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_»_____12_____20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль / программа подготовки Коммерция в автомобильном бизнесе

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
5	3; 108	18	36	-	54	Зачет
Итого	3; 108	18	36	-	54	Зачет

Владимир 20__

ТДа-15

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 обязательной дисциплиной блока 1 вариативной части (модуля), входящей в программу обучения бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело». Реализуется в 5 семестре в объеме 108 часов.

Дисциплина «Электронная коммерция» изучается на базе курсов «Информатика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Коммерческая деятельность».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям: представление об экономической деятельности, особенностях коммерческой деятельности и ее правовом регулировании, организации и технологии товароведения, маркетинге, логистике в розничной торговле, специфике управления качеством в торговле.

Знания, полученные в рамках данного курса, могут быть использованы при прохождении преддипломной практики, а также будут использоваться в профессиональной деятельности.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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 (ОПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

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 (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины в 5 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	5	1-2	2	4			6		2/33	
2.	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	5	3-4	2	4			6		2/33	
3.	Виртуальные представительства и предприятия	5	5-6	2	4			6		2/33	Рейтинг-контроль
4.	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)	5	7-8	2	4			6		2/33	
5.	Построение системы интернет-торговли	5	9-10	2	4			6		2/33	
6.	Услуги в Интернете	5	11-12	2	4			6		2/33	Рейтинг-контроль
7.	Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)	5	13-14	2	4			6		2/33	
8.	Мошенничество в Интернете	5	15-16	2	4			6		2/33	
9.	Перспективы электронной коммерции	5	17-18	2	4			6		2/33	Рейтинг-контроль
Всего				18	36			54		18/33	Зачет

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционный курс

Тема 1. Понятие и сущность электронной коммерции

Основные понятия и категории электронного бизнеса. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Формы электронной торговли.

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

Электронные торговые площадки: независимые, отраслевые, частные. Факторы, влияющие на развитие B2B в России.

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). Основные понятия рынка B2G: тендер, аукционная документация, конкурсная заявка, начальная цена контракта, дата подписания контракта, обеспечение заявки. Виды закупок.

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

1. Понятие и сущность электронной коммерции.
2. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B).
3. Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C). Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).
4. Электронная торговля.
5. Интернет-маркетинг.
6. Электронные платежные системы и системы электронных платежей.
7. Безопасность 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) инициирующим 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) инициирующие серверы.

4. Электронная коммерция - это _____

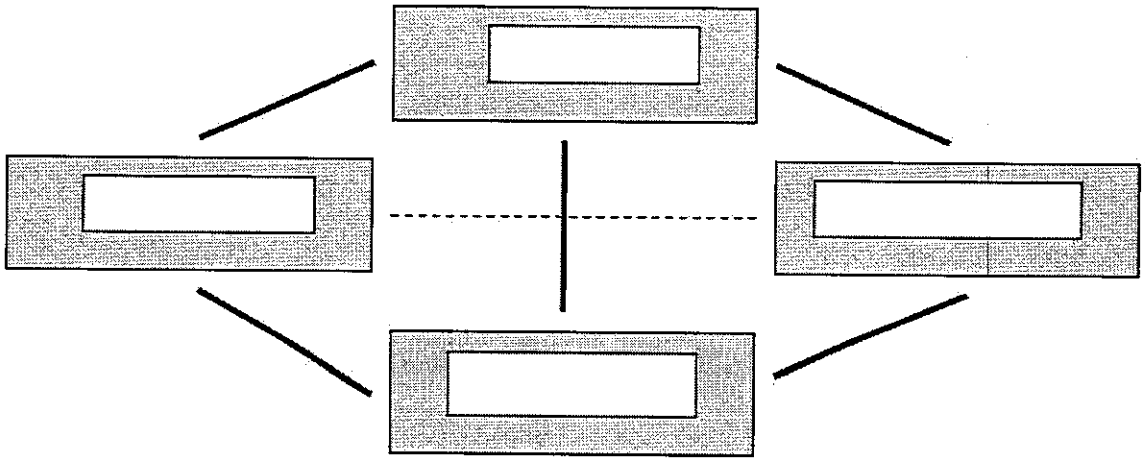
5 Электронный бизнес – это _____

6. Сфера электронной коммерции:

1. _____
2. _____

3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

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) 4. 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.

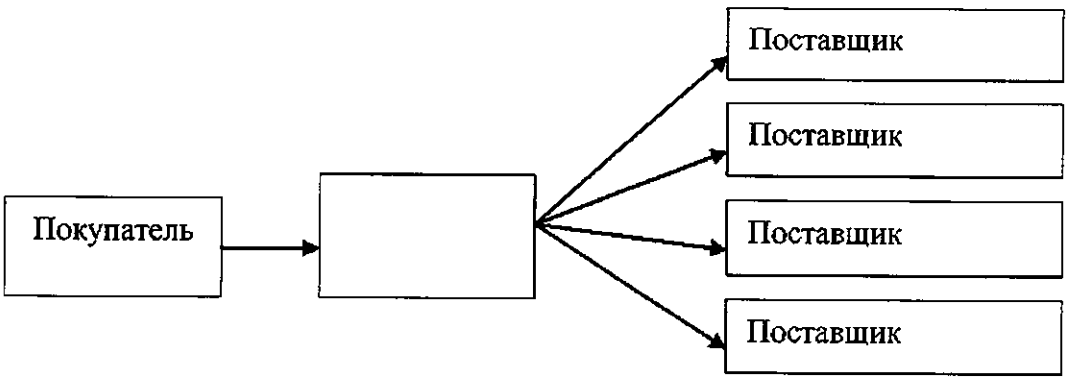
17. Если продукты компании очень специализированы и их использование ограничено конкретной отраслью, то они продаются:

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

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

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.

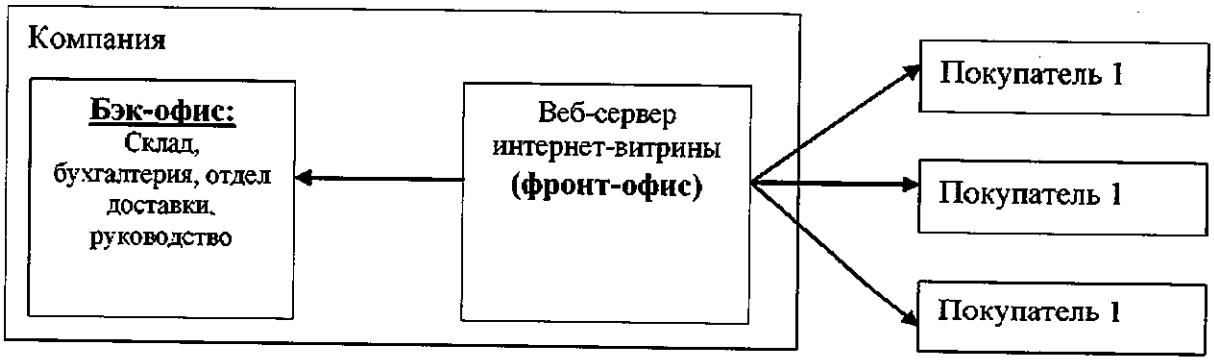
2. Модель открытого рынка B2B при фиксированном ценообразовании:
a) мелкий электронный магазин;
b) электронные закупки;
c) электронная сеть снабжения;
d) модель электронной биржи.

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 нтернет-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 относится к категории:

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

2. Секторы электронного рынка C2G относится 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) Домашниый 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:

a) неопределенности;
b) законности;
c) последовательности рубежей;
d) минимального риска;
e) персональной ответственности;
f) 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, пожары, крупномасштабные аварии и т. д.).

20. Перечислите вида 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 для самостоятельной работы студентов

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» (OBI).
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.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература

1. Шулепов, В.И. Основы электронной коммерции : учебное пособие / В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 109 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-8158-1327-4 ; То же [Элек-

тронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439334.

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

3. Минько, А.Э. Основы коммерции : учебное пособие / А.Э. Минько, Э.В. Минько. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 513 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01224-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436732.

б) дополнительная литература

1. Бизнес-энциклопедия "Платежные карты" / Библиотека Центра Исследований Платежных Систем и Расчетов ; ред.-сост. А.С. Воронин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КНОРУС : ЦИПСиР, 2014. - 558 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-406-03339-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436053.

2. Муссель, К.М. Платежные технологии: системы и инструменты / К.М. Муссель. - М. : КНОРУС : ЦИПСиР, 2015. - 288 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 282-284. - ISBN 978-5-406-04189-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=441393.

3. Ефимов, А.Б. E-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению / А.Б. Ефимов. - М. : СилаУма-Паблишер, 2015. - 357 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-906084-10-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430517.

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 -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 – Технологии и системы электронной коммерции.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются аудитория с ПК и компьютерным проектором, компьютерный класс с выходом в Интернет, наборы презентаций для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека ВлГУ, информационные справочные системы «КонсультантПлюс», «Гарант».

Примечание: В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

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

Рабочую программу составил к.э.н., доц. Мархасина М.М. _____

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 10.12.2015 г.
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Яресь О.Б. _____

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06 «Торговое дело»
протокол № 2 от 14.12.2015 г.
Председатель комиссии Полоцкая О.П. _____

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рабочая программа одобрена на 2017/2018 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 30.08.17 года

Заведующий кафедрой к.э.н., доц. Яресь О.Б._____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № ___ от _____ года

Заведующий кафедрой _____