

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.24 Электронная коммерция

38.03.05 Бизнес-информатика

Электронный бизнес

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является изучение основных методов и средств автоматизации производственной информации при решении аналитических и производственных задач с помощью ПК; использование цифровых технологий работы с производственной информацией включая технологии автоматизации бизнес-процессов

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.1 Применяет методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	знает методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий умеет применять методы исследования и анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий владеет навыками навыками анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий
ОПК-2 Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом;	ОПК-2.3 Выбирает рациональные решения для управления бизнесом на основе анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	знает методы анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий умеет выбирать рациональные решения для управления бизнесом владеет навыками навыками анализа рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий
ПК-1 Управление информационными ресурсами	ПК-1.1 Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов	знает как создавать и редактировать контент сайтов умеет создавать и редактировать контент сайта владеет навыками навыками по организации работ создания и редактирования сайтов
ПК-1 Управление информационными ресурсами	ПК-1.3 Организация работ по изменению структуры сайта	знает структуру сайта умеет изменять структуру сайта владеет навыками навыками организации работ по изменению

		структуры сайта
--	--	-----------------

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронная коммерция» является дисциплиной обязательной части программы.

Изучение дисциплины осуществляется в 7 семестре(-ах).

Для освоения дисциплины «Электронная коммерция» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Цифровые технологии в профессиональной деятельности

Бизнес-планирование

Интернет-маркетинг

Информационные технологии электронного бизнеса

Программирование в бизнес-системах

Информационные системы в экономике

Операционные системы

Технологии программирования

Организация труда и работа с персоналом

Web-программирование

Сетевые технологии

Конфигурирование в информационных системах

Технологическая (проектно-технологическая) практика

Технологическая (проектно-технологическая) практика

Анализ больших данных

Моделирование бизнес-процессов

Ознакомительная практика

Освоение дисциплины «Электронная коммерция» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Системы искусственного интеллекта

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Преддипломная практика

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Электронная коммерция» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
7	144/4	18		36	54	36	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4		8			

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
7	144/4						0.25

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Раздел 1									
1.1.	Система управления организацией	7	16	4		12	16	Тест	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.3	
1.2.	КТ 1	7	4			4		КТ 1	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.3	
1.3.	Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	7	28	14		14	38	Тест	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.3	
1.4.	КТ 2	7	4			4		КТ 2	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.3	
1.5.	КТ 3	7	2			2		КТ 3	ОПК-2.1, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.3	
	Промежуточная аттестация		Эк							
	Итого		144	18		36	54			
	Итого		144	18		36	54			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка

Система управления организацией	Система управления организацией	2/2
Система управления организацией	Принципы и методы анализа и оптимизации бизнес процессов	2/2
Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	2/-
Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	Методология моделирования бизнес-процессов	12/-
Итого		18

5.2.2. Лабораторные занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Система управления организацией	Бизнес-процесс как объект исследования	лаб.	8
Система управления организацией	Автоматизация бизнес процессов, как необходимое условие эффективности компании	лаб.	4
КТ 1	Контрольная точка 1	лаб.	4
Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	Методология функционального моделирования SADT	лаб.	6
Современные подходы к моделированию бизнес-процессов	Методология моделирования бизнес-процессов ARIS, BPMN	лаб.	8
КТ 2	Контрольная точка 2	лаб.	4
КТ 3	КТ 3	лаб.	2

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы
Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	8

Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	8
Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	20
Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	18

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Электронная коммерция» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Электронная коммерция».
 2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Электронная коммерция».
 3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ () (при наличии).
 4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)
 5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).
- Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Система управления организацией . Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1	Л3.1, Л3.2
2	Система управления организацией . Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1	Л3.1, Л3.2
3	Современные подходы к моделированию бизнес-процессов . Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1	Л3.1, Л3.2
4	Современные подходы к моделированию бизнес-процессов . Самостоятельное изучение пройденного материала и подготовка к лабораторной работе	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4	Л2.1	Л3.1, Л3.2

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Электронная коммерция»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Электронная коммерция» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения

обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Электронная коммерция» проводится в виде Экзамен.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
7 семестр			
КТ 1	Тест		10
КТ 2	Тест		10
КТ 3	Тест		10
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
7 семестр			
КТ 1	Тест	10	10 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 85 % и выше; 8–9 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 70–84 %; 6–7 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 55–69 %; 4–5 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 44–54 %; 0–3 балла выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 43 % и менее.

КТ 2	Тест	10	10 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 85 % и выше; 8–9 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 70–84 %; 6–7 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 55–69 %; 4–5 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 44–54 %; 0–3 балла выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 43 % и менее.
КТ 3	Тест	10	10 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 85 % и выше; 8–9 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 70–84 %; 6–7 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 55–69 %; 4–5 баллов выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 44–54 %; 0–3 балла выставляется обучающемуся, если тестовые задания выполнены на 43 % и менее.

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

5 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов Задачи решены с небольшими недочетами.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся:

для экзамена:

- «отлично» – от 89 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному;

- «хорошо» – от 77 до 88 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками;

- «удовлетворительно» – от 65 до 76 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 64 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Электронная коммерция»

Информационные технологии и коммуникационные процессы
Графический дизайн документов в информационной среде
Электронные технологии производственных расчетов
Организация базы данных в ИТ-среде
ИТ в решении задач профессиональной направленности
Электронная обработка массивов производственных данных
Информационные технологии визуального проектирования
Проектирование электронных форм и интерфейса
Цифровые трансформации в экономике и АПК
Компьютерное проектирование цифровых документов
Обработка производственной информации в цифровой среде
Аналитика производственных данных в электронном облаке
Цифровой мониторинг производственных процессов в АПК
Цифровые модели представления данных
Интерфейсы цифровой аналитики
Разработка цифрового проекта устойчивого развития
Цифровые технологии в архитектуре информационных систем
Цифровая визуализация производственных процессов
ИТ-обработка информации в профессиональной сфере
Цифровое проектирование деловой документации
Модели и тренды процессов цифровизации в сфере производства
Модели цифровизации в бизнес-управлении
Электронные модели и интерфейсы научного исследования
Кибербезопасность в производственной сфере

Примерные темы рефератов:

1. Основные этапы разработки web-приложений
2. Обзор современных систем управления контентом для электронной коммерции
3. Корпоративные порталы
4. Технический аудит сайта при поисковом продвижении
5. Основы текстового ранжирования в поисковой системе Яндекс
6. Особенности индексации сайтов роботами Яндекс
7. Обзор современных поисковых систем
8. Основные принципы построения информационно-поисковых систем
9. Структура протокола ssh
10. Характеристика и структура протокола ftp
11. Динамический html
12. Тестирование доступности web-ресурса
13. Концепция web 2.0
14. Особенности технологии flash
15. Архитектура распределенных систем

Задание 1

К какой модели электронной коммерции (B2X) относится интернет-магазин, продающий

товары конечным потребителям?

- а) B2B (Business-to-Business)
- б) B2C (Business-to-Consumer)
- в) C2C (Consumer-to-Consumer)
- г) B2G (Business-to-Government)

Правильный ответ: б

Задание 2

Какие из перечисленных элементов являются ключевыми для создания эффективного сайта электронной коммерции (с точки зрения конверсии)? (Выберите несколько вариантов)

- а) Сложная, художественная анимация на главной странице
- б) Удобная навигация и простой процесс оформления заказа
- в) Наличие подробных отзывов и рейтингов товаров
- г) Высокое качество фотографий товаров и подробные описания
- д) Обязательная регистрация перед просмотром каталога

Правильный ответ: б, в, г

Задание 3

Основное экономическое преимущество электронной коммерции для бизнеса — это:

- а) Полное отсутствие необходимости в логистике
- б) Существенное снижение транзакционных издержек
- в) Гарантия 100% лояльности клиентов
- г) Отсутствие конкуренции

Правильный ответ: б

Задание 4

Какой показатель в аналитике электронной коммерции рассчитывается как отношение числа посетителей, совершивших целевое действие (покупку), к общему числу посетителей?

- а) Средний чек (Average Order Value)
- б) Показатель отказов (Bounce Rate)
- в) Конверсия (Conversion Rate)
- г) Пожизненная ценность клиента (LTV)

Правильный ответ: в

Задание 5

Модель монетизации, при которой компания предоставляет базовый функционал бесплатно, а за расширенные возможности или премиум-контент взимает плату, называется:

- а) Freemium
- б) Subscription (Подписка)
- в) Transaction Fee (Комиссия с транзакции)
- г) Affiliate Marketing (Партнерский маркетинг)

Правильный ответ: а

Задание 6

Какой правовой аспект является КРИТИЧЕСКИ важным для сайта электронной коммерции в РФ?

- а) Наличие музыки на фоне
- б) Размещение политики обработки персональных данных
- в) Использование определенного цвета в дизайне
- г) Обязательное наличие мобильной версии

Правильный ответ: б

Задание 7

Платежная система, которая позволяет совершать покупки онлайн, используя средства, привязанные к номеру мобильного телефона, — это:

- а) Apple Pay / Google Pay
- б) Криптовалютный кошелек
- в) Carrier Billing (Платеж через оператора связи)
- г) Банковский перевод

Правильный ответ: в

Задание 8

Что из перечисленного является примером использования технологии больших данных (Big

Data) в электронной коммерции?

- а) Хранение прайс-листа в Excel
- б) Персонализированные рекомендации товаров на основе истории просмотров и покупок
- в) Наличие электронной почты для связи
- г) Использование домена в зоне .ru

Правильный ответ: б

Задание 9

Маркетинговая стратегия, основанная на создании и распространении ценного контента для привлечения целевой аудитории, — это:

- а) Спам-рассылка
- б) Контент-маркетинг
- в) Холодные звонки
- г) Вирусный маркетинг

Правильный ответ: б

Задание 10

Что такое «Карточка товара» в контексте электронной коммерции?

- а) Пластиковая дисконтная карта
- б) Страница сайта, содержащая всю информацию об одном товаре (фото, описание, цена, отзывы)
- в) Юридический документ на товар
- г) Транспортная накладная

Правильный ответ: б

Задание 11

Какие из перечисленных факторов относятся к основным рискам электронной коммерции? (Выберите несколько вариантов)

- а) Кибермошенничество и кража платежных данных
- б) Несоответствие товара описанию на сайте
- в) Логистические сложности и проблемы с доставкой
- г) Отсутствие возможности примерить товар (для одежды, обуви)
- д) Полная автоматизация и отсутствие человеческого фактора

Правильный ответ: а, б, в, г

Задание 12

Показатель «Средний чек» (Average Order Value) увеличивается, если:

- а) Уменьшить стоимость доставки
- б) Внедрить программу перекрестных продаж (предлагать сопутствующие товары)
- в) Снизить цены на все товары на 50%
- г) Убрать раздел с отзывами

Правильный ответ: б

Задание 13

Платформа, где разные продавцы могут предлагать свои товары единой аудитории, а администратор площадки обеспечивает процессинг платежей и набор инструментов, — это:

- а) Корпоративный сайт-визитка
- б) Маркетплейс (Marketplace)
- в) SaaS-платформа
- г) Социальная сеть

Правильный ответ: б

Задание 14

Какая бизнес-модель описывает ситуацию, когда компания продает подписку на регулярную доставку товаров (например, коробки с едой, косметикой)?

- а) Dropshipping
- б) Crowdfunding
- в) Subscription-box (Подписка на коробки)
- г) White Label

Правильный ответ: в

Задание 15

Интеграция онлайн- и офлайн-каналов продаж, когда клиент может, например, заказать

товар онлайн, а забрать его в магазине, — это:

- а) Pure-play
- б) Omnichannel
- в) Нишевый маркетинг
- г) Аутсорсинг

Правильный ответ: б

Задание 16

Что является основной целью поисковой оптимизации (SEO) для сайта электронной коммерции?

- а) Создание вирусного видеоролика
- б) Улучшение позиций сайта в органической выдаче поисковых систем
- в) Запуск контекстной рекламы
- г) Настройка email-рассылок

Правильный ответ: б

Задание 17

Экономический эффект, когда каждый новый пользователь платформы увеличивает ее ценность для всех остальных пользователей, характерен для:

- а) Любого традиционного магазина
- б) Двусторонних рынков (платформ) и социальных сетей
- в) Производственных предприятий
- г) Сайтов-одностраничников (Landing Page)

Правильный ответ: б

Задание 18

Что такое «Кешбэк» в электронной коммерции?

а) Возврат товара
б) Частичный возврат денег за покупку на счет покупателя в виде бонусов или реальных средств

- в) Система скидок для оптовых покупателей
- г) Страхование доставки

Правильный ответ: б

Задание 19

Модель, при которой онлайн-ритейлер не держит товары на своих складах, а переадресует заказ поставщику, который и осуществляет отгрузку напрямую клиенту, — это:

- а) White Label
- б) Dropshipping
- в) Franchising
- г) Manufacturing

Правильный ответ: б

Задание 20

Какой инструмент интернет-маркетинга позволяет таргетировать рекламу на пользователей, которые уже посещали ваш сайт или интересовались определенными товарами?

- а) SEO
- б) Ретаргетинг / Ремаркетинг
- в) SMM (продвижение в соцсетях)
- г) Нативная реклама

Правильный ответ: б

Задание 1

Установите этапы классического цикла покупки (пользовательского пути) в электронной коммерции от осведомленности до лояльности.

- A. Совершение покупки (Purchase)
- B. Осведомленность (Awareness)
- C. Удержание и лояльность (Retention & Loyalty)
- D. Рассмотрение и оценка (Consideration)
- E. Доставка и постпродажное обслуживание (Delivery & Post-purchase)

Правильный порядок: B → D → A → E → C

Задание 2

Установите соответствие между моделью электронной коммерции (B2X) и ее примером.

1. B2B (Business-to-Business)
2. B2C (Business-to-Consumer)
3. C2C (Consumer-to-Consumer)
4. B2G (Business-to-Government)

А. Продажа офисной мебели через корпоративный сайт.

Б. Авиакомпания, продающая билеты через свое мобильное приложение.

В. Аукцион, где пользователи продают друг другу коллекционные товары.

Г. Поставка программного обеспечения для электронного документооборота в государственную больницу.

Правильное соответствие: 1-А, 2-Б, 3-В, 4-Г

Задание 3

Установите соответствие между бизнес-моделью в e-commerce и ее описанием.

1. Маркетплейс
2. Dropshipping
3. Подписка (Subscription)
4. White Label / Private Label

А. Продажа товаров под собственным брендом, произведенных на сторонней фабрике.

Б. Платформа для множества независимых продавцов.

В. Регулярная оплата за периодическую доставку товара или доступ к сервису.

Г. Продавец принимает заказы, но не держит товар, передавая его поставщику для прямой отгрузки клиенту.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-Г, 3-В, 4-А

Задание 4

Установите соответствие между ключевой метрикой e-commerce и ее формулой/описанием.

1. Конверсия (Conversion Rate, CR)
2. Средний чек (Average Order Value, AOV)
3. Пожизненная ценность клиента (Lifetime Value, LTV)
4. Стоимость привлечения клиента (Customer Acquisition Cost, CAC)

А. Общая выручка / Количество заказов.

Б. $(\text{Количество покупок} / \text{Количество посетителей}) * 100\%$.

В. Общая прибыль, которую приносит клиент за все время взаимодействия с компанией.

Г. Общие затраты на маркетинг / Количество новых клиентов.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г

Задание 5

Установите соответствие между каналом привлечения трафика и его характеристикой.

1. SEO (Поисковая оптимизация)
2. Контекстная реклама (Google Ads, Яндекс.Директ)
3. SMM (Социальные сети)
4. Email-маркетинг

А. Платный трафик по ключевым словам, высокая конверсия, но требует постоянных расходов.

Б. Работа с лояльной, «теплой» аудиторией, высокий ROI, но требует базы подписчиков.

В. Органический (бесплатный) трафик, долгосрочный результат, но требует времени.

Г. Трафик, основанный на вовлеченности и виральности, хорош для построения комьюнити.

Правильное соответствие: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

Задание 6

Установите соответствие между инструментом/технологией и решаемой бизнес-задачей в e-commerce.

1. CRM-система
2. ERP-система
3. Сквозная аналитика (Roistat, Google Analytics 4)
4. Чат-боты / Онлайн-консультанты

А. Управление складскими остатками, финансами и закупками.

Б. Автоматизация ответов на частые вопросы, снижение нагрузки на поддержку.

В. Отслеживание пути клиента от клика до покупки по всем каналам.

Г. Управление взаимоотношениями с клиентами, email-рассылки, программа лояльности.
Правильное соответствие: 1-Г, 2-А, 3-В, 4-Б

Задание 7

Расставьте этапы создания и запуска интернет-магазина в логической последовательности.

- А. Разработка и тестирование сайта
- В. Анализ рынка, выбор ниши и поставщиков
- С. Юридическое оформление, подключение эквайринга
- Д. Настройка рекламы и привлечение первых клиентов
- Е. Составление технического задания (ТЗ) и проектирование UX/UI

Правильный порядок: В → С → Е → А → Д

Задание 8

Установите соответствие между типом логистической модели и ее описанием.

- 1. FBL (Fulfillment by Marketplace)
 - 2. Dropshipping
 - 3. Собственный склад (Merchant Fulfillment)
 - 4. Фулфилмент-сервис (3PL)
- А. Продавец хранит и обрабатывает заказы самостоятельно.
 - Б. Продавец использует склады и службу доставки маркетплейса (например, WB, Ozon).
 - В. Сторонняя компания берет на себя хранение, комплектацию и отправку заказов.
 - Г. Продавец не контактирует с товаром, поставщик отправляет его напрямую клиенту.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В

Задание 9

Установите соответствие между этапом воронки продаж и инструментом маркетинга, наиболее для него эффективным.

- 1. Осведомленность (Awareness)
 - 2. Рассмотрение (Consideration)
 - 3. Решение (Decision)
 - 4. Лояльность (Loyalty)
- А. Ретаргетинг, промокоды на первую покупку, отзывы.
 - Б. Контент-маркетинг (блог, инфографика), SEO, таргетированная реклама на широкую аудиторию.
 - В. Программа лояльности, персональные предложения, email-рассылки о новинках.
 - Г. Сравнительные обзоры, вебинары, case studies.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В

Задание 10

Установите соответствие между понятием и его определением.

- 1. GMV (Gross Merchandise Volume)
 - 2. ROI (Return on Investment)
 - 3. Карточка товара (Product Page)
 - 4. Юзабилити (Usability)
- А. Общая сумма всех совершенных покупок на платформе за период.
 - Б. Показатель окупаемости инвестиций: (Прибыль от вложений / Размер вложений) * 100%.
 - В. Удобство и простота использования сайта или приложения.
 - Г. Страница сайта, целиком посвященная одному товару.

Правильное соответствие: 1-А, 2-Б, 3-Г, 4-В

Задание 11

Установите соответствие между правовым аспектом e-commerce в РФ и его назначением.

- 1. Политика конфиденциальности (обработки персональных данных)
 - 2. Публичная оферта
 - 3. Закон «О защите прав потребителей»
 - 4. 54-ФЗ (онлайн-кассы)
- А. Регулирует дистанционную продажу, право на возврат.
 - Б. Документ, размещенный на сайте, с которым клиент соглашается при заказе (договор купли-продажи).
 - В. Регламентирует обработку данных клиентов в соответствии с 152-ФЗ.
 - Г. Обязанность формировать чек и отправлять его клиенту в электронном виде.

Правильное соответствие: 1-В, 2-Б, 3-А, 4-Г

Задание 12

Установите соответствие между форматом контента и его основной целью в контент-маркетинге для e-commerce.

1. Обзоры и сравнения товаров
2. Блог-статьи (гиды, инструкции)
3. Пользовательский контент (UGC)
4. Видео-распаковки (unboxing)

А. Повышение доверия за счет демонстрации реального опыта других покупателей.

Б. Помощь в принятии решения, снижение сомнений.

В. Привлечение трафика из поиска по информационным запросам.

Г. Наглядная демонстрация товара «вживую», создание эмоциональной связи.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г

Задание 13

Установите последовательность обработки онлайн-заказа в классической модели с собственным складом (fulfillment).

А. Формирование и упаковка заказа на складе

В. Подтверждение заказа и оплата клиентом

С. Информирование клиента об отправке (трек-номер)

Д. Доставка курьером или в пункт выдачи

Е. Поступление заказа в систему (оформление корзины)

Правильный порядок: E → В → А → С → D

Задание 14

Установите соответствие между проблемой e-commerce и ее вероятной причиной.

1. Высокий показатель отказа от корзины (Cart Abandonment)

2. Низкая конверсия из посетителей в покупатели

3. Высокий процент возвратов

4. Низкая повторная покупка (Retention)

А. Несоответствие товара описанию или фото, сложный размер.

Б. Неожиданно высокие затраты на доставку в конце оформления заказа.

В. Сложный или долгий процесс оформления заказа, технические ошибки.

Г. Отсутствие программы лояльности, плохое постпродажное обслуживание.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г

Задание 15

Установите правильный порядок расчета ключевых финансовых метрик e-commerce проекта от валовой выручки.

А. Выручка (Revenue/GMV)

В. Маржинальность (Margin)

С. Валовая прибыль (Gross Profit)

Д. Чистая прибыль (Net Profit)

Е. Операционные расходы (ОРЕХ: маркетинг, логистика, зарплаты)

Правильный порядок: А → С → В → Е → D

Задание 16

Установите соответствие между платформой/сервисом и ее основной специализацией.

1. Shopify, WooCommerce

2. Salesforce Commerce Cloud

3. Битрикс24

4. 1С-Битрикс: Управление сайтом

А. Крупные корпоративные решения для международного рынка.

Б. Платформы для быстрого создания интернет-магазинов (SaaS и на WordPress).

В. Российская CRM-система с элементами управления задачами и e-commerce.

Г. Российская CMS, популярная для создания сложных интернет-магазинов с интеграцией

1С.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г

Задание 17

Установите соответствие между экономическим эффектом и его проявлением в e-commerce.

1. Эффект масштаба (Economies of Scale)
2. Сетевой эффект (Network Effect)
3. Длинный хвост (The Long Tail)
4. Эффект узнаваемости (Brand Awareness Effect)

А. Продажа множества нишевых товаров в совокупности приносит прибыль, сравнимую с продажами хитов.

Б. Снижение удельной стоимости хранения, доставки и закупки при росте объема продаж.

В. Ценность платформы (маркетплейса, соцсети) растет для каждого пользователя с ростом общего числа пользователей.

Г. Снижение САС и рост конверсии за счет того, что бренд уже известен и ему доверяют.

Правильное соответствие: 1-Б, 2-В, 3-А, 4-Г

Задание 18

Расставьте этапы развития бизнеса на маркетплейсе (например, Wildberries) по возрастанию сложности и объема.

А. Масштабирование: расширение ассортимента, работа с рекламой внутри маркетплейса

В. Анализ спроса и выбор товарной ниши

С. Выход на другие маркетплейсы и создание собственного сайта (omni-channel)

Д. Регистрация в качестве продавца, первые поставки на склад маркетплейса

Е. Оптимизация карточек товаров, работа с отзывами

Правильный порядок: В → Д → Е → А → С

Задание 19

Установите соответствие между типом платежа и его характеристикой.

1. Онлайн-эквайринг

2. Наложенный платеж

3. Электронные кошельки (ЮMoney, Qiwi)

4. Криптовалюты

А. Оплата при получении, высокий риск для продавца (возвраты), дополнительная комиссия.

Б. Высокая волатильность, анонимность, используется в нишевых сегментах.

В. Мгновенное списание с карты, низкие риски для продавца, комиссия банку.

Г. Удобство для пользователей, создавших кошельки, быстрые платежи.

Правильное соответствие: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

Задание 20

Установите соответствие между ролью в e-commerce-проекте и ее основными функциями.

1. Мерчандайзер

2. Трафик-менеджер

3. SMM-специалист

4. Аналитик данных (Data Analyst)

А. Управляет ассортиментом, ценами, анализирует продажи и остатки.

Б. Настраивает и оптимизирует рекламные кампании в Яндекс.Директ, Google Ads и т.д.

В. Строит дашборды, рассчитывает метрики (LTV, САС, ROI), ищет точки роста.

Г. Создает контент и вовлекает аудиторию в социальных сетях.

Правильное соответствие: 1-А, 2-Б, 3-Г, 4-В

Задание 1

Задание: В модели B2G буква «G» означает государство. Впишите правильную английскую расшифровку: B2_ (введите слово).

Ответ: government

Задание 2

Утверждение: Основная цель CRM-системы — управление взаимоотношениями с поставщиками.

Ответ: Неверно

Задание 3

Утверждение: KPI (Key Performance Indicator) «Средний чек» рассчитывается как выручка, деленная на количество заказов.

Ответ: Верно

Задание 4

Задание: Какой процент от общего объема онлайн-платежей в РФ по данным ЦБ на 2023 год приходился на СБП? (Введите примерное целое число).

Ответ:30

Задание 5

Задание: Согласно классификации, интернет-аукцион eBay является примером модели «потребитель для потребителя». Введите аббревиатуру этой модели (латиницей).

Ответ: C2C

Задание 6

Утверждение: Цифровые товары имеют нулевые предельные издержки на распространение каждой дополнительной копии.

Ответ: Верно

Задание 7

Утверждение: Модель SaaS (Software as a Service) предполагает разовую покупку и установку программного обеспечения на серверы компании.

Ответ: Неверно

Задание 8

Утверждение: Дропшипинг — это бизнес-модель, при которой продавец хранит у себя товарные запасы.

Ответ: Неверно

Задание 9

Задание: Если компания продает программное обеспечение для бухгалтерии другим компаниям через облачную подписку, это модель B2_? (Введите букву и цифру).

Ответ: B2B

Задание 10

Утверждение: Понятие «фулфилмент» включает в себя только хранение товаров на складе.

Ответ: Неверно

Задание 11

Задание: Ключевой метрикой эффективности контекстной рекламы является CTR. Как расшифровывается эта аббревиатура? (Введите английскую расшифровку).

Ответ: Click-Through Rate

Задание 12

Утверждение: SSL-сертификат на сайте необходим для шифрования финансовых данных при онлайн-оплате.

Ответ: Верно

Задание 13

Задание: Мобильная коммерция, осуществляемая с помощью smartphones, называется _____-коммерция. (Введите слово, начинающееся на "м").

Ответ: мобильная

Задание 14

Задание: Код безопасности на обратной стороне банковской карты называется CVV2. Сколько цифр он обычно содержит? (Введите число).

Ответ: 3

Задание 15

Утверждение: Чем выше показатель оттока клиентов (churn rate), тем лучше для компании в долгосрочной перспективе.

Ответ: Неверно

Задание 16

Утверждение: EDI (Electronic Data Interchange) используется для автоматического обмена структурированными бизнес-документами между информационными системами компаний.

Ответ: Верно

Задание 17

Задание: Скидка, которую взимает платежная система или маркетплейс с продавца за обработку платежа, называется торговый _____ . (Введите пропущенное слово).

Ответ: эквайринг

Задание 18

Задание: Платформа, которая объединяет множество поставщиков и покупателей в одном месте, называется электронной _____. (Введите пропущенное слово).

Ответ: площадкой

Задание 19

Утверждение: Платежный шлюз и платежный агрегатор — это одно и то же.

Ответ: Неверно

Задание 20

Утверждение: Юзабилити (usability) сайта — это второстепенный фактор, который не влияет напрямую на конверсию в покупку.

Ответ: Неверно

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Зуева А. Н. Бизнес-процессы: анализ, моделирование, управление [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: РТУ МИРЭА, 2020. - 157 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/163874>

Л1.2 Баланов А. Н. Автоматизация, цифровизация и оптимизация бизнес-процессов: IT-решения и стратегии для современных компаний [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 172 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/394532>

Л1.3 Точилкина Т. Е. Моделирование бизнес-процессов. Практикум [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: КноРус, 2023. - 161 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/950317>

Л1.4 Баланов А. Н. Оптимизация и автоматизация бизнес-процессов [Электронный ресурс]:учеб. пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 628 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/430124>

дополнительная

Л2.1 Калянов Г. Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов:учеб. пособие для студентов вузов по специальности 080801 "Прикладная математика (по областям)" и др. экон. специальностям. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 240 с.

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

Л3.1 Назаренко А. В., Звягинцева О. С., Запорожец Д. В. Моделирование бизнес-процессов:учеб. пособие. - Ставрополь: АГРУС, 2019. - 7,31 МБ

Л3.2 Петросов Д. А., Коротеев М. В., Андриянов Н. А., Косарев В. Е. Интеллектуальный структурно-параметрический синтез имитационных моделей и бизнес-процессов [Электронный ресурс]:монография. - Москва: Русайнс, 2024. - 98 с. – Режим доступа: <https://book.ru/book/953196>

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

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция: учебное пособие. СПб.: Лань, 2022.	https://e.lanbook.com/book/189400
2	Горбунова О. Н., Войнолович А. М., Алексашина Е. С. Электронный бизнес. Модели бизнеса в интернете: учебное пособие. Тамбов: ТГУ им. Г. Р. Державина, 2022.	https://e.lanbook.com/book/331232

3	Кетько Н. В., Копылов А. В., Скитер Н. Н. Электронный бизнес: учебное пособие. Волгоград: ВолгГТУ, 2020.	https://e.lanbook.com/book/157201
4	Рындина С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов: учебное пособие. Пенза: ПГУ, 2019.	https://e.lanbook.com/book/162239
5	Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт.	https://urait.ru/bcode/536372
6	Электронная коммерция: учебное пособие / электронный ресурс ЭБС Znanium.	https://znanium.com/catalog/document?id=432326

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекционные занятия

Основа освоения дисциплины – лекция, целью которой является целостное и логичное рассмотрение основного материала курса. Вместе с тем значимость лекции определяется тем, что она не только способствует выработке логического мышления, но и способствует развитию интереса к пониманию современной действительности.

Задача студентов в процессе умелой и целеустремленной работы на лекциях – внимательно слушать преподавателя, следить за его мыслью, предлагаемой системой логических посылок, доказательств и выводов, фиксировать (записывать) основные идеи, важнейшие характеристики понятий, теорий, наиболее существенные факты. Лекция задает направление, содержание и эффективность других форм учебного процесса, нацеливает студентов на самостоятельную работу и определяет основные ее направления (подготовку к практическим занятиям, выполнение творческих заданий, рефератов, решение контекстных задач).

Записывание лекции – творческий процесс. Запись лекции крайне важна. Это позволяет надолго сохранить основные положения лекции; способствует поддержанию внимания; способствует лучшему запоминанию материала. Важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии. Для быстрой записи текста можно придумать условные знаки, при этом таких знаков не должно быть более 10–15. Условные обозначения придумывают для часто встречающихся слов (существует, который, каждый, точка зрения, на основании и т.п.).

Перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции. В рабочей тетради графически выделить: тему лекции, основные теоретические положения. Подготовленный студент легко следит за мыслью преподавателя, что позволяет быстрее запоминать новые понятия, сущность которых выявляется в контексте лекции. Повторение материала облегчает в дальнейшем подготовку к экзамену. Затем надо ознакомиться с материалом темы по учебнику, внести нужные уточнения и дополнения в лекционный материал. После усвоения каждой темы рекомендуется проверять свои знания, отвечая на контрольные вопросы по теме.

Практические занятия

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Являясь частью образовательного процесса, практические занятия преследует ряд основополагающих задач:

- работа с источниками, которая идет на уровнях индивидуальной самостоятельной работы и в ходе коллективного обсуждения;
- формирование умений и навыков индивидуальной и коллективной работы, позволяющих эффективно использовать основные методы исследования, грамотно выстраивать его основные технологические этапы (знакомство с темой и имеющейся по ней информацией, определение основной проблемы, первичный анализ, определение подходов и ключевых узлов механизма ее развития, публичное обсуждение, предварительные выводы);

- анализ поставленных проблем, умение обсуждать тему, высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, учиться думать, говорить, слушать, понимать, находить точки соприкосновения разных позиций, их разумного сочетания;
- формирование установок на творчество;
- диалог, внутренний и внешний; поиск и разрешение проблемы в рамках имеющейся о ней информации;
- поиск рационального зерна в самых противоречивых позициях и подходах к проблеме;
- открытость новому и принципиальную возможность изменить свою позицию и вытекающие из нее решения, в случае получения новой информации и связанных с ней обстоятельств сознательный отход от подготовленного к семинару текста во время своего, построенного на тезисном изложении фактов и мыслей, когда конспект привлекается лишь в том случае, когда надо привести какие-то факты.

Рекомендации по подготовке к зачету

Формой итогового контроля знаний студентов по дисциплине является зачет.

зачет, на который явка обязательна, проводится согласно расписанию учебных занятий. зачет является формой отчетности, фиксирующей, что студент выполнил необходимый минимум работы по освоению определенного раздела образовательной программы.

Подготовка к зачету и успешное освоение материала дисциплины начинается с первого дня изучения дисциплины и требует от студента систематической работы:

- 1) не пропускать аудиторские занятия (лекции, практические занятия);
- 2) активно участвовать в работе семинаров (выступать с сообщениями, проявляя себя в выполнении всех видов заданий – устном опросе, творческих заданиях, в решении и обсуждении контекстных задач, в деловой игре, выполнять все требования преподавателя по изучению курса, приходить подготовленными к занятию).

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус
2. OPERA - Система управления отелем

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Endpoint Security 12.11 - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
-------	---	-----------------	---

1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	303/НК	Оснащение: специализированная мебель на 263 посадочных места, трибуна для лектора – 1 шт., президиум – 1 шт., видеостена из 16 бесшовный ЖК дисплеев Mercury Full HD 55” ширина-4,1 м высота - 2,3 м , АРМ на основе Intel Core i3 , Монитор Dell 21.5", Клавиатура + мышь , Источник бесперебойного питания 650ВА, Монитор ЖК размер экрана: Dell 21.5", широкоформатная матрица VA с разрешением 1920×1080, отношением сторон 16:9 - 3шт.,микрофонная система Restmoment RX-812 -1шт, Restmoment RX-D58 микрофон делегата -4шт.,АМС настенный громкоговоритель мониторного типа - бшт., DSPPA микшер-усилитель - 1шт, магнитно-маркерная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
		422/НК	Оснащение: специализированная мебель на 38 посадочных мест, стол преподавателя – 1 шт., Sharp 70" Информационный ЖК-дисплей – 1 шт., АРМ на основе Intel Core i3 , Монитор Philips 23", Клавиатура + мышь - 25шт., магнитно-маркерная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

		214/НК библио тека	Специализированная мебель на 130 посадочных мест, персональные компьютеры, моноблоки – 80 шт., копир А3 - 3, принтер матричный - 2, МФУ ч/б – 7 шт., МФУ цветной – 2 шт., принтер ч/б – 8 шт., принтер цветн. - 2 шт., сканер – 2 шт., сканеры штрих-кода - 5, наушники - 10 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ к российским и международным ресурсам и базам данных, доступ к электронно-библиотечным системам, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Открытый доступ к фонду учебной, научной и художественной литературы.
--	--	--------------------------	---

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 838).

Автор (ы)

_____ доц. КИС, кпн Богданова Светлана Викторовна

Рецензенты

_____ доцент , к.э.н. Ермакова А.Н.

_____ проф. КИС, дэн Шуваев Александр Васильевич

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция» рассмотрена на заседании Кафедра информационных систем протокол № 9 от 07.04.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Заведующий кафедрой _____ Березницкий А.С.

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 2 от 08.04.2026 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика

Руководитель ОП _____