

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 28.05.2026 15:02:48
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 3
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.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 - 2025

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

*Лунина Виктори Юр , канд. экон. наук, доцент, доцент кафедр
маркетинга и логистики*

Заведующий кафедрой:

*Попова Там Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведу и
кафедро маркетинга и логистики*

Рабочая программа дисциплины Б1.В.23 Электронная коммерция одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого института управления – филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «05» ноября 2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

| | |
|--|--|
| 1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ | |
| формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области электронной коммерции. | |
| 1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ | |
| <ul style="list-style-type: none"> - познакомить студентов с особенностями технологических и организационных способов и средств осуществления электронного бизнеса в целом и электронной коммерции как составной его части; - сформировать знания по вопросам создания и эксплуатации информационных систем как основного звена информационной логистической системы, технологий электронной коммерции и защиты информации; - 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. | |
| 1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | |
| Цикл (раздел) ОПОП ВО: | Б1.В |
| <i>1.3.1. Дисциплина "Электронная коммерция" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i> | |
| Public relations | |
| CRM-маркетинг и клиентский опыт | |
| Маркетинг | |
| Основы предпринимательства | |
| <i>1.3.2. Дисциплина "Электронная коммерция" выступает опорой для следующих элементов:</i> | |
| Маркетинговые коммуникации | |
| Преддипломная практика | |
| Рекламный менеджмент | |
| Стратегический менеджмент | |
| 1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ: | |
| <i>ПК-1.2: Обладает навыками планирования и разработки маркетинговой стратегии продвижения, в том числе в сети интернет</i> | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | 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; |
| Уровень 2 | основы аудита веб-сайтов; методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; |
| Уровень 3 | основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; основы организации работы по продвижению в сети «Интернет». |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | 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. |
| Уровень 2 | Определять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет» в условиях конкретного предприятия; |
| Уровень 3 | работать в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; организовывать работу по продвижению в сети «Интернет». |
| Владеть: | |
| Уровень 1 | 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. |
| Уровень 2 | Навыками определения методов маркетинга и маркетинговых инструментов в сети «Интернет» в условиях деятельности предприятия; |
| Уровень 3 | навыками работы в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; навыками организации работы по продвижению в сети «Интернет». |
| <i>В результате освоения дисциплины "Электронная коммерция" обучающийся должен:</i> | |
| 3.1 | Знать: |

| | |
|--|---|
| | 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»; основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; основы организации работы по продвижению в сети «Интернет». |
| 3.2 | Уметь: |
| | 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». |
| 3.3 | Владеть: |
| | 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 |
| Раздел 1. Раздел 1. Теоретические основы электронной коммерции | | | | | | |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике /Лек/ | 7 | 1 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной /Сем зан/ | 7 | 1 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 | 0 | |

| | | | | | | |
|--|---|---|--------|--|---|--|
| | | | | Э1 Э2 | | |
| Тема 1.1. Электронная коммерция и ее место в современной /Ср/ | 7 | 5 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.2. Государство и электронная коммерция /Лек/ | 7 | 1 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.2. Государство и электронная /Сем зан/ | 7 | 1 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.2. Государство и электронная /Ср/ | 7 | 5 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.3. Системы электронной коммерции в различных секторах /Ср/ | 7 | 6 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 1.4. Особенности регулирования электронной коммерции в различных странах. Электронно-цифровая подпись /Ср/ | 7 | 8 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Раздел 2. Раздел 2. Электронный маркетинг как неотъемлемая часть электронной коммерции | | | | | | |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 | 0 | |

| | | | | | | |
|--|---|----|--------|--|---|--|
| | | | | Э1 Э2 | | |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.1. Маркетинговые исследования в сети Интернет /Ср/ | 7 | 9 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.2. Web-сайт: понятие, виды, технологии создания и использования /Ср/ | 7 | 9 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в Интернет-пространстве /Ср/ | 7 | 9 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Раздел 3. Раздел 3. Платежные системы и вопросы безопасности | | | | | | |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.1. Авторское право в Интернет /Ср/ | 7 | 10 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 | 0 | |

| | | | | | | |
|--|---|----------|--------|--|---|--|
| | | | | Э1 Э2 | | |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.2. Использование и конфигурирование платежных систем /Ср/ | 7 | 10 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Лек/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Сем зан/ | 7 | 2 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| Тема 3.3. Безопасность и экономическая эффективность электронной коммерции /Ср/ | 7 | 8 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 0 | |
| К / / / | 7 | 2/2/9/18 | ПК-1.2 | Л1.1 Л1.2Л2.1Л3 .1 Л3.2 Э1 Э2 | 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 | 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/очно-заочная формы обучения | Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025 |
| Л1.2 | Жильчик Е. Е., Пархименко В. А. | Интернет-маркетинг и электронная коммерция : учебное пособие (252 с.) | БГУИР, 2025 |
| 2. Дополнительная литература | | | |
| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год |
| Л2.1 | Сковиков, А. Г. | Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие для вузов (260 с.) | Санкт-Петербург : Лань, 2022 |
| 3. Методические разработки | | | |
| | Авторы, | Заглавие | Издательство, год |
| Л3.1 | 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/очно-заочной форм обучения (42 с.) | Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025 |
| Л3.2 | 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/очно-заочной форм обучения (46 с.) | Донецк: ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС", 2025 |
| 4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | |
| Э1 | ЭБС «ЛАНЬ» | https://e.lanbook.com | |
| Э2 | ЭБС «ЗНАНИУМ» | https://znanium.ru | |
| 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: - Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.) - 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License) - AIMP (лицензия LGPL v.2.1) - STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use) - GIMP (лицензия GNU General Public License) - Inkscape (лицензия GNU General Public License). | | | |
| 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы | | | |
| Федеральная служба государственной статистики - https://rosstat.gov.ru/ «Яндекс Метрика» - https://metrika.yandex.ru/ Федеральная служба государственной статистики https://rosstat.gov.ru/ Статистика бизнеса в России — средний чек, число организаций и рейтинг по регионам - https://xn--1lagf.xn--p1ai/analytics/ Электронная библиотечная система "Лань" - https://e.lanbook.com/ | | | |
| 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины | | | |

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:
рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для подготовки к экзамену 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 РФ

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 института управления – 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, имеющихся в Донецком институте управления – 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 института управления – 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.