

Удп: 38.03.02-М-2023-03Ф.plx

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: заместитель директора  
Дата подписания: 14.01.2026 12:31:34  
Уникальный программный ключ:  
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

*Приложение 3*  
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б.1.В.23. Электронная коммерция**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**38.03.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Маркетинг**

(наименование образовательной программы)

**Очно-заочная форма обучения**

(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

*Лунина Виктория Юрьевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики*

**Заведующий кафедрой:**

*Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики*

Рабочая программа дисциплины Б.1.В.23. Электронная коммерция одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «5» ноября 2025 г.

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                        |
| формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области электронной коммерции.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                        |
| <b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- познакомить студентов с особенностями технологических и организационных способов и средств осуществления электронного бизнеса в целом и электронной коммерции как составной его части;</li> <li>- сформировать знания по вопросам создания и эксплуатации информационных систем как основного звена информационной логистической системы, технологий электронной коммерции и защиты информации;</li> <li>- ознакомить студентов с практикой применения современных информационных технологий в функционировании маркетинговых систем, для организации электронного бизнеса, практическими приемами защиты информации и организации юридически значимого электронного документооборота.</li> </ul> |                                                                                                                                        |
| <b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                        |
| Цикл (раздел) ОПОП ВО:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Б1.В                                                                                                                                   |
| <i>1.3.1. Дисциплина "Электронная коммерция" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                        |
| Информационные технологии в профессиональной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                        |
| Маркетинг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                        |
| Теория организации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                        |
| Управление рынком сбыта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                        |
| Маркетинговые исследования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                        |
| <i>1.3.2. Дисциплина "Электронная коммерция" выступает опорой для следующих элементов:</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                        |
| Маркетинговые коммуникации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                        |
| Стратегический маркетинг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                        |
| SMM и вэб-аналитика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                        |
| <b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                        |
| <i>ПК-2.5: Проводит аудит веб-сайтов конкурентов; обладает знаниями основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, критерий и признаков соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; использует методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                        |
| Знать:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                        |
| <b>Уровень 1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | основы эргономичности веб-сайтов, критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; |
| <b>Уровень 2</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта;                                           |
| <b>Уровень 3</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | основы аудита веб-сайтов                                                                                                               |
| Уметь:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                        |
| <b>Уровень 1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | определять критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин;                        |
| <b>Уровень 2</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | применять методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта;                                 |
| <b>Уровень 3</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | осуществлять аудит веб-сайтов                                                                                                          |
| Владеть:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                        |
| <b>Уровень 1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | навыками определения критериев и признаков соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин;            |
| <b>Уровень 2</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | навыками применения методов, программ и сервисов лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта;                      |
| <b>Уровень 3</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | навыками проведения аудита веб-сайтов                                                                                                  |
| <b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                        |
| <i>ПК-3.2: Применяет методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; знает основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                        |
| Знать:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                        |
| <b>Уровень 1</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»;                                                                       |

|                  |                                                                                                                             |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Уровень 2</b> | основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна;                                      |
| <b>Уровень 3</b> | основы организации работы по продвижению в сети «Интернет»;                                                                 |
| <b>Уметь:</b>    |                                                                                                                             |
| <b>Уровень 1</b> | определять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет» в условиях конкретного предприятия;              |
| <b>Уровень 2</b> | работать в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна;                                       |
| <b>Уровень 3</b> | организовывать работу по продвижению в сети «Интернет».                                                                     |
| <b>Владеть:</b>  |                                                                                                                             |
| <b>Уровень 1</b> | навыками определения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет» в условиях деятельности предприятия; |
| <b>Уровень 2</b> | навыками работы в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна;                                |
| <b>Уровень 3</b> | навыками организации работы по продвижению в сети «Интернет».                                                               |

***В результате освоения дисциплины «Электронная коммерция» обучающийся должен:***

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|            | Основы эргономичности веб-сайтов, критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта; основы аудита веб-сайтов. методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет». Методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; основы организации работы по продвижению в сети «Интернет».                          |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|            | Определять критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; применять методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта; осуществлять аудит веб-сайтов. Определять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет» в условиях конкретного предприятия; работать в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; организовывать работу по продвижению в сети «Интернет».                                                          |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|            | Навыками определения критериев и признаков соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; навыками применения методов, программ и сервисов лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта; навыками проведения аудита веб-сайтов. Навыками определения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет» в условиях деятельности предприятия; навыками работы в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; навыками организации работы по продвижению в сети «Интернет». |

### **1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ**

Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.

#### ***Промежуточная аттестация***

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Электронная коммерция" видом промежуточной аттестации является Экзамен

## **РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Общая трудоёмкость дисциплины "Электронная коммерция" составляет 4 зачётные единицы, 144

часов.

Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.

## 2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование разделов и тем /вид занятия/                                | Семестр / Курс | Часов | Компетенции      | Литература                          | Инте ракт. | Примечание |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|------------------|-------------------------------------|------------|------------|
| <b>Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции</b>    |                |       |                  |                                     |            |            |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике /Лек/ | 7              | 1     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной /Сем зан/       | 7              | 0     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной /Ср/            | 7              | 6     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.2. Государство и электронная коммерция /Лек/                      | 7              | 1     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.2. Государство и электронная /Сем зан/                            | 7              | 2     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.2. Государство и электронная /Ср/                                 | 7              | 8     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Лек/       | 7              | 1     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Сем зан/   | 7              | 2     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Ср/        | 7              | 8     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2<br>Л3.3<br>Э1 | 0          |            |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных    | 7              | 1     | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 Л3.2               | 0          |            |

|                                                                                                                      |   |   |                  |                                     |   |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------|-------------------------------------|---|--|
| странах. Электронно-цифровая подпись /Лек/                                                                           |   |   |                  | ЛЗ.3<br>Э1                          |   |  |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись /Сем зан/ | 7 | 4 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись /Ср/      | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| <b>Раздел 2. Раздел 2. Электронный маркетинг как неотъемлемая часть электронной коммерции</b>                        |   |   |                  |                                     |   |  |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Лек/                                                           | 7 | 1 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Сем зан/                                                       | 7 | 4 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Ср/                                                            | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Лек/                                         | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Сем зан/                                     | 7 | 4 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Ср/                                          | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Лек/                                                   | 7 | 1 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Сем зан/                                               | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Ср/                                                    | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2               | 0 |  |

|                                                                                      |   |   |                  |                                     |   |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------|-------------------------------------|---|--|
|                                                                                      |   |   |                  | ЛЗ.3<br>Э1                          |   |  |
| <b>Раздел 3. Раздел 3. Платежные системы и вопросы безопасности</b>                  |   |   |                  |                                     |   |  |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Лек/                                           | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Сем зан/                                       | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Ср/                                            | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Лек/                    | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Сем зан/                | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Ср/                     | 7 | 8 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Лек/     | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Ср/      | 7 | 7 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.1 ЛЗ.2<br>ЛЗ.3<br>Э1 | 0 |  |
| Консультация по дисциплине /Конс/                                                    | 7 | 2 | ПК-2.5<br>ПК-3.2 | Л1.1Л2.1Л3<br>.2 ЛЗ.3               | 0 |  |

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1 В процессе освоения дисциплины "Электронная коммерция" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

3.2 В процессе освоения дисциплины "Электронная коммерция" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

3.3 Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации.

## РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| 4.1. Рекомендуемая литература                                             |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Основная литература                                                    |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
|                                                                           | Авторы,                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                                       | Издательство, год                                                                                                                                                   |
| Л1.1                                                                      | Сковиков, А. Г.                               | Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие для вузов (260 с.)                                                                                                                                                             | Санкт-Петербург : Лань, 2021                                                                                                                                        |
| 2. Дополнительная литература                                              |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
|                                                                           | Авторы,                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                                       | Издательство, год                                                                                                                                                   |
| Л2.1                                                                      | Быстренина, И. Е.                             | Электронная коммерция: учебное пособие (90 с.)                                                                                                                                                                                                                 | Москва : Дашков и К, 2019                                                                                                                                           |
| 3. Методические разработки                                                |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
|                                                                           | Авторы,                                       | Заглавие                                                                                                                                                                                                                                                       | Издательство, год                                                                                                                                                   |
| ЛЗ.1                                                                      | В.Ю. Лунина                                   | Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности: Конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профили: "Маркетинг", "Логистика") очная/заочная формы обучения ( ) | Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021                                                                                                                                    |
| ЛЗ.2                                                                      | В.Ю. Лунина                                   | Электронная коммерция: Методические рекомендации для проведения семинарских занятий для студентов 3 курса образовательной программы бакалавриата, направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль "Маркетинг") очной/заочной форм обучения (42 с.)         | Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022                                                                                                                                    |
| ЛЗ.3                                                                      | В.Ю. Лунина                                   | Электронная коммерция: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Маркетинг») очной/заочной форм обучения (46 с.)   | Донецк: ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2022                                                                                                                                    |
| 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                     |
| Э1                                                                        | Что такое e-commerce (электронная коммерция)? |                                                                                                                                                                                                                                                                | <a href="https://www.internet-technologies.ru/articles/elektronnaya-kommerciya.html">https://www.internet-technologies.ru/articles/elektronnaya-kommerciya.html</a> |

#### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

В ходе освоения дисциплины обучающиеся используют возможности интерактивной коммуникации со всеми участниками и заинтересованными сторонами образовательного процесса, ресурсы и информационные технологии посредством электронной информационной образовательной среды университета.

Информационные технологии: электронная почта, форумы, видеоконференцсвязь - Webinar, виртуальная обучающая среда - Moodle.

Программное обеспечение: Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Word.

#### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог изданий Донецкого филиала РАНХиГС - <http://unilib.dsum.internal/>

Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н. К. Крупской - <http://www.lib-dpr.ru/>

Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА» - <https://cyberleninka.ru/>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Электронная библиотека Института проблем рынка РАН Российской академии наук (ИПР РАН) – <http://www.ipr-ras.ru/libr.htm>

#### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1.1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 208 учебный корпус № 2. – комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран; - специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, Windows 8.1 Professional x86/64 (академическая подписка DreamSpark Premium), LibreOffice 4.3.2.2 (лицензия GNU LGPL v3+ и MPL2.0).

1.2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: №306 учебный корпус №2.

- специализированная мебель: рабочее место преподавателя, рабочие места обучающихся (40), стационарная доска, демонстрационные плакаты;

1.3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации: читальные залы, учебные корпуса 1, 6. Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев 163а, г. Донецк, ул. Артема 94.

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС") и электронно-библиотечную систему (ЭБС IPRbooks), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся в ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: AMD FX 8320/32Gb(4x8Gb)/4Tb(2x2Tb). На сервере установлена свободно распространяемая операционная система DEBIAN 10. MS Windows 8.1 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows XP (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Windows 7 (Лицензионная версия операционной системы подтверждена сертификатами подлинности системы Windows на корпусе ПК ), MS Office 2007 Russian OLP NL AE (лицензии Microsoft № 42638778, № 44250460), MS Office 2010 Russian (лицензии Microsoft № 47556582, № 49048130), MS Office 2013 Russian (лицензии Microsoft № 61536955, № 62509303, № 61787009, № 63397364), Grub loader for ALT Linux (лицензия GNU LGPL v3), Mozilla Firefox (лицензия MPL2.0), Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment, лицензия GNU GPL), IncScape (лицензия GPL 3.0+), PhotoScape (лицензия GNU GPL), 1C ERP УП, 1C ЗУП (бесплатные облачные решения для образовательных учреждений от 1Cfresh.com), OnlyOffice 10.0.1 (SaaS, GNU Affero General Public License3).

### РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

#### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы для проведения экзамена по учебной дисциплине:

Раздел 1. Тема 1.

- 1 Роль электронной коммерции в современном мире
- 2 Определение электронной коммерции
- 3 Перечислите инструменты электронной коммерции?
- 4 Какие принято выделять категории по типу субъектов в электронной коммерции?
- 5 Какие основные отличия в системах электронной коммерции между категорией B2B и B2C?
- 6 В чем состоит основное преимущество электронной коммерции перед другими технологиями товарообмена?

Раздел 1. Тема 2.

- 7 Кто вырабатывает основные требования по правилам и процедурам электронной коммерции?
- 8 Охарактеризуйте основные группы классификации систем электронной коммерции по отношению предприятия к ЭК
- 9 Что такое URL?
- 10 На какие группы делятся доменные зоны?

Раздел 1. Тема 3.

- 11 Что такое классификатор информации?
- 12 Какие классификаторы предпочтительно использовать для создания автоматизированных систем электронной коммерции?
- 13 Чем характеризуются системы электронной коммерции класса B2C?
- 14 Доменное имя какого уровня является наиболее престижным для коммерческой организации?
- 15 Охарактеризуйте иерархию доменных имен в сети Internet
- 16 Что необходимо учесть при выборе Интернет-провайдера?

Раздел 1. Тема 4.

- 17 Дайте определение системы электронного документооборота
- 18 Что входит в состав системы электронного документооборота?
- 19 Определение автоматизированной системы электронной коммерции
- 20 Что такое электронная цифровая подпись?
- 21 Что такое аутентификация?
- 22 Как в соответствии с законодательством РФ обязаны поступать лица, незаконно получившие информацию, составляющую коммерческую тайну?
- 23 Условия, предъявляемые к информации, составляющую коммерческую тайну
- 24 Что включает в себя управление ключами?

Раздел 2. Тема 5.

- 25 Перечислите и охарактеризуйте методы сбора данных для формирования целевой аудитории в системах электронной коммерции
- 26 Назовите основные инструменты проведения маркетинговых исследований в Интернет
- 27 Что представляет собой таргетирование в электронной коммерции?

Раздел 2. Тема 6.

- 28 Что представляет собой web-сайт?
- 29 Какие виды сайтов существуют?
- 30 Какие принципы создания сайтов необходимо соблюдать?  
Назовите основные правила оформления сайта?

Раздел 2. Тема 7.

- 31 В какой коммуникационной модели потребителю отводится исключительно пассивная роль и отсутствует обратная связь?
- 32 От чего зависит эффективность рекламной кампании в Интернет?
- 33 Какие виды рекламы в Интернет существуют?

Раздел 3. Тема 8

- 34 Дайте понятие термину «авторское право»
- 35 Какие нормативные документы регламентируют авторское право?
- 36 Назовите субъекты и объекты авторского права.

Раздел 3. Тема 9.

- 37 Что такое электронные деньги?
- 38 Что такое транзакция в платежных системах Internet?
- 39 Какие платежные системы используются в России на рынке электронной коммерции?
- 40 Сформулируйте условия совершения платежей для электронной коммерции.

Раздел 3. Тема 10.

- 41 Что характеризует показатель посещаемости hosts (хосты) в системе сбора данных HotLog?
- 42 Какие существуют способы борьбы со СПАМом?
- 43 Перечислите основные показатели посещаемости Интернет-статистики
- 44 Что такое система SpyLog?
- 45 Чем объясняется широкое распространение СПАМа?
- 46 Чем обусловлен принцип невозможности создания идеальной системы защиты?
- 47 Какими принципами руководствуются при создании системы безопасности электронной коммерции?
- 48 Какие используются критерии оценки эффективности системы безопасности в электронной коммерции?
- 49 Что такое критерий эффективности?

## 5.2. Темы письменных работ

### ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

#### Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции

##### Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике

1. Организация бизнеса в Интернете, секреты успеха
2. Особенности конкуренции на Интернет-рынке
3. Организация розничной торговли в Интернете
4. Теоретические основы электронной коммерции
5. История возникновения электронного бизнеса

##### Тема 2. Государство и электронная коммерция

6. Реальность и перспективы Интернет-экономики в глобальном контексте
7. Роль государства в регулировании электронной коммерции
8. Электронный бизнес и государственные структуры

##### Тема 3. Системы электронной коммерции в различных секторах

9. Инвестиционная привлекательность российского (украинского) Интернет-бизнеса
10. Технология разработки Интернет-проектов

##### Тема 4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись

11. Нормативно-правовое обеспечение электронной коммерции. Безопасность электронной коммерции
12. Развитие электронной коммерции в мировом сообществе. Особенности внедрения электронной коммерции в ДНР

#### Раздел 2. Электронный маркетинг как неотъемлемая часть электронной коммерции

##### Тема 5. Маркетинговые исследования в сети Интернет

13. Преимущества и недостатки проведения маркетинговых исследований в сети Интернет
14. Методы проведения маркетинговых исследований в сети Интернет

##### Тема 6. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования

15. Бизнес в Интернете: от простого Веб-сайта до информационного портала
16. Индивидуализация торговли (business to consumer)
17. Торговля товарами и услугами через виртуальный магазин
18. Сходства и различия традиционного и виртуального магазинов

##### Тема 7. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве

19. Инструменты коммуникаций Интернет-маркетинга
20. Разработка стратегии продвижения сетевого ресурса

#### Раздел 3. Платежные системы и вопросы безопасности

##### Тема 8. Авторское право в Интернет

21. Защита интеллектуальной собственности в сети Интернет
22. Зарубежный опыт регулирования и защиты авторского права в Интернет

##### Тема 9. Использование и конфигурирование платежных систем

23. Виды современных платежных систем электронной коммерции и особенности их использования

##### Тема 10. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции

24. Эффективность электронной коммерции
25. Способы защиты информации в условиях ведения электронной коммерции

## 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Электронная коммерция" разработан в соответствии с локальным нормативным актом Донецкого филиала РАНХиГС.

Фонд оценочных средств дисциплины "Электронная коммерция" в полном объеме представлен в виде приложения к данному РПД.

## 5.4. Перечень видов оценочных средств

Текущий контроль успеваемости проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), контроля знаний по разделам, выполнения практических заданий, реферата, докладов и индивидуальных заданий.

## РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющих в Донецком филиале РАНХиГС.

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Целью семинарских занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков. В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к семинарским занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций: развивающую, информационно-обучающую, ориентирующую и стимулирующую, воспитывающую, исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
4. Работа с вопросами для самопроверки;
5. Выполнение контрольных работ.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории. Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой Донецкого филиала РАНХиГС, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контрольных работ

К контрольной работе студенты готовятся путем осуществления повторных действий по изучению предмета. Работа по решению задач на контрольном занятии в принципе не отличается от решений студентами отдельных домашних заданий. Однако каждый студент должен быть готов к отстаиванию правильности своего решения и верности избранного им метода.

Методические рекомендации студентам по подготовке к экзамену

При подготовке к экзамену студент должен повторно изучить конспекты лекций и рекомендованную литературу, просмотреть решения основных задач, решенных самостоятельно и на семинарах и включенных в контрольную работу, а также составить письменные ответы на все вопросы, вынесенные на экзамен.