

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

ФАКУЛЬТЕТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА НЕПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СФЕРЫ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Л.Н.Костина
«20» «06» .2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронная коммерция»

| | |
|------------------------|---|
| Направление подготовки | 38.03.02 «Менеджмент» |
| Профили | «Менеджмент непроизводственной сферы», «Управление малым бизнесом», «Антикризисное управление организацией» |

Рабочая программа учебной дисциплины «Электронная коммерция» для студентов второго курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление малым бизнесом») и студентов третьего курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Антикризисное управление организацией»), очной и заочной форм обучения

Автор, ст.преподаватель, к.гос.упр. Я.В.Ободец
разработчик: _____

должность, ученая степень, ученое звание, инициалы и фамилия

Программа рассмотрена на
заседании ПМК кафедры

«Менеджмент непромышленной сферы»

Протокол заседания ПМК от

08.06.2017

№

10

дата

Председатель ПМК


(подпись)

Я.В. Ободец

(инициалы, фамилия)

Программа рассмотрена
на заседании кафедры

«Менеджмент непромышленной сферы»

Протокол заседания кафедры от

09.06.2017

№

15

дата

Заведующий кафедрой


(подпись)

В.В. Дорофиевко

(инициалы, фамилия)

1. Цель освоения дисциплины и планируемые результаты обучения по дисциплине (соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы)

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.

| Код компетенции по ГОС | Наименование компетенций | Результат освоения (знать, уметь, владеть) |
|------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| ОПК – 7 | Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. | <p>Знать: основные преимущества ведения бизнеса с помощью Internet; характеристики электронной коммерции; основные стратегии развития электронной коммерции; основные модели систем электронной коммерции; основные инструменты ведения электронной коммерции.</p> <p>Уметь: анализировать финансовую, нормативную и экономико-технологическую информацию в области электронной коммерции; осуществлять покупки в Интернет с использованием различных видов электронных платежных систем и пользоваться финансовыми услугами.</p> <p>Владеть (навыки и/или опыт деятельности): навыками поиска и сравнения товаров, предложения и электронной продажи товаров и услуг; механизмом рекламирования товаров и услуг в электронной среде; способами оценки экономической эффективности функционирования электронного магазина.</p> |
| ПК – 15 | Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) | <p>Знать: основные концепции построения систем электронной коммерции.</p> <p>Уметь: использовать инструментарий создания и использования систем электронной коммерции.</p> <p>Владеть (навыки и/или опыт)</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | деятельности): навыками создания интернет-магазина, электронного каталога товаров. |
|--|--|--|

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

В соответствии с утвержденным учебным планом дисциплина «Электронная коммерция» отнесена к вариативной части профессионального цикла.

2.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося

Список дисциплин, результаты которых необходимы для изучения данной дисциплины: «Введение в специальность», «Экономическая информатика» «Экономика», «Компьютерный практикум».

2.2. Дисциплины и/или практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины «Деловые Электронная коммерция», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых такими учебными дисциплинами, как «Информационные технологии в менеджменте», «Методы принятия управленческих решений», «Бизнес-планирование», «Стратегический менеджмент».

3. Объем дисциплины в кредитах (зачетных единицах) с указанием количества академических часов, выделенных на аудиторную (по видам учебных занятий) и самостоятельную работу студента:

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили «Менеджмент непроеизводственной сферы», «Управление малым бизнесом»)

| | Кредиты ECTS (зачетные единицы) | Всего часов | | Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам) | |
|---------------------------------------|------------------------------------|-------------|------------|---|----------------|
| | | О | З | Очная | Заочная |
| | | | | Семестр № 3 | Семестр № 3 |
| Общая трудоемкость | 4 | 144 | 144 | Количество часов на вид работы: | |
| Виды учебной работы, из них: | | | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | | 72 | 6 |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | | | | 36 | 4 |
| Семинарские занятия | | | | 36 | 2 |
| Самостоятельная работа (всего) | | | | 72 | 138 |
| Промежуточная аттестация | | | | | |
| В том числе: | | | | | |
| экзамен | | | | экзамен | экзамен |

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Антикризисное управление организацией»)

| | Кредиты ECTS (зачетные единицы) | Всего часов | | Форма обучения (вносятся данные по реализуемым формам) | |
|---------------------------------------|------------------------------------|-------------|--------------|---|--------------|
| | | 0 | 3 | Очная | Заочная |
| | | | | Семестр № 5 | Семестр № 5 |
| Общая трудоемкость | 3 | 108 | 108 | Количество часов на вид работы: | |
| Виды учебной работы, из них: | | | | | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | 54 | | 6 |
| В том числе: | | | | | |
| Лекции | | | 18 | | 4 |
| Семинарские занятия | | | 36 | | 2 |
| Самостоятельная работа (всего) | | | 54 | | 102 |
| Промежуточная аттестация | | | | | |
| В том числе: | | | | | |
| зачет | | | зачет | | зачет |

4. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий (38.03.02 «Менеджмент», (профили «Менеджмент непроеизводственной сферы», «Управление малым бизнесом»)

| Наименование раздела, темы дисциплины | Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам) | | | | | | | | | |
|---|---|----------------------|---------------------|------------------------|-------|------------------------|----------------------|---------------------|------------------------|-------|
| | Очная форма обучения | | | | | Заочная форма обучения | | | | |
| | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятельная работа | Всего | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятельная работа | Всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции | | | | | | | | | | |
| Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции | 4 | | 4 | 4 | 12 | 1 | | | 10 | 11 |
| Тема 1.2. Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе | 2 | | 2 | 4 | 8 | 1 | | 1 | 10 | 12 |
| Тема 1.3. Платежные | 2 | | 2 | 4 | 8 | | | | 10 | 10 |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам) | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------|------------------------|-----------------------------|-------|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------------|-------|
| | Очная форма обучения | | | | | Заочная форма обучения | | | | |
| | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель- ная работа | Всего | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель- ная работа | Всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| и поисковые системы как основа Интернет бизнеса | | | | | | | | | | |
| Тема 1.4. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете | 2 | | 2 | 6 | 10 | | | | 10 | 10 |
| Тема 1.5. Реклама в интернете | 2 | | 2 | 4 | 8 | | | | 10 | 10 |
| Тема 1.6. Торговые системы в Интернет- среде | 2 | | 2 | 4 | 8 | | | | 10 | 10 |
| Тема 1.7. Безопасность в системах электронной коммерции | 2 | | 2 | 4 | 8 | | | | 10 | 10 |
| Тема 1.8. CRM - управление отношениями с клиентами | 2 | | 2 | 6 | 10 | | | | 10 | 10 |
| Итого по разделу: | 18 | | 18 | 36 | 72 | 2 | | 1 | 80 | 83 |
| Раздел 2. Разработка бизнес-плана интернет-магазина | | | | | | | | | | |
| Тема 2.1. Бизнес- планирование как основа создания интернет-магазина | 4 | | 4 | 4 | 12 | 1 | | | 9 | 10 |
| Тема 2.2. Маркетинговые исследования интернет-среды | 2 | | 2 | 6 | 10 | | | | 10 | 10 |
| Тема 2.3. Digital- стратегия | 2 | | 2 | 8 | 12 | 1 | | 1 | 9 | 11 |
| Тема 2.4. Производственный план интернет- магазина | 4 | | 4 | 6 | 14 | | | | 10 | 10 |
| Тема 2.5. Финансовый план интернет-магазина | 4 | | 4 | 6 | 14 | | | | 10 | 10 |
| Тема 2.6. Оценка рисков в интернет- | 2 | | 2 | 6 | 10 | | | | 10 | 10 |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам) | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------|------------------------|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------|
| | Очная форма обучения | | | | | Заочная форма обучения | | | | |
| | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель ная работа | Всего | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель ная работа | Всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| среде. | | | | | | | | | | |
| Итого по разделу: | 18 | | 18 | 36 | 72 | 2 | | 1 | 58 | 61 |
| Всего за семестр: | 36 | | 36 | 72 | 144 | 4 | | 2 | 138 | 144 |

4.1. Разделы (темы) дисциплины с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий (38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Антикризисное управление организацией»))

| Наименование раздела, темы дисциплины | Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам) | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------|------------------------|-------------------------|------------------------|----------------------------|-------|
| | Очная форма обучения | | | | | Заочная форма обучения | | | | |
| | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель ная работа | Всего | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель ная работа | Всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции | | | | | | | | | | |
| Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции | 2 | | 4 | 2 | 8 | 1 | | | 7 | 8 |
| Тема 1.2. Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе. | 1 | | 2 | 3 | 6 | 1 | | 1 | 7 | 9 |
| Тема 1.3. Платежные и поисковые системы как основа Интернет бизнеса | 1 | | 2 | 3 | 6 | | | | 7 | 7 |
| Тема 1.4. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете | 2 | | 2 | 2 | 6 | | | | 7 | 7 |
| Тема 1.5. Реклама в интернете | 1 | | 2 | 3 | 6 | | | | 7 | 7 |
| Тема 1.6. Торговые системы в Интернет-среде | 1 | | 2 | 3 | 6 | | | | 7 | 7 |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Виды учебной работы (бюджет времени) (вносятся данные по реализуемым формам) | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------|------------------------|-----------------------------|-------|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------------|-------|
| | Очная форма обучения | | | | | Заочная форма обучения | | | | |
| | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель- ная работа | Всего | Лекции | Практические занятия | Семинарские занятия | Самостоятель- ная работа | Всего |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| Тема 1.7. Безопасность в системах электронной коммерции | 1 | | 2 | 3 | 6 | | | | 8 | 8 |
| Тема 1.8. CRM - управление отношениями с клиентами | 1 | | 2 | 5 | 8 | | | | 8 | 8 |
| Итого по разделу: | 10 | | 18 | 24 | 52 | 2 | | 1 | 58 | 61 |
| Раздел 2. Разработка бизнес-плана интернет-магазина | | | | | | | | | | |
| Тема 2.1. Бизнес- планирование как основа создания интернет-магазина | 2 | | 4 | 4 | 10 | 1 | | | 7 | 8 |
| Тема 2.2. Маркетинговые исследования интернет-среды | 1 | | 2 | 5 | 8 | | | | 8 | 8 |
| Тема 2.3. Digital- стратегия | 1 | | 2 | 7 | 10 | 1 | | 1 | 7 | 9 |
| Тема 2.4. Производственный план интернет- магазина | 1 | | 4 | 4 | 9 | | | | 8 | 8 |
| Тема 2.5. Финансовый план интернет-магазина | 1 | | 4 | 4 | 9 | | | | 7 | 7 |
| Тема 2.6. Оценка рисков в интернет- среде. | 2 | | 2 | 6 | 10 | | | | 7 | 7 |
| Итого по разделу: | 8 | | 18 | 30 | 56 | 2 | | 1 | 44 | 47 |
| Всего за семестр: | 18 | | 36 | 54 | 108 | 4 | | 2 | 102 | 108 |

4.2. Содержание разделов дисциплины:

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|---|---|--|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции | | | | |
| Тема 1.1. Основные составляющие электронной коммерции | Цель, предмет и задачи дисциплины «Электронная коммерция». World Wide Web - популярная информационная технология. Сроки, гипертекст и гиперссылки. Этапы становления и развития электронной коммерции. Определение понятия «электронная коммерция». | Семинарское занятие 1. 1. Основная цель изучения дисциплины «Электронная коммерция» 2. Определение понятий Интернет, HTTP-протокол. 3. Какие возможности представляются для предпринимателя, менеджера в сети Интернет 4. Стратегические и деловые отношения в электронном бизнесе. | 2 | |
| | | Семинарское занятие 2. 1. Что представляет гипертекст и гиперссылки? 2. Этапы становления и развития электронной коммерции. 3. Понятия электронный бизнес и электронная коммерция 4. Кто представляет в Интернете категорию Киберсант. | 2 | |
| Тема 1.2. | 1. Интернет стратегии | Семинарское занятие 3. | 2 | 1 |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|---|---|---|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Формирования финансовых потоков и бизнес структур в электронном бизнесе | 2. Этапы становления бизнес-структуры в Интернете 3. Финансовые потоки в электронной коммерции | 1. Стратегических возможностей, которые дает Интернет. 2. Основные составляющие построения бизнес-структуры в сети Интернет. 3. Критерии сомнительной партнерской программы. 4. Какие финансовые потоки возможно построить в сети Интернет? | | |
| Тема 1.3. Платежные и поисковые системы как основа Интернет бизнеса | Анализ платежных систем в Интернете Поисковые системы - второй «кит» Интернет бизнеса | Семинарское занятие 4. 1. Сущность понятия электронных денег. 2. Издержки функционирования и использования кредитных карт. 3. Интернет банкинг 4. Платежная Интернет-система, преимущества и недостатки 5. Какие существуют основные и самые распространенные платежные Интернет-системы? 6. Для чего необходимы обменники в Инете, какие существуют и как работают? 7. Принципы работы поисковиков в Интернете. 8. Процедура выбора поисковика. | 2 | |
| Тема 1.4. ВЕБ сайт как основа бизнеса в Интернете | Классификация, модели веб-сайтов Этапы разработки веб-сайта Первоначальное продвижение сайта Оценка эффективности веб-сайта Фирмы | Семинарское занятие 5. 1. Классификация веб-серверов 2. Основные составляющие элементы порталов 3. Этапы разработки веб- | 2 | |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|---|---|---|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | сайта 4.Первоначальное продвижение сайта 5.Оценка эффективности веб-сайта фирмы | | |
| Тема 1.5. Реклама в интернете | Ценовые модели размещения рекламы Инструменты интернет-рекламы | Семинарское занятие 6. 1.Ценовые модели. 2.Инструменты интернет-рекламы. 3.Типовые модели баннеров. 4.Методы баннерной рекламы 5.Преимущества размещения рекламы в сетях обмена баннерами 6.Критерии выбора рекламных площадок 7.Реклама с использованием электронной почты | 2 | |
| Тема 1.6. Торговые системы в Интернет- среде | Классификация торговых интернет-систем Интернет-магазин Интернет-аукционы | Семинарское занятие 7. 1. Основные требования, предъявляемые покупателями к организации интернет-магазинов 2. Основные функции интернет-магазина 3. Схема взаимодействия покупателя с интернет-магазином 4. Интернет-площадки 5. Оценка эффективности электронного магазина | 2 | |
| Тема 1.7. Безопасность в системах электронной коммерции | Безопасная информация и её свойства Стандартизация обеспечения безопасности информации Стандартизация обеспечения безопасности информации Электронно-цифровая подпись Типовые ошибки, связанные с безопасностью электронной коммерции | Семинарское занятие 8. 1.Основные цели и задачи, связанные с обеспечением безопасности электронной коммерции. 2. Основные стандарты, связанные с обеспечением безопасности информации. | 2 | |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|---|---|--|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 3. Протоколы передачи информации 4. Основные этапы использования электронно-цифровой подписи. 5. Типовые ошибки, связанные с безопасностью электронной коммерции | | |
| Тема 1.8. CRM - управление отношениями с клиентами | Ключевые функции CRM-систем. Преимущества применения CRM-концепции. ERP-системы (Enterprise Resources Planning - планирование ресурсов корпорации) | Семинарское занятие 9. 1. Преимущества применения CRM-концепции 2. Ключевые функции CRM-систем 3. Системы класса ERP | 2 | |
| Тема 2.1. Бизнес-планирование как основа создания интернет-магазина | Сущность и структура бизнес-плана Основные этапы бизнес-планирования создания интернет-магазина Концепция эффективной бизнес-модели в рамках бизнес-плана | Семинарское занятие 10. | 2 | |
| | | 1. Понятие «бизнес-план» 2. Схема составления и реализации плана | | |
| | | Семинарское занятие 11. 1. Инструменты бизнес-планирования 2. Принципы бизнес-планирования 3. Основные этапы бизнес-планирования | 2 | |
| Тема 2.2 Маркетинговые | Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет | Семинарское занятие 12. | 2 | |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|--|---|--|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| исследования интернет-среды | Основные ошибки реализации маркетинговой стратегии в электронной коммерции Подбор маркетинговых инструментов в направлении повышения конкурентоспособности собственного интернет-магазина (сайта) | 1. Параметры и принципы проведения маркетинговых исследований в сети Интернет 2. Основные направления развития маркетинговой стратегии в сети 3. Современные методы управления маркетинговыми каналами. 4. Навигационная система 5. Основные инструменты построения веб-сайтов | | |
| Тема 2.3 Digital-стратегия | Понятие digital-стратегии Особенности продвижения в digital-среде Виды и особенности продвижения в digital Стратегии и виды коммуникации в digital | Семинарское занятие 13. 1. Определение digital-стратегии. 2. Принципы, позволяющие обеспечить реализацию digital стратегии. 3. Медиапоказатели интерактивного взаимодействия. 4. Схема Скотта Клососки. 5. Социальная составляющая digital-стратегии 6. Особенности продвижения в Digital | 2 | 1 |
| Тема 2.4 Производственный и организационный план интернет-магазина | Производственная программа интернет-магазина. Калькуляция себестоимости продукции. Структура и содержание раздела бизнес-плана интернет-магазина «Организационный план». Потребность в персонале. Функции календарного плана. Правовое обеспечение деятельности интернет-магазина. | Семинарское занятие 14. 1. Сущность производственной программы 2. Производственные мощности и их развитие. 3. Прогноз затрат. Семинарское занятие 15. | 2 | 2 |

| Наименование раздела, темы дисциплины | Содержание разделов дисциплины | Содержание семинарских занятий | | |
|--|---|--|--------------|---|
| | | | Кол-во часов | |
| | | | 0 | 3 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | 1. Оценка эффективности организационной структуры 2. Требуемая квалификация персонала для интернет-магазина. 3. Методы поиска персонала. 4. Порядок оплаты труда и мотивация. | | |
| Тема 2.5 Финансовый план интернет-магазина | Методы оценки экономической деятельности. Оценка эффективности инвестиций. Показатели общественной эффективности проекта. | Семинарское занятие 16. 1. Анализ безубыточности. 2. Дисконтирование денежных потоков. | 2 | |
| | | Семинарское занятие 17. 1. Период окупаемости. Метод NPV. 2. Индекс доходности PI. 3. Внутренняя норма доходности IRR. | 2 | |
| Тема 2.6. Оценка рисков в интернет-среде. | Потенциальная область риска проекта. Организационные мероприятия по минимизации и нейтрализации рисков. | Семинарское занятие 18. 1. Средства определения рисков. 2. Финансовый леведредж, производственный леведредж, производственно-финансовый леведредж. | 2 | |

5. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

5.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Электронная коммерция: конспект лекций для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной/заочной форм обучения / сост. Я.В. Ободец, Е.А.Смирнова. – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2017. – 183 с. (в электронном виде, режим доступа <https://drive.google.com/drive/folders/0B66PkWjwU5AKT0dkNjUyNEZZbE0>).

2. Электронная коммерция: методические рекомендации по выполнению

самостоятельной работы студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной/заочной форм обучения / сост. Я.В. Ободец, Е.А. Смирнова – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2016. – 67 с.

3. Электронная коммерция: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») очной/заочной форм обучения / сост. Я.В. Ободец, Е.А. Смирнова. – Донецк: ГОУ ВПО ДонАУиГС, 2016. - 59с.

4. Электронная коммерция: методические рекомендации по выполнению курсовой работы для студентов образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль подготовки «Менеджмент непромышленной сферы» очной / заочной форм обучения / сост. Я. В. Ободец, Е.А.Смирнова. – Донецк: ДонАУиГС, 2016. – 25 с.

5. Электронная коммерция: методические рекомендации по выполнению курсовой работы для студентов 2 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Управление малым бизнесом») очной/заочной форм обучения / сост. Я. В. Ободец. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 27 с.

Перечень вопросов для самоподготовки

1. Классификация торговых интернет-систем
2. Подбор маркетинговых инструментов в направлении повышения конкурентоспособности собственного Интернет магазина (сайта)
3. Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет
4. Виды и особенности продвижения в digital
5. Виды и источники угроз в электронной коммерции
6. Интернет-площадки
7. Оценка эффективности веб-сайта фирмы
8. Взаимосвязи в электронном бизнесе
9. Ценовые модели размещения рекламы
10. История развития Интернет-рекламы

5.2. Перечень основной учебной литературы

1. Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учеб.пособ. – М.: Дашков и К, 2009. – 157с.
2. Белоусов А. Обучающий курс по электронной коммерции // <http://e-commerce.com.ua>
3. Теоретические проблемы. – М.: НОРМА, 2008. – 336 с.
4. Салбер А. как открыть интернет-магазин? – М. : SmartBook, 2012. – 316 с.
5. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. – СПб : Питер, 2012. – 272 с.
6. Халлиган Брайан, Шах Дхармеш. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов. М. : Диалектика, 2011. – 256 с.
7. Чередниченко Ю. Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает. – СПб : Питер, 2011. – 176 с.

5.3. Перечень дополнительной литературы

1. Бирюков П. И. Интернет-шоппинг. – М.: Феникс, 2012. – 160 с.
2. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать. – СПб : Питер, 2012. – 192 с.

3. Интернет-магазин. С чего начать, как преуспеть / под ред. А. Рябых. – СПб : Питер, 2012. – 208 с.
4. Кобелев О. А. Электронная коммерция. – М. : Дашков и Ко, 2011. – 684 с.
5. Парабеллум А., Мрочковский Н., Алпатов П. Удвоение продаж в интернет-магазине. – СПб : Питер, 2012. – 224 с.

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

1. Мультивалютный электронный кошелек для проведения безопасных, удобных и доступных платежей и переводов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.emoney.com>
2. Обучающий курс по электронной коммерции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e-commerce.com.ua>
3. Руководство по принятию Типового закона об электронной торговле Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kongord.ru/Index/Prison/resolutn.htm>

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

7.1. Перечень информационных технологий (при необходимости)

Электронные презентации используются студентами на семинарских занятиях во время докладов; во время подготовки и для оценки индивидуальной работы осуществляется взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты. Skype, для проведения дистанционного обучения и консультаций.

7.2. Перечень программного обеспечения (при необходимости)

Программное обеспечение не применяется.

7.3. Перечень информационных справочных систем (при необходимости)

Доступ к электронным библиотечным ресурсам ГОУ ВПО ДонАУиГС <http://vk.com/lib406>

8. Фонд оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций

8.1. Виды промежуточной аттестации.

За учебный семестр проводится два контроля: текущий и промежуточный. Текущий контроль проводится по показателям посещения занятий каждым студентом и по выполнению им задач текущего контроля.

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний и умений), компетенций с последующим объединением оценок, осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Основными формами промежуточного контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины и оценка качества анализа проведенной научно-исследовательской работы;

самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом») проводится в форме экзамена и позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом по дисциплине.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Антикризисное управления организацией») проводится в форме зачета и позволяет оценить уровень сформированности компетенций в целом по дисциплине.

8.2. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины.

Средним баллом за дисциплину является средний балл за текущую учебную деятельность.

Механизм конвертации результатов изучения студентом дисциплины в оценки по государственной шкале и шкале ECTS представлен в таблице.

| Средний балл по дисциплине (текущая успеваемость) | Отношение полученного студентом среднего балла по дисциплине к максимально возможной величине этого показателя | Оценка по государственной шкале | Оценка по шкале ECTS | Определение |
|---|--|---------------------------------|----------------------|---|
| 4,5 – 5,0 | 90% – 100% | 5 | A | отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей (до 10%) |
| 4,0 – 4,49 | 80% – 89% | 4 | B | хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 20%) |
| 3,75 – 3,99 | 75% – 79% | 4 | C | хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 25%) |
| 3,25 – 3,74 | 65% – 74% | 3 | D | удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков (до 35%) |
| 3,0 – 3,24 | 60% – 64% | 3 | E | достаточно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии, но со значительным количеством недостатков (до 40%) |
| до 3,0 | 35% – 59% | 2 | FX | неудовлетворительно с возможностью повторной сдачи (ошибок свыше 40%) |
| | 0 – 34% | 2 | F | неудовлетворительно – надо поработать над тем, как получить положительную оценку (ошибок свыше 65%) |

8.3. Критерии оценки работы студента.

При усвоении каждой темы за текущую учебную деятельность студента

выставляются оценки по 5-балльной (государственной) шкале. Оценка за каждое задание в процессе текущей учебной деятельности определяется на основе процентного отношения операций, правильно выполненных студентом во время выполнения задания:

90-100% – «5»,

75-89% – «4»,

60-74% – «3»,

менее 60% – «2».

Если на занятии студент выполняет несколько заданий, оценка за каждое задание выставляется отдельно.

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

Ситуационная задача (примерный вариант)

Компания «Орион» занимается производством разнообразной канцелярской продукции (карандаши, ручки, блокноты, календари, скрепки, зажимы, скобы, стикеры, еженедельники, плакаты и т.д.) и выполняет её распространение между собственными магазинами, которые самостоятельно дозаказывают требуемый товар, а также принимает заказы от сторонних компаний. Заказы могут включать как простые заказы по каталогу любого вида продукции в необходимом количестве, так и разработку специальной конфигурации, дизайна и других характеристик по требованию заказчика. В связи с этим специфические заказы обрабатываются и контролируются менеджерами на всех стадиях согласования параметров. После окончательного оформления клиент имеет возможность просмотреть детали и итоговую стоимость заказа и произвести расчёт как традиционным способом, так и на сайте. По факту оплаты заказ доставляется клиенту. На всех этапах клиент имеет возможность отслеживать состояние заявки.

Цель работы:

научить выделять субъекты и объекты коммерческой деятельности;

закрепить понимание общего коммерческого цикла деятельности предприятия и предшествующих (последующих) этапов;

научиться формулировать содержание коммерческого цикла для произвольного вида деятельности;

закрепить содержание, входные и выходные сущности каждого из этапов коммерческого цикла в рамках электронной коммерции;

рассмотреть реализацию различных стратегий по выходу в ЭК, преимущества и недостатки каждой из них по сравнению со смежными стратегиями.

Задание на выполнение работы:

Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции.

Ответьте на вопросы

Кто или что являются субъектами (объектами) коммерческой деятельности?

Какие требования предъявляются к клиентам (что им необходимо для взаимодействия с продавцом)?

Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности.

Алгоритм решения практического задания

Ответы на вопросы

| | |
|--|--|
| Сектор ЭК, к которому относится описанная деятельность | |
| Субъекты коммерческой деятельности | |

| | |
|--|--|
| Объекты коммерческой деятельности | |
| Что требуется покупателю для полноценного взаимодействия с продавцом | |

Тестовые задания (примерный вариант)

1. Электронная коммерция – это:

- а) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники
- б) использование сети Интернет в качестве информационного канала для организации бизнес-процессов
- в) деятельность, главная цель которой, получение прибыли

2. Электронный бизнес – это:

- а) это интеграция физических и юридических лиц, занятых в области электронной коммерции, в единую систему предпринимательства на уровне всего Интернета (всего мира).
- б) часть электронной коммерции, которая занимается продажей в Сети исключительно цифровых (информационных) продуктов.
- в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.

3. Сколько основных компонентов и особенностей в процессе реализации интернет торговли?

- а) 3
- б) 4
- в) 5

4. Кто ввел в оборот понятие «гипертекст»?

- а) Тим Бернерс-Ли
- б) Тед Нельсон
- в) Бил Гейц

5. Гипертекст – это:

- а) набор интернет-страниц, содержащих перекрестные ссылки, которые позволяют читателю с помощью программы-браузера перемещаться от одного документа к другому.
- б) текст в документе HTML, который обозначает ссылку на другую информацию в сети.
- в) закаченные и скаченные файлы, баннеры картинки, архивы.

6. Сколько возможностей имеет интернет?

- а) 5
- б) 6
- в) 7

7. К категориям электронной коммерции относятся:

- а) B2B, B2C, C2B, C2A, A2B
- б) B2B, B2C, C2C, C2A, B2A
- в) B2B, C2B, C2A, B2A, C2C

8. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие:

- а) бизнес-администрация

- б) бизнес-бизнес
- в) бизнес-потребитель

9. Интернет-аукционы могут быть примером модели:

- а) В2С;
- б) С2С;
- в) С2В.

10. На какие 2 категории можно разделить финансовые расходы?

- а) неизбежные, желательные
- б) желательные, нежелательные
- в) неизбежные, нежелательные

11. Какими могут быть баннеры?

- а) линейными
- б) статическими
- в) графическими

12. Электронные деньги - это:

- а) средства расчетов между интернет-предпринимателями и их клиентами, задействованными в сфере электронной коммерции
- б) средства расчетов между продавцом и покупателем
- в) электронные документы, выдаваемые сертификационным центром

13. Самая надежная и либеральная платежная система – это:

- а) Web Money
- б) RUPay
- в) Яндекс-Деньги

14. К какому виду Интернет-аукциона относится данное утверждение: «Используется открытый формат предложений. Продавец назначает начальную цену, далее покупатели вступают в конкретную борьбу. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену?»

- а) Аукцион одновременного предложения
- б) Стандартный аукцион
- в) Голландский аукцион

15. К какому виду интернет-аукциона относится данное утверждение: «Покупатель или продавец делают секретные предложения в течение установленного времени. Победитель покупает товар по цене, которая предшествует максимальной?»

- а) Двойной аукцион
- б) Голландский аукцион
- в) Аукцион закрытых предложений

Критерии оценки: все тестовые задания равноценны и в результате правильных ответов на каждый из них можно получить по одному баллу. Итоговая оценка зависит от количества правильных ответов в процентном соотношении:

- "5" (отлично) - 90-100% правильных ответов;
- "4" (хорошо) - 80-89% правильных ответов;
- "3" (удовлетворительно) - 70-79% правильных ответов;
- "2" (неудовлетворительно) - 69% и менее правильных ответов.

Перечень вопросов к экзамену
(для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профили:
«Менеджмент непроеизводственной сферы», «Управление в сфере экономической
конкуренции», «Управление малым бизнесом»).

1. World Wide Web - популярная информационная технология. Сроки, гипертекст и гиперссылки.
2. Этапы становления и развития электронной коммерции.
3. Этапы становления бизнес-структуры в Интернет и
4. Финансовые потоки в электронной коммерции
5. Платежная Интернет-система, преимущества и недостатки
6. Взаимосвязи в электронном бизнесе
7. Оценка эффективности веб-сайта фирмы
8. Этапы разработки веб-сайта
9. Ценовые модели размещения рекламы
10. Инструменты интернет-рекламы
11. Классификация торговых интернет-систем
12. Интернет-магазин
13. Интернет-площадки
14. Интернет-аукционы
15. Виды и источники угроз в электронной коммерции
16. Риски в электронной коммерции
17. Определение CRM – системы
18. Архитектура CRM-системы
19. Классификация CRM-систем
20. Эффект от внедрения CRM-системы
21. Понятие бизнес-плана, структура, особенности
22. Факторы, которые необходимо учесть при открытии Интернет-магазина
23. Порядок разработки бизнес-плана
24. Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет
25. Основные ошибки реализации маркетинговой стратегии в электронной коммерции
26. Подбор маркетинговых инструментов в направлении повышения конкурентоспособности собственного Интернет магазина (сайта)
27. Понятие digital-стратегии
28. Особенности продвижения в digital-среде
29. Стратегии и виды коммуникации в digital
30. Виды и особенности продвижения в digital
31. Виды рисков при разработке бизнес-плана интернет-магазина
32. Составляющие элементы бизнес-модели: их характеристика.
33. Партнерская программа – понятие, особенности выбора

Перечень вопросов к зачету для студентов направления подготовки 38.03.02
«Менеджмент» (профиль «Антикризисное управления организацией»)

1. Этапы становления и развития электронной коммерции.
2. Финансовые потоки в электронной коммерции
3. Платежная Интернет-система, преимущества и недостатки
4. Оценка эффективности веб-сайта фирмы
5. Ценовые модели размещения рекламы
6. Инструменты интернет-рекламы
7. Интернет-магазин
8. Интернет-площадки

9. Интернет-аукционы
10. Виды и источники угроз в электронной коммерции
11. Определение CRM – системы, архитектура, классификация.
12. Эффект от внедрения CRM-системы
13. Понятие бизнес-плана, структура, особенности
14. Факторы, которые необходимо учесть при открытии Интернет-магазина
15. Порядок разработки бизнеса-плана
16. Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет
17. Основные ошибки реализации маркетинговой стратегии в электронной коммерции
18. Подбор маркетинговых инструментов в направлении повышения конкурентоспособности собственного Интернет магазина (сайта)
19. Понятие digital-стратегии
20. Особенности продвижения в digital-среде
21. Стратегии и виды коммуникации в digital
22. Виды и особенности продвижения в digital
23. Партнерская программа – понятие, особенности выбора

8.3.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности

Изучение дисциплины «Электронная коммерция» и определение уровня освоения программы предполагает следующие формы контроля:

- устный опрос по предлагаемым после темы вопросам;
- решение ситуационных задач;
- промежуточная аттестация в форме экзамена (для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профили: «Менеджмент непромышленной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом»);
- промежуточная аттестация в форме зачета (для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Антикризисное управления организацией»)).

Промежуточная аттестация по дисциплине «Электронная коммерция» проводится в простой устной форме, когда слушатели отвечают на билет, структуру которого составляют два теоретических вопроса и практическое задание.

Промежуточная аттестация осуществляется по четырехбалльной системе («2», «3», «4», «5»).

Оценка выставляется в зависимости от полноты и обоснованности ответов:

1. На «отлично» (от 90 до 100 %) оценивается ответ, в котором показано знание структуры курса специализации, темы, излагаемого вопроса, знание дополнительной литературы, прочное усвоение материала, а также способность к его творческой самостоятельной оценке.

2. Оценка «хорошо» (от 75 до 89 %) предполагает знание структуры курса специализации, темы, излагаемого вопроса, дополнительной литературы, способность сделать самостоятельные выводы, умение выделить главное, некоторых вопросов.

3. На «удовлетворительно» (от 60 до 74 %) оценивается усвоение основной части учебного материала, когда студент недостаточно глубоко изучил некоторые разделы курса специализации, допускает нечеткие формулировки, преобладает репродуктивное освоение (лишь воспроизведение прочитанного).

4. «Неудовлетворительно» (59 и менее) ставится в том случае, когда слушатель не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки, когда знания носят отрывочный и бессистемный характер, нет понимания важных узловых

вопросов курса специализации, а на большинство дополнительных вопросов даны ошибочные ответы.

Время подготовки ответа при сдаче экзамена в устной форме должно составлять не менее 30 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.

При подготовке к устному экзамену экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору.

При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке.

Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях.

Оценка результатов устного экзамена объявляется обучающимся в день его проведения.

Для оценки знаний, умений, навыков студентов по дисциплине «Электронная коммерция» (профиль «Антикризисное управление организациями») применяется балльная система оценки студента.

Семестровый зачет проводится по результатам текущего контроля в обязательном присутствии студентов.

Максимальное число баллов за семестр – 100. Максимальное число баллов по результатам текущей работы в семестре – 80. Максимальное число баллов на зачете – 20.

В случае набора студентом по результатам текущей работы в семестре от 60 до 80 баллов, зачет выставляется автоматически. Однако если студент желает повысить свой балл, то он сдает зачет.

Минимальное число баллов за текущую работу в семестре – 40. Студент набравший в семестре менее 40 баллов может заработать необходимые баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины или выполнив обязательные задания, для того чтобы быть допущенным до зачета.

Студент, набравший за текущую работу менее 40 баллов, как не выполнивший всю работу в семестре по объективным причинам (болезнь, официальное освобождение и т.п.) допускается до зачета, однако ему дополнительно задаются вопросы по разделам, выносимым на зачет, а также предлагается дополнительно к выполнению две ситуационные задачи, что позволит определить сформированность компетенций и получить дополнительные баллы.

Для получения оценки «зачтено» суммарное количество баллов студента по результатам работы в семестре и на зачете, должна быть не менее 60 баллов.

Структура балльной оценки:

качество подготовки к семинарскому занятию (правильность изложения при ответе на устные вопросы, наличие выполненных практических аудиторных и домашних заданий, задач и т.д.), корректность и вежливость при ответе на вопрос, а также в ходе дискуссии между студентами при обсуждении темы семинарского занятия, общая активность в течение семестра, нестандартность ответа на семинарском занятии – от 0 до 5 баллов за одно семинарское занятие, но не более 45 баллов за семестр.

выступление с докладом – от 0 до 5 баллов за доклад.

зачет – 20 баллов (оценивается в баллах от 0 до 20).

Согласно учебному плану направления подготовки направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профили: «Менеджмент непроектной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом» по данной учебной дисциплине предусмотрена подготовка курсовой работы.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации, предлагаемые оказывают методическую помощь при самостоятельном изучении курса. Рекомендуется такая последовательность: ознакомиться с содержанием программы курса; изучить и законспектировать соответствующие разделы рекомендуемой литературы. Кроме того, целесообразно ознакомиться с новыми статьями специальных журналов и сборников.

Важнейшей формой поиска необходимого и дополнительного материала по дисциплине «Электронная коммерция» с целью доработки знаний, полученных во время лекций, является самостоятельная работа студентов. Именно овладение и изучение студентом рекомендованной литературы создает широкие возможности детального освоения данной дисциплины.

Учитывая тот факт, что изучение дисциплины предусматривает кропотливую работу и содержательное обсуждение вопросов на семинарских занятиях, именно во время самостоятельной работы студент углубляет понимание проблем, активизирует самостоятельный поиск, систематизирует накопленный опыт аналитико-синтетической работы, закладывает основы качественной подготовки докладов, сообщений, как по собственным интересам, так и по заданию преподавателя.

Относительно проблематики учебной дисциплины, студентам рекомендуются следующие виды самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение и углубленная проработка как тем дисциплины, так отдельных вопросов;
- изучение сложных тем учебной дисциплины по конспектам, учебниками и специальной литературе;
- подготовка к контрольным работам и тестированию;
- подготовка по вопросам семинаров, подготовка докладов, тематических сообщений;
- выполнение упражнений, решение задач;
- подготовка и оформление схем, таблиц, презентаций, тестов, кроссвордов.

Для качественной подготовки к семинарским занятиям по каждой теме студенту нужно:

1. Усвоить лекционный материал.
2. Ознакомиться с планом семинара и рекомендованной литературой к нему.

При необходимости получить консультации преподавателя по вопросам, касающимся докладов и сообщений.

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к семинарским занятиям

При подготовке к семинарским занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к семинарским занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета

показателей, ответить на контрольные вопросы. В течении семинарского занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем.

Рекомендации по работе с литературой. Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекции и изучению конспекта, изучаются и книги. Легче освоить дисциплину, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться состояния понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью рекомендуется после изучения очередного параграфа выполнить несколько простых упражнений на данную тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе следующие вопросы (и попробовать ответить на них): о чем этот параграф, какие новые понятия введены, каков их смысл, что даст это на практике?

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

При изучении дисциплины необходимы лекционные аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием имеющемся в ГОУ ВПО ДонАУиГС.

11. Иные сведения и (или) материалы: (включаются на основании решения кафедры)

Оформление сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины

Рабочие программы учебных дисциплин ежегодно обсуждаются, актуализируются на заседаниях ПМК, рассматриваются на заседаниях кафедр и утверждаются проректором по учебной работе, информация об изменениях отражается в листе сведений о дополнении и изменении рабочей программы учебной дисциплины. В случае существенных изменений программа полностью переоформляется. Обновленный электронный вариант программы размещается на сервере университета.

Изменения в РПУД могут вноситься в следующих случаях:

- изменение государственных образовательных стандартов или других нормативных документов, в том числе локальных нормативных актов;
- изменение требований работодателей к выпускникам;
- разработка новых методик преподавания и контроля знаний студентов.

Ответственность за актуализацию РПУД несут преподаватели, реализующие дисциплину.

СВЕДЕНИЯ О ДОПОЛНЕНИИ И ИЗМЕНЕНИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

«Электронная коммерция»

38.03.02 «Менеджмент»

(профили: «Менеджмент непроеизводственной сферы», «Управление в сфере экономической конкуренции», «Управление малым бизнесом», «Антикризисное управления организацией»)

ДОПОЛНЕНО (с указанием раздела РПУД)

ИЗМЕНЕНО (с указанием раздела РПУД)

УДАЛЕНО (с указанием раздела РПУД)

Реквизиты протокола заседания кафедры
от _____ № _____
дата _____

