

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 16:30:49

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Коммерции, сервиса и туризма

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.04 Интернет-торговля и маркетплейсы

**Основная профессиональная образовательная программа**      38.03.06 Торговое дело программа Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Интернет-торговля и маркетинг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Предпринимательское дело, Основы права, Гражданское право

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оценка стоимости бизнеса, Управление цепями поставок, Оптимизация торгового ассортимента, Управление рисками, Организация коммерческой деятельности, Международный бизнес и трансграничная торговля, Организация и технология внешнеторговых операций

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Интернет-торговля и маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-2	<p>УК-2.1: Знать:</p> <p>основные виды задач профессиональной деятельности и способы их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых ограничений, действующие правовые нормы; принципы и методы декомпозиции задач и анализа имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.2: Уметь:</p> <p>определять перечень задач профессиональной деятельности, ранжировать их по степени важности, находить оптимальные способы их решения с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм; разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов</p>	<p>УК-2.3: Владеть (иметь навыки):</p> <p>навыками построения задач профессиональной деятельности и определения способов их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых норм; технологиями разработки и реализации проектов в рамках поставленных задач, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах</p>

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен к взаимовыгодному сотрудничеству с контрагентами, осуществляет контроль выполнения обязательств сторон в процессе закупочно-сбытовой деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии формирования и развития хозяйственных связей в системе товародвижения, критерии выбора контрагентов	создавать основу для организации хозяйственных связей в системе товародвижения, оценивать и проводить отбор контрагентов, осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам, развивать долгосрочное стратегическое партнерство	навыками организации и развития хозяйственных связей в системе товародвижения, навыками поиска, оценки и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	103.7/2.88
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	144
Зачетные единицы	4

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Интернет-торговля и маркетплейсы представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР		
			Практич. занятия	ГКР			

1.	Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	2				50	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции		2			53,7	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	34					
	<b>Итого</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0.3</b>	<b>2</b>	<b>103.7</b>	

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
2.	Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	лекция	Основные категории интернет-торговли

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
2.	Организация межсубъектного взаимодействия в процессах электронной коммерции	практическое занятие	Организационно-технологические основы Интернет-торговли

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Организация межсубъектного взаимодействия в процессах электронной коммерции	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520156>

2. Автоматизация деятельности предприятия розничной торговли с использованием информационной системы Microsoft Dynamics NAV : учебное пособие / В. И. Грекул, Н. Л. Коровкина, Д. А. Богословцев, Н. Н. Синайская. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 229 с. — ISBN 978-5-4497-0363-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89413.html>

#### **Дополнительная литература**

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301>

#### **Литература для самостоятельного изучения**

1. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03107-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512506>

#### **5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

#### **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

#### **5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

#### **5.5. Специальные помещения**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ

Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

## 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине Интернет-торговля и маркетплейсы:

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
		Текущий контроль
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Универсальные компетенции (УК):

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-2.1: Знать:	УК-2.2: Уметь:	УК-2.3: Владеть (иметь навыки):

	основные виды задач профессиональной деятельности и способы их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых ограничений, действующие правовые нормы; принципы и методы декомпозиции задач и анализа имеющихся ресурсов и ограничений	определять перечень задач профессиональной деятельности, ранжировать их по степени важности, находить оптимальные способы их решения с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм; разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов	навыками построения задач профессиональной деятельности и определения способов их решения с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых норм; технологиями разработки и реализации проектов в рамках поставленных задач, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах
Пороговый	Основные виды задач, принципы и функции Интернет-торговли	Определять перечень задач Интернет-торговли	Навыками решения задач Интернет-торговли
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Принципы и методы декомпозиции задач и анализа имеющихся ресурсов и ограничений	Ранжировать перечень задач Интернет-торговли по степени важности, находить оптимальные способы их решения с учетом имеющихся ресурсов и правовых норм	Навыками определения способов решения задач Интернет-торговли с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых норм
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Способы решения задач Интернет-торговли с учетом оптимального использования имеющихся ресурсов и правовых ограничений	Разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов в области Интернет-торговли для достижения намеченных результатов	Навыками разработки и реализации проектов в области Интернет-торговли

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен к взаимовыгодному сотрудничеству с контрагентами, осуществляет контроль выполнения обязательств сторон в процессе закупочно-сбытовой деятельности

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	технологии формирования и развития хозяйственных связей в системе товародвижения,	создавать основу для организации хозяйственных связей в системе товародвижения, оценивать и проводить	навыками организации и развития хозяйственных связей в системе товародвижения, навыками поиска, оценки



	критерии выбора контрагентов	отбор контрагентов, осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам, развивать долгосрочное стратегическое партнерство	и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам
Пороговый	Понятие и принципы формирования хозяйственных связей в системе Интернет-торговли	Оценивать и проводить отбор партнеров по торговому бизнесу в Интернет	Навыками организации и развития хозяйственных связей в системе товародвижения
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Права и обязанности контрагентов в сфере Интернет-торговли	Осуществлять контроль за выполнением обязательств по коммерческим сделкам,	Навыками поиска, оценки и отбора контрагентов, организации контроля выполнения обязательств по коммерческим сделкам
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Принципы и условия взаимовыгодного сотрудничества в сфере Интернет-торговли	Развивать долгосрочное стратегическое партнерство в сфере Интернет-торговли	Навыками построения долгосрочного стратегического партнерства в области в цифровом торговом пространстве

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен
2.	Организация межсубъектного взаимодействия в процессах электронной коммерции	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование	Экзамен

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Глобальная сеть Интернет: понятие, организационная структура, принципы функционирования, способы подключения; системы адресации.</li> <li>2. Сетевое программное обеспечение.</li> <li>3. Коммуникационные характеристики Интернет.</li> <li>4. Службы и сервисы сети Интернет. Коммуникативные характеристики служб Интернет.</li> <li>5. Роль и функции Интернет на современном этапе развития общества.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Интернет-экономика (сетевая, виртуальная, новая, цифровая экономика): понятие, принципы функционирования (принцип положительной обратной связи, полноты, экспоненты, обратного ценообразования, бесплатности, глобализации и др.).</li> <li>7. Уровни инфраструктуры сетевой экономики: материальная инфраструктура, прикладная, посреднический уровень, электронная коммерция.</li> <li>8. Компоненты Интернет-экономики (электронная и интернет-коммерция; глобальные электронно-сетевые формы финансовой инфраструктуры; дистанционные трудовые отношения).</li> <li>9. Отличительные особенности Интернет-экономики в сравнении с традиционной экономикой.</li> <li>10. Основные процессы, оказывающие влияние на функционирование и развитие Интернет-экономики.</li> <li>11. Формирование теории сетевых форм экономического управления (сетевых формы организаций, сетевые институциональные структуры), существенно отличающихся от известных рыночных и иерархических форм.</li> <li>12. Структура взаимодействий в виртуальном пространстве.</li> <li>13. Механизм координации сетевой экономики.</li> <li>14. Государственное регулирование Интернет-экономики.</li> <li>15. Масштабы экономической деятельности в сетевой среде за рубежом и в России.</li> </ol>
<p>Организация межсубъектного взаимодействия в процессах электронной коммерции</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. Электронный бизнес: понятие, основные виды, преимущества, принципы ведения.</li> <li>17. Объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса и угрозы его функционированию.</li> <li>18. Информационная инфраструктура электронного бизнеса.</li> <li>19. Технологии ведения бизнеса (организация основных и вспомогательных бизнес-процессов).</li> <li>20. Автоматизация взаимодействия структурных подразделений предприятия (ERP-системы).</li> <li>21. Управление ресурсами предприятия и внешними связями (ERP II).</li> <li>22. Технологии CRM (взаимоотношения с клиентами), SRM (взаимоотношения с поставщиками), SCM (управление цепочками поставок) и др.</li> <li>23. Особенности хозяйственной деятельности в Интернет-среде.</li> <li>24. Методы и пути интеграции предприятий в электронный рынок.</li> <li>25. Классификация моделей электронного бизнеса в Интернет-среде.</li> <li>26. Основные подходы к созданию интернет-компании (определение целей и концепции электронного бизнеса; выбор бизнес-модели; структура интернет-компании; ее рыночные ориентиры и распределение ресурсов).</li> <li>27. Финансовое планирование и бюджет интернет-компании, бизнес-планирование.</li> <li>28. Основные подходы к оценке стоимости интернет-компании.</li> <li>29. Web-сайт - основа электронного бизнеса: понятие, классификация.</li> <li>30. Корпоративный сайт: понятие, функции, назначение, структура.</li> <li>31. Принципы первоначального привлечения и удержания посетителей сайта.</li> <li>32. Этапы разработки, анализ затрат. Оценка экономической эффективности работы сайта.</li> <li>33. Контент-проекты: понятие, структура, статистика и перспективы.</li> </ol>

- |  |  |
|--|--|
|  | <p>34. Информационный бизнес в сети Интернет.</p> <p>35. Электронная коммерция (e-commerce) и интернет-коммерция: понятие, история развития, категории, особенности, инфраструктура, организационно-экономические модели (B2B, B2C, C2C и др.) и особенности их реализации, состояние и прогнозы развития.</p> <p>36. Место системы электронной коммерции в сети Интернет.</p> <p>37. Принципы построения систем электронной коммерции.</p> <p>38. Особенности реализации моделей электронной коммерции. Назначение и сферы применения электронной коммерции.</p> <p>39. Методология построения систем электронной коммерции: многоцелевой подход к решению ее задач, применяемые информационные технологии, оптимизация выбора программного обеспечения для реализации систем электронной коммерции, маркетинг; ценообразование.</p> <p>40. Методы определения экономической эффективности систем электронной коммерции.</p> <p>41. Экономико-организационные преимущества, получаемые участниками электронной коммерции. Налогообложение коммерческой деятельности в сети Интернет</p> <p>42. Электронная торговля. Отличия электронной торговли от традиционной формы торговли.</p> <p>43. Торговые системы в Интернет: магазины (Web-витрины, собственно виртуальные магазины, автоматизированные торговые системы – автоматы); интернет-аукционы; интернет-площадки.</p> <p>44. Интернет-магазины (виртуальные, электронные): структура, схема взаимодействия покупателя с виртуальным магазином.</p> <p>45. Выбор оптимального варианта реализации Интернет-магазина.</p> <p>46. Методика оценки эффективности создания и функционирования электронного магазина. Российские интернет-магазины.</p> <p>47. Интернет-аукционы: понятие, типы, схемы работы, риски участников, продаваемые товары. Интернет-аукционы за рубежом и в России.</p> <p>48. Интернет-площадки: понятие, структура, виды. Выгоды и риски участников рынка. Бизнес-модели торговых площадок. Развитие интернет-площадок в России.</p> <p>49. Электронный PR. E-брендинг. Партнерские программы.</p> <p>50. Маркетинг и Интернет. E-mail-маркетинг.</p> <p>51. Сущность и содержание мобильной торговли. Способы оплаты покупки товара (услуги). IP-телефония. Перспективы развития рынка мобильной торговли.</p> <p>52. Интернет-логистика.</p> |
|--|--|

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций**

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=2025>

**1. Модель бизнеса - это:**

- Способ совершения операций в Интернете
- Метод ведения бизнеса, посредством которого компания генерирует доход
- Перечень обязательных к исполнению должностных инструкций
- Метод ведения бизнеса, который определяет этапы производства продукции, обслуживание, информационные потоки, включая участников процесса и их роли

**2. Традиционные бизнес-модели:**

- Могут работать в условиях Интернет-экономики
- Не могут работать в условиях Интернет-экономики без определенных изменений

### **3. Модель В2В представляет собой:**

- Систему электронной коммерции, в которой в качестве продавца выступает юридическое лицо, а покупателя - частное (физическое) лицо.
- Систему электронной коммерции, в которой в качестве субъектов процессов продажи и покупки выступают коммерческие структуры.
- Систему электронной коммерции, где в качестве сторон бизнес-отношений выступают юридические лица (предприятия, организации:) с одной стороны и государственные учреждения с другой.

### **4. Базовые принципы ведения бизнеса с появлением Интернет-экономики:**

- Изменились
- Не изменились

### **5. Интернет-экономике свойственны следующие отличительные черты:**

- Исполнение операций в режиме реального времени
- Долгосрочное планирование
- Постоянное движение
- Тенденция к повторению действий (цикличность)

### **6. Известно следующее утверждение: "жизнь конкурентно способных идей так коротка, что зачастую лучше поделиться идеей, пока она имеет какую-то ценность, чем скрывать ее, наблюдая, как она обесценивается". Применительно к Интернет-экономике это утверждение:**

- Является верным
- Является ошибочным

### **7. Модель С2С представляет собой:**

- Систему электронной коммерции, в которой в качестве продавца выступает юридическое лицо, а покупателя - частное (физическое) лицо.
- Внутри корпоративную систему электронного бизнеса, позволяющую организовывать работу персонала компании и вести совместную бизнес-деятельность сотрудников, отдельных структур или подразделений.
- Систему электронной коммерции, обеспечивающую взаимодействие между различными частными (физическими) лицами.

### **8. В Интернет-экономике жизненный цикл продукта:**

- Имеет 4 стадии: рождение, рост, зрелость, старение
- Имеет 2 стадии: рождение, рост
- Не имеет стадий

### **9. К факторам, обеспечивающим успех фирмы, работающей в условиях Интернет-экономики, относятся:**

- Сосредоточенность на потребителе
- Стратегия " и я сделаю также"
- Общее видение перспектив
- Стратегия одностороннего усилия

### **10. Жизненный цикл продукта в условиях Интернет-экономики:**

- Никогда не достигает зрелости
- Стремится к достижению зрелости
- Не стремится к достижению зрелости

### **11. Виртуальный банк:**

- Банк, работающий с клиентами исключительно через интернет и, в отличие от традиционных банков, не располагающий филиальной сетью

- Банк, работающий с клиентами как через интернет, так и в традиционном режиме

**12. Управляющий фирмой, которая решила начать работать в условиях Интернет-экономики:**

- Ограничен во времени
- Должен придерживаться стратегии "уйди с моего пути"
- Имеет дело с краткосрочными проектами
- Имеет дело с долгосрочными проектами
- Должен придерживаться стратегии "делай так, как делаю я"
- Имеет дело как с краткосрочными проектами, так и с долгосрочными

**13. Электронные деньги:**

- Полностью моделируют реальные
- Являются аналогом платежных чеков

**14. Маркетинговые сообщения в условиях Интернет-экономики характеризуются:**

- Сложностью
- Формой монолога
- Формой диалога
- Открытостью
- Замкнутостью

**15. Платежная система CyberPlat является:**

- Дебетовой платежной системой
- Кредитной платежной системой

**16. Распределительные каналы в условиях Интернет-экономики характеризуются:**

- Статичностью
- Динамичностью
- Неограниченностью
- Ограниченностью

**17. Модель В2Е представляет собой:**

- Систему электронной коммерции, в которой в качестве продавца выступает юридическое лицо, а покупателя - частное (физическое) лицо.
- Систему электронной коммерции, где в качестве сторон бизнес-отношений выступают юридические лица (предприятия, организации:) с одной стороны и государственные учреждения с другой.
- Внутрикorporативную систему электронного бизнеса, позволяющую организовывать работу персонала компании и вести совместную бизнес-деятельность сотрудников, отдельных структур или подразделений.

**18. Оборот продуктов / развитие сети услуг в условиях Интернет-экономики характеризуется:**

- Быстротой
- Медлительностью
- Последовательностью
- Продолжительностью, ориентированной на усовершенствование

**19. Границы отрасли в условиях Интернет-экономики:**

- Статичные
- Расширяются
- Нацелены на партнерство
- Нацелены на конкуренцию

## 20. Банк - эквайер - это:

- Банк, обслуживающий покупателей
- Банк, обслуживающий продавцов

## 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Интернет-торговля как важная составляющая предпринимательства	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Характеристики объектов и субъектов электронного бизнеса.</li><li>2. Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса.</li><li>3. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество.</li><li>4. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса.</li><li>5. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.</li><li>6. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.</li><li>7. Основные типы электронной коммерции: интернет- коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция.</li><li>8. Общие и отличительные черты электронной коммерции и интернет-коммерции.</li><li>9. Субъектный состав электронной коммерции.</li><li>10. Типология коммерческих посредников, функционирующих на электронном рынке.</li><li>11. Краткая характеристика оказываемых коммерческими посредниками услуг.</li><li>12. Организационно-технологические основы электронного бизнеса в сети Интернет.</li><li>13. Особенности мобильной и телевизионной коммерции.</li><li>14. Виды и краткая характеристика компьютерных сетей, их общие черты и отличия.</li><li>15. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).</li><li>16. Характеристики сети Интернет как информационно- технологической среды электронной коммерции.</li><li>17. Технологии, протоколы и сервисы сети Интернет.</li><li>18. Особенности создания и функционирования Интранет и Экстранет сетей.</li><li>19. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет.</li><li>20. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.</li><li>21. Сущность и отличительные черты мобильной коммерции.</li><li>22. Логистика мобильной коммерции.</li></ol>
Организация межсубъектного взаимодействия в процессах электронной коммерции	<ol style="list-style-type: none"><li>23. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business.</li><li>24. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer.</li><li>25. Виды и характеристики информационно- коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки.</li><li>26. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий- потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев.</li><li>27. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения.</li></ol>

	<p>28. Стратегии развития электронных торговых площадок.</p> <p>29. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ.</p> <p>30. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение «сетевой» рекламы и осуществление Интернет-маркетинга; создание «виртуальных» офисов и «call-центров»; организация «виртуальных» выставок; банковские операции.</p> <p>31. Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке.</p> <p>32. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет.</p> <p>33. Существующие схемы Интернет-торговли.</p> <p>34. Управление цепями поставок в электронной коммерции, организация логистической системы Интернет-магазинов.</p> <p>35. Организация электронной торговли туристическим продуктом и оказание туристических услуг в сети Интернет.</p> <p>36. Особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции.</p> <p>37. Типы и сравнительные характеристики применяемых в электронной торговле технологий электронных платежей.</p> <p>38. Критерии выбора электронной платежной системы.</p> <p>39. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.</p> <p>40. Организация и регулирование электронной коммерции в экономически развитых странах.</p> <p>41. Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития, масштабы и география распространения.</p> <p>42. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.</p> <p>43. Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению.</p> <p>44. Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности.</p>
--	---

## 6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

### Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«хорошо»	Стандартный УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«удовлетворительно»	Пороговый УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне