что определяет стандарт UDDI?
11. Перечислите основные правовые проблемы, возникающие при заключении договоров с использованием Интернета.
12. Укажите назначение прокси-сертификата ЭЦП.
13. Опишите участников электронной торговли и их функции согласно протоколу открытой торговли в Интернете.
14. Дайте краткую характеристику стандарта «Открытые приобретения в Интернете» (ОВИ).
15. Раскройте понятие торгово-закупочной B2B-системы.
16. Опишите основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B.
17. Раскройте понятие системы управления закупками (e-procurement).
18. Опишите работу системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система).
19. Опишите работу системы управления продажами (e-distribution).
20. Опишите работу системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система).
21. Охарактеризуйте понятия: электронный каталог, электронный аукцион, электронная торговая площадка, электронная биржа. В чем их отличия?
22. Перечислите услуги, предоставляемые электронными торговыми площадками.
23. Назовите основные различия систем MRP и MRP II.
24. Раскройте понятие ERP-система.
25. Назовите преимущества и недостатки использования ERP-систем.
26. Охарактеризуйте понятие CSRP-система.

27. Дайте определение понятия интернет-инкубатор.
28. Перечислите основные виды интернет-инкубаторов.
29. Дайте сравнительную характеристику систем мобильных взаиморасчетов.
30. Назовите основные различия систем электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) от систем электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).
31. Перечислите основные разновидности систем розничной продажи товаров в Интернете.
32. Дайте определение понятия интернет-магазин. Опишите технологию создания интернет-магазина, приобретения товаров в интернет-магазине.
33. Дайте определение понятия телеработа. Назовите факторы, влияющие на распространение технологий телеработы.
34. Раскройте понятия интернет-страхование, интернет-трейдинг.
35. Каково назначение рынка FOREX.
36. Дайте определение понятия интернет-аукцион. Перечислите его основные виды.
37. Назовите ключевые характеристики P2P-систем.
38. Дайте определение понятия «электронное правительство».
39. Сформулируйте задачи и опишите структуру электронного правительства.
40. Определите сущность понятия государственных электронных торгово-закупочных площадок.
41. Назовите преимущества использования электронных систем государственных закупок.
42. С какой целью организовываются конкурсные торги по закупкам для государственных нужд?
43. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок.
44. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.
45. Концепция географической информационной системы.
46. Мошенничество в Интернете: основные определения и отличительные черты.
47. Понятие киберпреступности.
48. Виды компьютерных преступлений.
49. Способы защиты от киберпреступности.
50. Технологии электронной коммерции ближайшего будущего. Основные направления развития.

#### **Задания для выполнения контрольной работы**

##### **Задание 1. Теоретическая часть контрольной работы**

###### **Вариант 1. Электронная коммерция**

- Понятия и определения электронной коммерции
- Структура рынка электронной коммерции
- Базовые технологии электронной коммерции
- Факторы снижения издержек при использовании электронной коммерции

###### **Вариант 2. Электронный бизнес**

- Основные понятия электронного бизнеса
- Основные модели электронного бизнеса
- Услуги электронного бизнеса

###### **Вариант 3. Электронная биржа**

- Понятие биржи
- Рынок ценных бумаг
- Электронная биржа

#### Вариант 4. Платежные системы электронного бизнеса

- Электронные платежные системы
- Участники платежной системы
- Кредитные и дебетовые платежные системы
- Развитие электронных платежных систем

#### Вариант 5. Российские платежные системы

- Платежные системы с использованием кредитных карт
- Платежные системы с использованием электронных денег
- Интернет-банкинг

#### Вариант 6. Пластиковые карты

- Основные преимущества использования пластиковых карт
- Классификация пластиковых карт
- Основные понятия систем взаиморасчетов по пластиковым картам
- Технология расчетов по пластиковым картам

#### Вариант 7. Технология электронные наличные

- Понятие электронных наличных
- Технологические основы и технические средства создания электронных денег
- Осуществление расчетов с помощью электронных денег

#### Вариант 8. Теория электронной торговли

- Покупка в электронном магазине
- Оплата покупки
- Классификация электронных магазинов

#### Вариант 9. Технологии создания виртуального магазина

- Логическая и физическая структура сайта
- Динамическая и статическая компоновка сайта
- Элементы web-страницы

#### Вариант 10. Концепция маркетинга в среде Интернет

- Интернет - маркетинг
- Маркетинговые исследования
- Эффективность рекламных компаний

#### Вариант 11. Сеть Интернет

- Понятие и появление Интернет
- Инфраструктура Интернет
- Интернет-аудитория

#### Вариант 12. Компьютерные сети

- Основные понятия и классификация компьютерных сетей
- Глобальные вычислительные сети
- Система доменных имен в сети Интернет

#### Вариант 13. Локальные вычислительные сети

- Типы и характеристика ЛВС
- Топология ЛВС



- Сетевое оборудование ЛВС

Вариант 14. Методы обеспечения безопасности

- Шифрование
- Цифровая подпись
- Сертификаты

Вариант 15. Правовое регулирование электронной коммерции

- Концепция государственного регулирования электронной коммерции в РФ
- Правовые аспекты торговли в Интернет в России
- Федеральный закон «Об электронной коммерции»
- ЮНСИТРАЛ. Типовой закон об электронной торговле

Вариант 16. Эффективность электронной коммерции

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

Вариант 17. Перспективы развития электронной коммерции

- Основные направления развития систем электронной коммерции
- Факторы развития электронной коммерции
- Перспективы развития электронных платежных систем

Задание 2. Раскрыть следующие определения (общее для всех вариантов):

- Бизнес-процесс
- Веб-сайт
- Виртуальная компания
- Всемирная паутина
- Интернет-маркетинг
- Информационная система
- Корпоративный портал.
- Поисковая машина Веб
- Протокол
- Протоколы TCP/IP
- Сервер баз данных
- Сеть
- Страница Веб
- Файл-сервер
- Цифровая подпись
- Цифровой сертификат
- Электронная коммерция
- Электронный бизнес
- Электронный магазин
- Язык HTML

Задание 3. Дать характеристику и описать основы создания Интернет-страниц в следующих программных средах (общее для всех вариантов):

- Язык разметки HTML
- Dreamwaver
- FrontPage

- MS Publisher

Задание 4. В среде создания интернет-страниц (Язык разметки HTML, Dreamwaver, FrontPage, MS Publisher) создать веб-сайт для своего варианта.

Вариант 1. Высшее учебное заведение

Вариант 2. Санаторий

Вариант 3. Рекламно-информационное агентство

Вариант 4. Туристическая компания

Вариант 5. Кадровое агентство

Вариант 6. Авиакомпания

Вариант 7. Трикотажная фабрика

Вариант 8. Фитнес-центр

Вариант 9. Салон красоты

Вариант 10. Фотостудия

Вариант 11. Солярий

Вариант 12. Продуктовый супермаркет

Вариант 13. Компьютерный сервис-центр

Вариант 14. Агентство недвижимости

Вариант 15. Страховая компания

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **а) основная литература**

1. Электронная коммерция [Электронный ресурс] / Кобелев О. А. - М.: Дашков и К, 2013. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394017384.html>

2. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] / Под ред. А.В. Юрасова. - М.: Горячая линия - Телеком, 2012. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785991201650.html>

3. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование [Электронный ресурс] / А.И. Савельев. - М.: Статут, 2014. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785835410187.html>

### **б) дополнительная литература**

1. Организация работы интернет-магазина [Электронный ресурс] / Прохорова М. В. - М.: Дашков и К, 2014. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024054.html>

2. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е.В. Михеева. - М.: Проспект, 2014. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392123186.html>

3. Информатика [Электронный ресурс]: учеб. для вузов / Грошев А.С., Закляков П.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ДМК Пресс, 2014. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785940747666.html>

### **в) периодические издания**

1. Интернет-маркетинг.

2. Маркетинг в России и за рубежом.

3. Маркетинг и маркетинговые исследования.

### **г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. [http:// www.emarketer.com/arts/global](http://www.emarketer.com/arts/global) - информационные ресурсы агентства E-

marketer.

2. <http://www.e-commerce.ru> – Информационно консалтинговый центр по электронному бизнесу
3. <http://museum.icl.ru/instruments/> – Музей электронной коммерции.
4. [http://www.i2r.ru/static/362/out\\_7229.shtml](http://www.i2r.ru/static/362/out_7229.shtml) – Технологии и системы электронной коммерции.

## **8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Электронная коммерция» используются аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы слайдов для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека Института малого и среднего бизнеса ВлГУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Рабочую программу составил \_\_\_\_\_



Рецензент

(представитель работодателя) ООО «ГИПЕРГЛОБУС» г. Владимир

руководитель отдела персонала Истратова О.В. \_\_\_\_\_



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства  
Протокол № 6а от 10 декабря 2015 г.

Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б. \_\_\_\_\_



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06 «Торговое дело»

Протокол 2 от 14 декабря 2015 г.

Председатель комиссии Полоцкая О.П. \_\_\_\_\_

