

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 31 » мая 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Электронная коммерция и цифровые рынки
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 180 (5)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика
(код и наименование направления)

Направленность: Экономика (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование представлений о возможностях электронной коммерции; изучение теоретических основ электронной коммерции, формирование практических навыков использования технологий электронной коммерции на цифровых потребительских рынках и в процессах межфирменного взаимодействия. Формирование навыков работы в Интернете на электронных торговых площадках; ознакомление с организацией межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции в условиях цифровой трансформации экономики .

Задачи:

- Поиск информации по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов электронной коммерции на цифровых рынках;
- Участие в подготовке и принятии решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности экономических служб и подразделений, контрагентов электронной коммерции на цифровых рынках, на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы;
- Разработка информационного обеспечения коммерческой, логистической и рекламной деятельности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Процессы и условия формирования сетевой экономики;
- Социально-экономические проблемы функционирования сетевых организаций;
- Понятия, характеристика и структура электронной коммерции;
- Маркетинг поисковых машин и социальных сетей;
- Финансовые и информационные потоки.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-5.9	ИД-1ПК -5.9	Знает основы экономики, финансового менеджмента, информатики, защиты информации, Законодательство РФ и методические документы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками при осуществлении электронной коммерции.	Знает основы экономики, финансового менеджмента, информатики, защиты информации, Законодательство РФ и методические документы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-5.9	ИД-2ПК -5.9	Умеет определять объем и планировать работы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками, вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактике в области финансовой политики, при планировании ведения бизнеса на цифровом рынке.	Умеет определять объем и планировать работы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками, вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактике в области финансовой политики	Индивидуальное задание
ПК-5.9	ИД-3ПК -5.9	Владеет навыками составления прогнозных смет и бюджетов, анализа финансовой отчетности и оценки потенциальных рисков и возможностей в будущем, при осуществлении электронной коммерции на цифровом рынке.	Владеет навыками составления прогнозных смет и бюджетов, анализа финансовой отчетности и оценки потенциальных рисков и возможностей в будущем	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	58	58
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	24	24
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	30	30
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	86	86
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен	36	36
Дифференцированный зачет		
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	180	180

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
5-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Раздел 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	12	0	15	43
<p>Тема 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса. Характеристики объектов и субъектов электронного бизнеса.</p> <p>Предмет, цель, задачи, содержание и структура курса «Электронная коммерция и цифровые рынки».</p> <p>Взаимосвязь курса с другими экономическими дисциплинами. Требования и методические рекомендации по изучению курса и его библиографическое обеспечение.</p> <p>Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество.</p> <p>Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.</p> <p>Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.</p> <p>Основные типы электронной коммерции: интернет-коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция. Общие и отличительные черты электронной коммерции и интернет-коммерции.</p> <p>Субъектный состав электронной коммерции.</p> <p>Типология коммерческих посредников, функционирующих на электронном рынке. Краткая характеристика оказываемых коммерческими посредниками ус-луг.</p> <p>Тема 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет.</p> <p>Особенности мобильной и телевизионной коммерции.</p> <p>Виды и краткая характеристика компьютерных сетей, их общие черты и отличия. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).</p> <p>Характеристики сети Интернет как информационно-технологической среды электронной коммерции.</p> <p>Технологии, протоколы и сервисы сети Интернет.</p> <p>Особенности создания и функционирования Интранет и Экстранет сетей. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет.</p> <p>Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.</p> <p>Сущность и отличительные черты мобильной</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
коммерции. Логистика мобильной коммерции. Сущность, особенности и перспективы развития телевизионной коммерции.				
Раздел 2. Электронная коммерция и цифровые рунки: межфирменное взаимодействие и коммерция на потребительском рынке	12	0	15	43
Тема 3. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer. Виды и характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения. Стратегии развития электронных торговых площадок. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ. 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. Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет. Существующие схемы Интернет-торговли. Управление цепями поставок в электронной коммерции, организация логистической системы Интернет-магазинов. Организация электронной торговли туристическим продуктом и оказание туристических услуг в сети Интернет. Особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции. Типы и сравнительные				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<p>характеристики применяемых в электронной торговле технологий электронных платежей. Критерии выбора электронной платежной системы.</p> <p>Тема 4. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России. Организация и регулирование электронной коммерции в экономически развитых странах.</p> <p>Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития, масштабы и география распространения. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.</p> <p>Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению. Перспективы и направления развития электронной коммерции в России.</p> <p>Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности. Стратегии развития и государственного регулирования процессов электронной коммерции в США и Канаде.</p> <p>Организация и регулирование электронной коммерции в странах ЕС.</p> <p>Особенности развития и регулирования процессов электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии.</p>				
ИТОГО по 5-му семестру	24	0	30	86
ИТОГО по дисциплине	24	0	30	86

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса. Ретроспективные аспекты развития электронной коммерции и цифровых рынков.
2	Анализ и оценка категорий электронной коммерции и цифровых рынков. Типология предпринимательских процессов на цифровом рынке (часть 1).
3	Анализ и оценка категорий электронной коммерции и цифровых рынков. Типология предпринимательских процессов на цифровом рынке (часть 2).
4	Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса: анализ целевой аудитории, сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса (часть 1).
5	Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса: анализ целевой аудитории, сравнение конкурентов и планирование собственного бизнеса (часть 2).
6	Использование PR-технологий электронной коммерции на цифровых потребительских рынках. Разработка медиа-плана и стратегии применения маркетинговых инструментов для продвижения товаров и сбыта.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
7	Анализ организационно-технологических основ электронной коммерции в сети Интернет: поисковые системы.
8	Анализ организационно-технологических основ цифрового финансового рынка в сети Интернет: платежные системы.
9	Анализ правового обеспечения электронной коммерции в сети Интернет: составление алгоритма продажи товаров дистанционным способом в РФ.
10	Оценка организации межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции в условиях цифровой трансформации финансовой системы: технологии business-to-business.
11	Исследование электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer.
12	Моделирование бизнес-процесса по управлению деятельности фирмы в электронной коммерции, на цифровых рынках или организации собственного e-бизнеса (часть 1).
13	Моделирование бизнес-процесса по управлению деятельности фирмы в электронной коммерции, на цифровых рынках или организации собственного e-бизнеса (часть 2).
14	Изучение безопасности предпринимательских процессов и механизмов государственного регулирования электронной коммерции и цифровых рынков в Российской Федерации и зарубежных странах на примере составления схемы информационных потоков взаимодействия контрагентов (часть 1).
15	Изучение безопасности предпринимательских процессов и механизмов государственного регулирования электронной коммерции и цифровых рынков в Российской Федерации и зарубежных странах на примере составления схемы информационных потоков взаимодействия контрагентов (часть 2).

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

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

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Влияние цифровой экономики на финансовые рынки и банки : монография / Аристанбаева Д. И., Афонина Е. С., Басков Д. В., Бачаев У. А. Москва : Русайнс, 2020. 294 с. 18,5 усл. печ. л.	1
2	Грибанов Ю. И., Руденко М. Н. Цифровая трансформация бизнеса : учебное пособие. 2-е изд. Москва : Дашков и К, 2021. 212 с. 13,5 усл. печ. л.	1
3	Дорофеев А. Н. Электронный бизнес : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2020. 143 с. 9,0 усл. печ. л.	2
4	Лашина М. В., Соловьев Т. Г. Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге : учебное пособие. Москва : КНОРУС, 2019. 301 с. 19,0 усл. печ. л.	3
5	Меняев М. Ф. Цифровая экономика на предприятии : учебное пособие. Москва : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2020. 395 с. 24,75 усл. печ. л.	2
6	Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / Багоян Е. Г., Демьянец М. В., Десятниченко Д. Ю., Казанская Н. Н. Москва : Юрайт, 2021. 235 с. 18,23 усл. печ. л.	5
7	Плотников А. В. Цифровая экономика в социальных сетях : монография. Пермь Екатеринбург : ПНИПУ, 2020. 201 с. 12,7 усл. печ. л.	8
8	Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие. Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2019. 258 с. 21,13 усл. печ. л.	1
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Мыльников Л. А. Управление проектами и системами в условиях цифровой экономики : учебное пособие. Пермь : ПНИПУ, 2021. 129 с. 16,25 усл. печ. л.	5

2	Финансовые рынки и институты : учебник и практикум для вузов / Бабурина Н. А., Болдырева Н. Б., Горловская И. Г., Дарушин И. А., Калайда С. А., Решетникова Л. Г., Усанова Т. Г., Фаизова А. А., Чернова Г. В. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Юрайт, 2021. 378 с. 29,41 усл. печ. л.	5
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Кетько Н. В., Копылов А. В., Скитер Н. Н. Электрон-ный? бизнес : учебное пособие. Волгоград : ВолгГ-ТУ, 2020. 80 с.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-157201	сеть Интернет; авторизованный доступ
Дополнительная литература	Федотова М. Ю., Тагирова О. А., Носов О. А. Финан-совые рынки : учебное посо-бие для сту-дентов, обу-чающихся по направлению подготовки 38.03.01 экономика. Пенза : ПГАУ, 2019. 247 с	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-131132	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный? бизнес и элек-тронная ком-мерция : учебное посо-бие для вузов. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург : Лань, 2021. 260 с.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-152653	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Финансовые рынки и институты : Учебник и практикум для вузов / Болдырева Н. Б., Бабурина Н. А., Горлов-ская И. Г., Дарушин И. А., Калаи?да С. А., Решетникова Л. Г., Усанова Т. Г., Фаизова А. А. 2-е изд. Москва : Юраи?t, 2021. 379 с.	https://elib.pstu.ru/Record/RUURAIT486485	сеть Интернет; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс: экран, проектор и компьютер	1
Практическое занятие	Презентационный комплекс: экран, проектор и компьютер	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

«Электронная коммерция и цифровые рынки»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	38.03.01 Экономика
Направленность (профиль) образовательной программы:	Финансовые технологии в цифровой экономике
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Экономика и финансы
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Пермь 2023 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (5-го семестра учебного плана) и разбито на 2 учебных раздела. В каждом разделе предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВЫ)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Экзамен
Усвоенные знания			
З.1. Знает основы экономики, финансового менеджмента, информатики, защиты информации, Законодательство РФ и методические документы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками при осуществлении электронной коммерции.	ТО		ТВ
Освоенные умения			
У.1. Умеет определять объем и планировать работы по финансовому анализу, бюджетированию и управлению денежными потоками, вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактике в области финансовой политики, при планировании ведения бизнеса на цифровом рынке.		ПЗ	ИЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками составления прогнозных смет и бюджетов, анализа финансовой отчетности и оценки потенциальных рисков и возможностей в будущем, при осуществлении электронной коммерции на цифровом рынке.		ПЗ	ИЗ

Условные обозначения: *ТО* – теоретический опрос; *ПЗ* – практическое задание; *ТВ* – теоретический вопрос; *ИЗ* – индивидуальное задание.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде экзамена, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения темы дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри тем дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль усвоения материала проводится в форме теоретического опроса студентов по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

Перечень типовых вопросов теоретических опросов по темам дисциплины для проведения текущего контроля знаний:

Тема 1. Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса. Характеристики объектов и субъектов электронного бизнеса.

1. В чем заключается сущность электронного бизнеса?
2. Почему электронная коммерция является составной частью электронного бизнеса?
3. Что такое телевизионная коммерция?
4. Что входит в субъективный состав электронной коммерции?
5. Охарактеризуйте кратко услуги коммерческих посредников.

Тема 2. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет. Особенности мобильной и телевизионной коммерции.

1. Опишите этапы технологии обмена информацией в компьютерных сетях, имеющих отношение к клиент-сервисным системам.
2. Что такое протокол сети Интернет?
3. Каковы особенности создания Интранет-сети?
4. Каковы особенности функционирования Экстранет-сети?
5. В чем заключается сущность мобильной коммерции?

Тема 3. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business. Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer.

1. Что такое Web-представительства?
2. Раскройте сущность механизма функционирования электронных торговых площадок.
3. Перечислите виды технологий business-to-business и кратко охарактеризуйте их.
4. Расскажите о существующих схемах Интернет-торговли в РФ в настоящее время.
5. Каковы особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции?

Тема 4. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России. Организация и регулирование электронной коммерции в экономически развитых странах.

1. Каковы особенности развития электронной коммерции в России?
2. В чем заключаются основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ?
3. Каковы стратегии развития процессов электронной коммерции в России?
4. Раскройте сущность механизма государственного регулирования электронной коммерции в РФ.
5. Каковы особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности?

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения практических заданий по разбору кейсов.

Кейс-задача – это проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

2.2.1. Практические задания по разбору кейсов

Практические задания по разбору кейсов являются комплексными и охватывают все темы дисциплины. При выполнении практических заданий по разбору кейсов преследуются следующие цели: применение креативных методов для решения проблем и принятия решения; отработка у обучающихся командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Список примерных заданий по разбору кейсов:

1. Определите категорию ценовой политики рекламных площадок компании X в рамках электронной коммерции и финансовых рисков.
2. Раскройте функциональные характеристики технологий business-to-business, имеющие отношение к деятельности компании X.
3. Перечислите отличия электронной коммерции от электронного бизнеса, анализируя данную ситуацию.
4. Выделите эффективные каналы продвижения компании X в рамках электронной коммерции и цифровых рынков.
5. Каковы перспективы развития действующей телевизионной коммерции?

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в т.ч. кейс-задачи)

размещены на портале университета <http://do.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации. Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты кейсов приведены в общей части ФОС.

2.3. Промежуточная аттестация

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех заданий по разбору кейсов и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде экзамена по дисциплине устно по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний и индивидуальные задания для проверки приобретенных умений и владений. Оценка уровня приобретенных умений и владений может быть проведена по результатам текущего и рубежного контроля (выполнения практических заданий по разбору кейсов).

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и задания, контролируемые уровень сформированности всех заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Типовые вопросы и задания для экзамена по дисциплине

Типовые теоретические вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Электронная коммерция: понятие и сущность.
2. Цифровые рынки: понятие и сущность.
3. Взаимосвязь электронной коммерции и цифровых рынков.
4. Электронная коммерция и цифровые рынки: цель, задачи и предмет изучения.
5. Электронная коммерция и цифровые рынки: роль и значимость в современной экономике.
6. Электронная коммерция и цифровые рынки: взаимосвязь с другими дисциплинами.
7. Сущность возникновения электронного бизнеса.
8. Объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса.
9. Соотношение понятий: электронный бизнес; электронная коммерция; электронная торговля и электронное посредничество.
10. Отличительные особенности электронного бизнеса.
11. Тенденции развития электронного бизнеса.
12. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
13. Сущность электронной коммерции.
14. Характерные черты электронной коммерции.
15. Отличия электронной коммерции от традиционной экономики.
16. Основные типы электронной коммерции: интернет-коммерция.
17. Основные типы электронной коммерции: мобильная коммерция.
18. Основные типы электронной коммерции: телевизионная коммерция.
19. Общие черты электронной коммерции и интернет-коммерции.
20. Отличительные характеристики электронной коммерции и интернет-коммерции.
21. Субъектный состав электронной коммерции.
22. Типология коммерческих посредников, функционирующих на электронном рынке.
23. Краткая характеристика оказываемых коммерческими посредниками услуг.
24. Виды компьютерных сетей.
25. Краткая характеристика компьютерных сетей.
26. Общие черты компьютерных сетей.
27. Отличительные особенности компьютерных сетей.
28. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).
29. Характеристики сети Интернет как информационно-технологической среды электронной коммерции.
30. Технологии сети Интернет.

31. Протоколы сети Интернет.
32. Сервисы сети Интернет.
33. Особенности создания Интранет-сетей.
34. Особенности функционирования Интранет-сетей.
35. Особенности создания Экстранет-сетей.
36. Особенности функционирования Экстранет-сетей.
37. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет.
38. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.
39. Сущность мобильной коммерции.
40. Отличительные черты мобильной коммерции.
41. Логистика мобильной коммерции.
42. Сущность телевизионной коммерции.
43. Особенности телевизионной коммерции.
44. Перспективы развития телевизионной коммерции.
45. Виды информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства).
46. Характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства).
47. Виды информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: специализированные порталы.
48. Характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: специализированные порталы.
49. Виды информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: электронные торговые площадки.
50. Характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: электронные торговые площадки.
51. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей.
52. Преимущества использования технологий business-to-business для коммерческих посредников.
53. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-производителей.
54. Преимущества использования технологий business-to-business для оптовых торговцев.
55. Механизм функционирования электронных торговых площадок.
56. Особенности логистического обеспечения электронных торговых площадок.
57. Стратегии развития электронных торговых площадок.
58. Особенности развития электронных торговых площадок в РФ.
59. Перспективы развития электронных торговых площадок в РФ.
60. 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.
61. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: создание «виртуальных» офисов и «call-центров».
62. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: организация «виртуальных» выставок.

63. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: банковские операции.
64. Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке.
65. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет.
66. Существующие схемы Интернет-торговли.
67. Управление цепями поставок в электронной коммерции.
68. Организация логистической системы Интернет-магазинов.
69. Организация электронной торговли туристическим продуктом.
70. Оказание туристических услуг в сети Интернет.
71. Особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции.
72. Типы и сравнительные характеристики применяемых в электронной торговле технологий электронных платежей.
73. Критерии выбора электронной платежной системы.
74. Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития.
75. Особенности развития электронной коммерции в России: масштабы.
76. Особенности развития электронной коммерции в России: география распространения.
77. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.
78. Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению.
79. Перспективы и направления развития электронной коммерции в России.
80. Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности.

Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля освоенных умений:

Задание 1. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Техника и электроника». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>M-Видео</i>	<i>Ситилинк</i>	<i>DHS</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое описание			
5. Мультимедийное описание			
6. Удобство системы регистрации			
7. Дополнительные сервисные услуги			
8. Полнота онлайн-помощи			
9. Стоимость выбранного товара			
10. Количество товарных разделов			
11. Количество шагов при поиске			
12. Количество систем оплат			
13. Количество систем доставки			

Задание 2. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Косметика и парфюмерия». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям

(таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Этуаль</i>	<i>Ив Роше</i>	<i>Иль де Боте</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое и мультимедийное описание			
5. Удобство системы регистрации			
6. Дополнительные сервисные услуги			
7. Полнота онлайн-помощи			
8. Стоимость выбранного товара			
9. Количество товарных разделов			
10. Количество шагов при поиске			
11. Количество систем оплат			
12. Количество систем доставки			

Задание 3. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Книги и канцтовары». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Литрес</i>	<i>Лабиринт</i>	<i>Читай-город</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое и мультимедийное описание			
5. Удобство системы регистрации			
6. Дополнительные сервисные услуги			
7. Полнота онлайн-помощи			
8. Стоимость выбранного товара			
9. Количество товарных разделов			
10. Количество шагов при поиске			
11. Количество систем оплат			
12. Количество систем доставки			

Задание 4. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Аптеки и медицинские товары». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Мегантека</i>	<i>Живика</i>	<i>Апрель</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое и мультимедийное описание			
5. Удобство системы регистрации			
6. Дополнительные сервисные услуги			
7. Полнота онлайн-помощи			

8. Стоимость выбранного товара			
9. Количество товарных разделов			
10. Количество шагов при поиске			
11. Количество систем оплат			
12. Количество систем доставки			

Задание 5. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Продукты питания». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Лента</i>	<i>Ашан</i>	<i>Перекресток</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое и мультимедийное описание			
5. Удобство системы регистрации			
6. Дополнительные сервисные услуги			
7. Полнота онлайн-помощи			
8. Стоимость выбранного товара			
9. Количество товарных разделов			
10. Количество шагов при поиске			
11. Количество систем оплат			
12. Количество систем доставки			

Задание 6. Проанализируйте деятельность популярных Интернет – магазинов в категории «Маркетплейсы и гипермаркеты». Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных магазинов. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом рассматриваемым магазинам необходимо улучшить свою деятельность.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Озон</i>	<i>Вайлдберриз</i>	<i>ЯндексМаркет</i>
1. Скорость загрузки сайта			
2. Полнота тестового описания			
3. Степень «дружественности» интерфейса			
4. Графическое и мультимедийное описание			
5. Удобство системы регистрации			
6. Дополнительные сервисные услуги			
7. Полнота онлайн-помощи			
8. Стоимость выбранного товара			
9. Количество товарных разделов			
10. Количество шагов при поиске			
11. Количество систем оплат			
12. Количество систем доставки			

Задание 7. Проанализируйте деятельность поисковых систем. Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных систем. Дополнительно предложите свои 2-3 характеристики для сравнительного анализа. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом необходимо улучшить деятельность рассматриваемых поисковых систем.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Bing</i>	<i>Rambler</i>
1. Охват и глубина		
2. Скорость обхода и актуальность ссылок		
3. Качество поиска		
4. Скорость поиска		
5. Поисковые возможности		
6. Элементы языка запроса		
7. Дополнительные удобства		
8. ...		
9. ...		
10. ...		

Задание 8. Проанализируйте деятельность поисковых систем. Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных систем. Дополнительно предложите свои 2-3 характеристики для сравнительного анализа. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом необходимо улучшить деятельность рассматриваемых поисковых систем.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Yandex</i>	<i>Google</i>
1. Охват и глубина		
2. Скорость обхода и актуальность ссылок		
3. Качество поиска		
4. Скорость поиска		
5. Поисковые возможности		
6. Элементы языка запроса		
7. Дополнительные удобства		
8. ...		
9. ...		
10. ...		

Задание 9. Проанализируйте деятельность поисковых систем. Оцените по 5-ти балльной шкале и предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных систем. Дополнительно предложите свои 2-3 характеристики для сравнительного анализа. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом необходимо улучшить деятельность рассматриваемых поисковых систем.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Yahoo</i>	<i>Mail.ru</i>
1. Охват и глубина		
2. Скорость обхода и актуальность ссылок		
3. Качество поиска		
4. Скорость поиска		
5. Поисковые возможности		
6. Элементы языка запроса		
7. Дополнительные удобства		
8. ...		
9. ...		
10. ...		

Задание 10. Проанализируйте деятельность платежных систем. Сравните по предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных систем. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом необходимо улучшить деятельность рассматриваемых платежных систем.

<i>Критерии оценки</i>	<i>Webmoney</i>	<i>Юmoney</i>
1. Основные возможности		
2. Процесс регистрации		
3. Процесс «ввода» денежных средств		
4. Процесс «вывода» денежных средств		
5. Взимаемые комиссии		
6. Поддерживаемые титульные знаки		
7. Сервис и дополнительные услуги		

Задание 11. Проанализируйте деятельность платежных систем. Сравните по предложенным критериям (таблица) уровень функционирования данных систем. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом необходимо улучшить деятельность рассматриваемых платежных систем.

<i>Критерии оценки</i>	<i>VK Pay</i>	<i>Qiwi</i>
1. Основные возможности		
2. Процесс регистрации		
3. Процесс «ввода» денежных средств		
4. Процесс «вывода» денежных средств		
5. Взимаемые комиссии		
6. Поддерживаемые титульные знаки		
7. Сервис и дополнительные услуги		

Задание 12. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «бизнес» (business – B). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере B2B (business-to-business). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>B2B (business-to-business)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 13. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «бизнес» (business – B). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере B2C (business-to-consumer). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>B2C (business-to-consumer)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 14. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «бизнес» (business – B). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере B2G (business-to-government). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>B2G (business-to-government)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 15. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «потребитель» (consumer – C). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере C2B (consumer-to-business). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>C2B (consumer-to-business)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 16. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «потребитель» (consumer – C). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере C2C (consumer-to-consumer). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>C2C (consumer-to-consumer)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 17. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «потребитель» (consumer – C). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере C2G (consumer-to-government). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>C2G (consumer-to-government)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 18. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «государство» (government – G). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере G2B (government-to-business). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>G2B (government-to-business)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 19. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «государство» (government – G). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере G2C (government-to-consumer). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>G2C (government-to-consumer)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Задание 20. Проанализируйте такой субъект электронной коммерции и цифровых рынков как «государство» (government – G). Приведите примеры 3-х компаний, функционирующих в сфере G2G (government-to-government). Сравните по предложенным критериям (таблица) деятельность рассматриваемых компаний. В качестве вывода сформулируйте предложения и рекомендации относительно того, каким образом компаниям необходимо ликвидировать обнаруженные слабые стороны, нейтрализовать установленные риски и укрепить выявленные сильные стороны.

<i>G2G (government-to-government)</i>	<i>Компания 1</i>	<i>Компания 2</i>	<i>Компания 3</i>
1. Характеристика деятельности			
2. Цель деятельности			
3. Достоинства категории			
4. Недостатки категории			
5. Риски категории			

Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля приобретенных владений:

Инструкция по выполнению заданий 1 – 3. Разработайте алгоритм продажи товаров дистанционным способом, используя символы программирования (представлены на рисунке 1) и основываясь на нормативно-правовых актах, регламентирующих деятельность электронной коммерции и цифровых рынков.

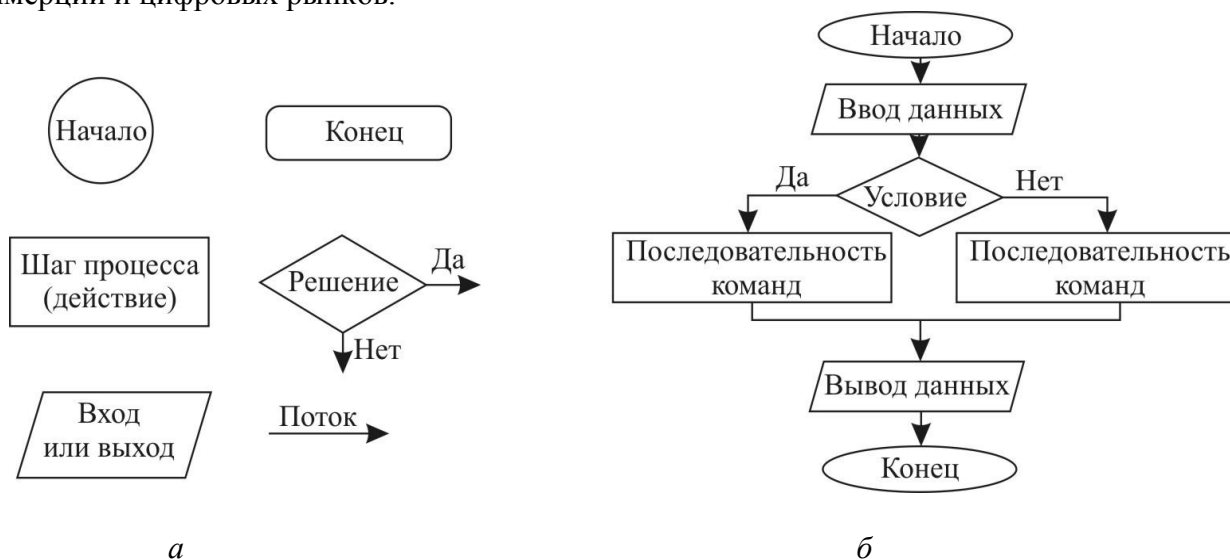


Рисунок 1. Символы, необходимые для разработки алгоритма (а); пример разветвленного алгоритма (б)

Инструкция по выполнению заданий 4 – 6. Постройте SWOT-матрицу (представлена на рисунке 2), анализируя деятельность различных субъектов электронной коммерции и цифровых рынков.

	<u>Возможности</u>	<u>Угрозы</u>
	1. 2. 3. 4. и т.д.	1. 2. 3. 4. и т.д.
<u>Сильные стороны</u>	<u>Поле «СИБ»</u>	<u>Поле «СИУ»</u>
1. 2. 3. 4. и т.д.	Какие возможности из внешнего окружения позволят укрепить сильные стороны компании	Какие сильные стороны компании позволят нейтрализовать угрозы из внешнего окружения
<u>Слабые стороны</u>	<u>Поле «СЛВ»</u>	<u>Поле «СЛУ»</u>
1. 2. 3. 4. и т.д.	Какие возможности из внешнего окружения позволят ликвидировать слабые стороны компании	Какие угрозы из внешнего окружения могут усугубить состояние слабых сторон компании

Рисунок 2. SWOT-матрица

Инструкция по выполнению заданий 7 – 9. Разработайте медиаплан (представлен на рисунке 3) для функционирования различных компаний, имеющих отношение к электронной коммерции и цифровым рынкам.

<i>Характеристики</i>	<i>Рекламоноситель</i>		
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Обоснование выбора			
2. Формат рекламы			
3. Размер рекламы			
4. Место размещения			
5. Охват (тираж или аудитория)			
6. Частота охвата (количество и дни выхода в неделю)			
7. Стоимость одного выхода			
8. Общая сумма расходов			

Рисунок 3. Медиаплан

Задание 1: Разработайте алгоритм продажи товаров дистанционным способом из категории «Техника и электроника».

Задание 2: Разработайте алгоритм продажи товаров дистанционным способом из категории «Аптека и медицинские товары».

Задание 3: Разработайте алгоритм продажи товаров дистанционным способом из категории «Продукты питания».

Задание 4: Постройте SWOT-матрицу, анализируя деятельность компании, функционирующей в категории «бизнес» (business – B). Сфера деятельности компании – B2C (business-to-consumer).

Задание 5: Постройте SWOT-матрицу, анализируя деятельность компании, функционирующей в категории «потребитель» (consumer – C). Сфера деятельности компании – C2B (consumer-to-business).

Задание 6: Постройте SWOT-матрицу, анализируя деятельность компании, функционирующей в категории «государство» (government – G). Сфера деятельности компании – G2G (government-to-government).

Задание 7: Разработайте медиаплан для онлайн-журнала по тематике «Красота и здоровье».

Задание 8: Разработайте медиаплан для интернет-магазина по продаже мягких детских игрушек.

Задание 9: Разработайте медиаплан для туристической компании, которая продает через Интернет различные виды отдыха в России.

2.3.2. Шкалы оценивания результатов обучения на экзамене

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания путем выборочного контроля во время экзамена.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения на экзамене для компонентов

знать, уметь и владеть приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля на экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.