

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Сетевая экономика

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Учебный план 09.03.03_2022_822.plx
09.03.03 Прикладная информатика
Прикладная информатика в экономике

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 5
аудиторные занятия	44	
самостоятельная работа	18,3	
часов на контроль	8,85	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16 3/6			
Неделя				
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	14	14	14	14
Лабораторные	20	20	20	20
Практические	10	10	10	10
Консультации (для студента)	0,7	0,7	0,7	0,7
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
В том числе инт.	16		16	
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44,85	44,85	44,85	44,85
Сам. работа	18,3	18,3	18,3	18,3
Часы на контроль	8,85	8,85	8,85	8,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

старший преподаватель, Мирзоян Жанна Вачагановна

Рабочая программа дисциплины

Сетевая экономика

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922)

составлена на основании учебного плана:

09.03.03 Прикладная информатика

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2022 протокол № 1.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 21.04.2022 протокол № 9

Зав. кафедрой Кутгубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2023 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _11_04_____ 2024 г. № _9_
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	<i>Цели:</i> Формирование систематизированных знаний об основах организации и функционирования сетевой экономики.
1.2	<i>Задачи:</i> рассмотреть и изучить основные понятия сетевой экономики; изучить формы и способы организаций коммуникаций в сетевой экономике; изучить особенности функционирования электронной коммерции; рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе B2C; выявить и изучить основные способы организации оплаты товаров и услуг в электронной коммерции; рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе B2B; рассмотреть и изучить системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B; раскрыть особенности электронной коммерции в сфере услуг; рассмотреть особенности маркетинга в электронной коммерции; определить и изучить особенности разработки и реализации проектов в сетевой экономике; определить и изучить показатели и методы оценки экономической эффективности деятельности предприятий в сетевой экономике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Информационные технологии в менеджменте
2.1.2	Информационный менеджмент
2.1.3	Пакеты прикладных программ
2.1.4	Информатика и программирование
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Интернет-технологии. Интернет-программирование
2.2.2	Информационные системы в экономике
2.2.3	Информационные технологии в бизнес-планировании
2.2.4	Информационные технологии в туризме

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-12: Способен эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы

ИД-1.ПК-12: Определяет содержание процесса эксплуатации и сопровождения информационных систем и сервисов

<p>Знать: основные понятия и особенности сетевой экономики; возможности применения сети Интернет для осуществления бизнеса; формы и системы электронной коммерции, особенности их внедрения;</p> <p>Уметь: осуществлять поиск и работать с информацией необходимой для принятия решений в Интернете; использовать на практике принципы работы с электронными магазинами, электронными каталогами товаров;</p> <p>Владеть: навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; навыками работы с ресурсами сети Интернет;</p>

ИД-2.ПК-12: Эксплуатирует информационные системы и сервисы

<p>Знать: особенности юридического, консультационного, страхового и образовательного обеспечения электронной коммерции; методы организации маркетинговых исследований в Интернете; особенности разработки и создания Интернет-проектов; показатели для оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в сетевой экономике.</p> <p>Уметь: использовать на практике принципы построения корпоративных web-сайтов, организации работы дискуссионных листов, электронной рассылки; использовать методы организации маркетинговых исследований в Интернете, методы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в Интернете.</p> <p>Владеть: навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; навыками работы с ресурсами сети Интернет; навыками организации и осуществления электронной продажи товаров и услуг в глобальной сети Интернет; навыками продвижения товаров и услуг в сети Интернет.</p>
--

ИД-3.ПК-12: Обеспечивает сопровождение информационных систем и сервисов

<p>Знать: структуру, основные функции электронных магазинов, их виды и назначение особенности рекламных кампаний в Интернете; сущность платежных систем в сети Интернет; особенности юридического, консультационного, страхового и образовательного обеспечения электронной коммерции;</p> <p>Уметь: осуществлять поиск и работать с информацией необходимой для принятия решений в Интернете; использовать на практике принципы работы с электронными магазинами, электронными каталогами товаров; использовать на практике принципы построения корпоративных web-сайтов, организации работы дискуссионных листов, электронной рассылки; использовать методы организации маркетинговых исследований в Интернете, методы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в Интернете.</p> <p>Владеть: навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; навыками работы с ресурсами сети Интернет; навыками организации и осуществления электронной продажи товаров и услуг в глобальной сети Интернет; навыками продвижения товаров и услуг в сети Интернет.</p>
<p>ИД-4.ПК-12: Обеспечивает информационную безопасность при эксплуатации и сопровождении информационных систем и сервисов</p>
<p>Знать: методы организации маркетинговых исследований в Интернете; особенности разработки и создания Интернет-проектов; показатели для оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в сетевой экономике.</p> <p>Уметь: осуществлять поиск и работать с информацией необходимой для принятия решений в Интернете; использовать на практике принципы работы с электронными магазинами, электронными каталогами товаров; использовать на практике принципы построения корпоративных web-сайтов, организации работы дискуссионных листов, электронной рассылки; использовать методы организации маркетинговых исследований в Интернете, методы оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятия в Интернете.</p> <p>Владеть: навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; навыками работы с ресурсами сети Интернет; навыками организации и осуществления электронной продажи товаров и услуг в глобальной сети Интернет; навыками продвижения товаров и услуг в сети Интернет.</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
1.1	Лекция 1. Сущность сетевой экономики. Понятие сетевой экономики. Факторы, определяющие успех продукции на рынке и в сетевой среде. Сетевые черты экономической деятельности. Характеристики экономических связей /Лек/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

1.2	<p>Лекция 2. Особенности рынка информационных услуг. Информация как сетевое благо. Характеристика продукции сетевой экономики. Основной предмет труда в сетевой экономике. Особенности информации. Влияние некоторых характеристик информации на величину затрат, связанных с получением информации. Единицы измерения при обработке данных. Классификация элементов правоотношений в информационной сфере (по признаку собственности, по доступу к информации и ее использованию). Сектор рынка средств обработки ИНФОРМАЦИИ. Сегменты по подготовке информации.</p> <p>/Лек/</p>	5	2	ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.3	<p>Лекция 3. Предприятие в сетевой рыночной экономике. Механизмы управления субъектами экономической деятельности. Цель предприятия как активного агента. Субъекты и объекты экономической деятельности. Тенденций информационной среды экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Информационная система (ИС) предприятия. Преимущества участия в электронном рынке. Внутренние (корпоративные) и внешние (глобальные) эффекты сетизации предприятий.</p> <p>/Лек/</p>	5	2	ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.4	<p>Лекция 4. Электронная коммерция. Понятие электронной коммерции. Рынок электронной коммерции в России. Основные составляющие предназначенные для деятельности предприятий. Главные признаки систем класса B2B. Структура рынка электронной торговли в России (B2G, B2B, B2C). Мероприятия по подготовке решений о вхождении в рынок ЭК. Модели интеграции предприятий в системы ЭК. Оценка значимости различных характеристик ведения бизнеса в среде «Интернет». Маркетинговые технологии продвижения предприятия в Интернете. Формирование экономической эффективности интернетпроекта</p> <p>/Лек/</p>	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.5	<p>Лекция 5. Маркетинговые коммуникации и реклама в Интернете. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама в Интернете. Рекламные площадки. Распространенные способы рекламы в Интернете. Эффективность рекламных мероприятий. /Лек/</p>	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

1.6	Лекция 6. Виртуальные предприятия. Понятие виртуального предприятия. Этапы пазвития виртуального предприятия. Основные компоненты виртуализации предприятия. Функционирование множества сетей, которые выходят за границы одного предприятия. Функций инфра-структуры виртуальной предпринимательской организации /Лек/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.7	Лекция 7. Цены и ценообразование на информационном рынке. Финансовые особенности сетевой экономики. Основные виды цен на информационном рынке. классификацию цен по видам информационной продукции и формам ее представления. Элементы из которых складывается цена на продукцию сетевой экономики. Особенности и области финансовых отношений в сетевой экономике. Схема роста капитализации. Схема роста необыкновенной капитализации. Самые острые проблемы, сказывающиеся на работе IT-отрасли /Лек/	5	2	ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 2. Практические занятия							
2.1	Практическое занятие №1. ТЕМА: Сущность сетевой экономики Работа в малых группах, письменная работа, дискуссия /Пр/	5	2	ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.2	Практическое занятие №2. ТЕМА: Особенности рынка информационных услуг. Информация как сетевое благо. Характеристика продукции сетевой экономики. Доклад, дискуссия /Пр/	5	2	ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.3	Практическое занятие №3. ТЕМА: Предприятие в сетевой рыночной экономике. Доклад, дискуссия /Пр/	5	2	ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.4	Практическое занятие №4. ТЕМА: Электронная коммерция. Работа в малых группах, презентация, дискуссия /Пр/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.5	Практическое занятие №5. ТЕМА: Маркетинговые коммуникации и реклама в Интернете. Работа в малых группах, презентация, дискуссия /Пр/	5	2	ИД-1.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 3. Лабораторные занятия							

3.1	Лабораторная работа 1. «Исследование структуры и перечня услуг, представленных на сайте фронт-офиса Интернет-магазина» (исследование Интернет-магазинов по следующим направлениям: посещаемость сайта, место в рейтингах, индекс цитирования, оценка посетителей; внешнее оформление, навигация, содержание, структура; наличие дополнительных сервисов; условия оплаты, условия доставки товаров, формы оформления заказа и др. Оформление результатов проведенного анализа в таблично и графическом виде (скриншоты, различные виды диаграмм, графики)) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.2	Лабораторная работа 2. «Сравнительная характеристика основных способов оплаты товаров и услуг в электронной коммерции» (характеристика способов оплаты, используемых в электронной коммерции: оплата наличными, кредитными картами, Интернет-банкинг, с использованием платежных систем, телебанкинг или платежи с использованием war-технологии; сравнительная характеристика платежных систем: Assist, PayCash, CyberPlat, WebMoney /Лаб/	5	2	ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.3	Лабораторная работа 3. «Исследование структуры и содержания сайтов корпоративных представительств в Интернете» (сравнительная характеристика сайтов корпоративных представительств в сети Интернет: визитка, Интернет-витрина, Интернет-магазин, корпоративный сайт, информационный портал; примеры реализации) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.4	Лабораторная работа 4. «Исследование электронных торговых площадок типа В2В» (сравнительный анализ электронных торговых площадок типа В2В; примеры реализации) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.5	Лабораторная работа 5. «Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика сайтов государственных (муниципальных) органов власти, характеристика Портала государственных (муниципальных) услуг) /Лаб/	5	2	ИД-2.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.6	Лабораторная работа 6 «Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика электронных торговых площадок, на которых осуществляются торги для государственных и муниципальных нужд, исследование структуры и содержания сайтов Zakupki.gov.ru zakupki-altai.ru) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

3.7	Лабораторная работа 7. «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (исследование структуры и особенностей организации сайтов, предоставляющих образовательные, юридические, консалтинговые, страховые и туристские услуги) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.8	Лабораторная работа 8. «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (сравнительная характеристика систем Интернет-трейдинга QUIK-Брокер, Alor-Trade, MetaQuotes) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.9	Лабораторная работа 9. «Исследование особенностей Интернет-рекламы» (сравнительная характеристика видов Интернет-рекламы, примеры реализации) /Лаб/	5	2	ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.10	Лабораторная работа 10. «Исследование особенностей проведения маркетингового исследования в Интернете» (сравнительная характеристика методов проведения маркетингового исследования в Интернете; примеры реализации) /Лаб/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 4. Самостоятельная работа							
4.1	Сущность сетевой экономики Опрос Конспект к практическому занятию №1 /Ср/	5	4	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.2	Особенности рынка информационных услуг. Информация как сетевое благо. Характеристика продукции сетевой экономики Опрос Конспект к практическому занятию №2 /Ср/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.3	Предприятие в сетевой рыночной экономике. Опрос Конспект к практическому занятию №3 /Ср/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.4	Электронная коммерция Опрос Конспект к практическому занятию №4 /Ср/	5	4	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.5	Маркетинговые коммуникации и реклама в Интернете Опрос Конспект к практическому занятию №5 /Ср/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

4.6	Виртуальные предприятия Опрос Конспект к практическому занятию №6 /Ср/	5	2	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.7	Цены и ценообразование на информационном рынке Финансовые особенности сетевой экономики Опрос Конспект к практическому занятию №7 /Ср/	5	2,3	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 5. Консультации							
5.1	Консультация по дисциплине /Конс/	5	0,7	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л2.2	0	
Раздел 6. Промежуточная аттестация (зачёт)							
6.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	5	8,85	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л2.2	0	
6.2	Контактная работа /КСРАТТ/	5	0,15	ИД-1.ПК-12 ИД-2.ПК-12 ИД-3.ПК-12 ИД-4.ПК-12	Л2.2	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

Фонд оценочных средств представлен в отдельном документе в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в Горно-Алтайском государственном университете.

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

1. Сетевая экономика - это:

- а) форма ведения внемагазинной розничной торговли, при которой сбытовые агенты фирмы-производителя устанавливают контакты с потенциальными покупателями
- б) развивающаяся в рамках общественно-исторической формации на базе сложившихся производительных сил и производственных отношений стратегия и тактика хозяйственной деятельности
- в) хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций)
- г) наука о применении статистических и математических методов в экономическом анализе для проверки правильности экономических теоретических моделей и способов решения экономических проблем

2. К основным принципам функционирования сетевой экономики НЕ относятся:

- а) принцип бесплатности, возрастающего эффекта
- б) принцип экспоненциального развития, переоценки ценностей
- в) принцип полноты, бесплатности
- г) принцип обратного ценообразования, глобализации
- д) принцип взаимодействия спроса и предложения, принцип равновесия
- е) принцип анархии, хаоса

3. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

- а) электронный маркетинг; создания электронных магазинов
- б) коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции
- в) администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;
- г) ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов

- д) консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности
- е) производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги
- ж) диагностика механизированного оборудования; оценка качества

4. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:

- а) специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь
- б) почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы
- в) виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов
- г) биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи
- д) автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга
- е) система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

5. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:

- а) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G
- б) модели B2B, C2B, A2C, A2A
- в) модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C

6. Модель Business-to-Business (B2B) представляет собой:

- а) сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг
- б) сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг
- в) виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями
- г) сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта.

7. Властные структуры могут использовать технологии электронной коммерции для того, чтобы:

- а) повысить эффективность своей деятельности;
- б) расширить перечень услуг, оказываемых налогоплательщиками;
- в) снизить уровень налогообложения.

8. Укажите соответствие между типом корпоративных представительств и их использованием:

- 1. Визитка А. средняя компания с большой клиентской базой, разветвленной дилерской сетью
- 2. Интернет-витрина Б. товары могут продаваться через Интернет, имеется возможность профессионального описания каждого продукта
- 3. Интернет-магазин В. Большой товароборот
- 4. Внешний коммуникативный канал Г. компания реализует продукцию только в офлайн, но целевая аудитория представлена достаточно широко в сети Интернет

- а) 1б, 2в, 3а, 4г
- б) 1г, 2а, 3в, 4б
- в) 1г, 2б, 3в, 4а
- г) 1а, 2г, 3б, 4в

9. Вертикальная электронная торговая площадка - это:

- а) торговая площадка в сети Интернет, где цены не фиксированы, а устанавливаются во время публичных торгов на основании спроса и предложения
- б) виртуальное рыночное пространство для предоставления товаров и услуг различных отраслей
- в) торговая площадка в сети Интернет, где цены фиксируются продавцами, большинство продаж осуществляется известными поставщиками и по заранее определенным правилам
- г) виртуальное рыночное пространство, предназначенное для сделок купли-продажи товаров определенной отраслевой принадлежности

10. Горизонтальная электронная торговая площадка - это:

- а) торговая площадка в сети Интернет, где цены не фиксированы, а устанавливаются во время публичных торгов на основании спроса и предложения
- б) виртуальное рыночное пространство для предоставления товаров и услуг различных отраслей
- в) торговая площадка в сети Интернет, где цены фиксируются продавцами, большинство продаж осуществляется известными поставщиками и по заранее определенным правилам
- г) виртуальное рыночное пространство, предназначенное для сделок купли-продажи товаров определенной отраслевой принадлежности

11. Интернет-магазин включает следующие основные компоненты:

- а) интернет-витрину, снабженную виртуальной потребительской корзиной
- б) базу данных товаров
- в) систему учета и контроля исполнения заказов
- г) бэк-офис
- д) систему приема платежей

12. Выбрать наиболее оптимальный способ оплаты товаров в Интернет-магазине для тех, кто часто совершает покупки в Интернете.

- а) оплата наличными курьеру
- б) наложенный платеж
- в) банковский перевод
- г) использование электронных денег
- д) использование пластиковых карт

13. Выбрать оптимальный вариант организации системы Интернет-торговли для небольших и средних проектов.

- а) аренда витрины в электронном торговом ряду
- б) разработка на заказ
- в) аренда магазина
- г) разработка собственными силами
- д) покупка готового интернет-магазина

14. Выделите модели, ориентированные на конечного пользователя:

- а) электронная реклама
- б) электронная торговля
- в) информационные услуги
- г) электронное здравоохранение
- д) дистанционное обучение
- е) электронное управление закупками
- ж) электронные аукционы и биржи
- з) порталы

15. Выделите модели ориентированные на бизнес-партнера:

- а) электронная реклама
- б) электронная торговля
- в) информационные услуги
- г) электронное здравоохранение
- д) дистанционное обучение
- е) управление взаимоотношениями с клиентами;
- ж) электронное управление закупками
- з) электронные аукционы
- и) электронные биржи
- к) порталы
- л) платежные системы

16. Баннерная реклама – это ...

- а) использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
- б) комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
- в) прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
- г) вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

17. На информационном сервере было приобретено 3000 баннерных показов по цене 180 рублей за тысячу. Рекламная кампания проводилась в течение недели. В результате за данный период времени 1467 пользователей щелкнули на баннере, оформили заказ 123 человека. Коэффициент СРВ будет равен:

- а) 1,46
- б) 8,4
- в) 4,39
- г) 0,08

18. Рассчитать удельную стоимость каждого факта запоминания рекламы пользователем, если для проведения рекламной кампании было приобретено 12000 показов стоимостью 124 рубля за тысячу, баннер был продемонстрирован 12000 раз, число уникальных посетителей составило 2300 человек, щелкнуло на баннере 867 человек, количество посетителей, запомнивших рекламу составляет 74%.

- а) 0,16 руб.
- б) 0,87 руб.
- в) 0,19 руб.
- г) 0,17 руб.

19. Для анализа рекламной кампании используются следующие данные:

- а) график и схема размещения рекламы
- б) число показов, кликов
- в) результаты анализа лог-файлов сервера рекламодателя
- г) данные, полученные внутри компании рекламодателя
- д) все выше перечисленное
- е) число кликов

20. Таргетинг – программный механизм, позволяющий:

- а) выделить целевую аудиторию
- б) выделить целевую аудиторию и показывать рекламу именно ей
- в) показывать рекламу только целевой аудитории
- г) выделить целевую аудиторию и показывать рекламу только ей

21. Определите составляющие интернет-маркетинга:

- а) баннерная реклама и public relations
- б) электронная торговля товарами и услугами
- в) методы и средства проведения эффективных рекламных кампаний
- г) методика проведения маркетинговых исследований в Интернете
- д) методы разработки рекламных сообщений
- е) способы правильного позиционирования торговой марки на рынке
- ж) платежная система Интернета, службы доставки товара

22. Выделите операции интернет-банкинга доступные клиентам:

- а) осуществлять все коммунальные платежи;
- б) оплачивать счета за связь (IP-телефония, сотовая и пейджинговая связь, Интернет) и другие услуги (спутниковое теле-видение, обучение и пр.);
- в) переводить средства в оплату счетов за товары, в том числе купленные через интернет-магазины;
- г) покупать и продавать иностранную валюту; пополнять/снимать денежные средства со счета пластиковой карты, в том числе наличными;
- д) открывать различные виды счетов;
- е) получать информацию о поступивших платежах в режиме реального времени;
- ж) получать другие услуги (покупка/продажа ценных бумаг, создание инвестиционного портфеля, возможность участия в паевых фондах банка, участие в торгах и т.д.).

23. Укажите соответствие между терминами и их значениями:

- 1. индекс цитирования А. Сервис, предназначенный для измерения посещаемости сайтов
- 2. счетчик посещений Б. Процесс увеличения релевантности документа и увеличение его индекса цитирования
- 3. сайтпромоутинг В. Показатель, определяемый числом и значимостью ссылок на других сайтах на искомый ресурс
- 4. поисковая оптимизация Г. Совокупность методов Интернет-коммерции, направленный на увеличение популярности сайтов

- а) 1а, 2б, 3г, 4в
- б) 1в, 2а, 3б, 4г
- в) 1в, 2а, 3г, 4б
- г) 1а, 2г, 3б, 4в

24. Выделите услуги, которые предоставляются интернет-трейдингом:

- а) вывод сделки покупки/продажи ценных бумаг на рынок (discount broker);
- б) полное юридическое, финансовое и т.п. сопровождение инвестиционного счета (full service broker);
- в) помощь в совершении сделки на бирже непосредственно частным лицам.

25. Определите классификацию консалтинговых и образовательных ресурсов Интернета:

- а) к первой группе следует отнести поставщиков «сырой» финансовой информации - финансовые институты и службы;
- б) вторую группу составляют информационные, консультационные агентства, информационные центры и образовательные структуры;
- в) третью группу образуют издательские дома, газетные объединения и информационные службы;
- г) четвертую группу образуют брокерские конторы, предоставляющие услуги Интернет-трейдинга, аутсорсинговые компании, консалтинговые фирмы.

26. Укажите соответствие между мошенническими транзакциями и доступными атрибутами карт

Доступные атрибуты карт Мошеннические транзакции

1. реквизиты карты А. оплата в офлайн-магазине с использованием карты
2. магнитная полоса и ПИН-код Б. использование карты в Интернет-коммерции
В. Снятие наличных в банкомате
Г. Оплата покупок по сговору с работниками магазинов

- а) 1а, 1б, 2в, 2г
б) 1б, 1г, 2в, 2г
в) 1а, 1г, 2в, 2а
г) 1в, 1б, 2в, 2а

27. Выделите особенности ценообразования на электронном рынке:

- а) более низкие, по сравнению с обычной коммерцией, цены в сети Интернет складываются за счет высокой конкуренции;
б) издержки на Интернет-коммерцию могут быть ниже по сравнению с обычной за счет увеличения объема продаж;
в) издержки канала распределения на электронном рынке покрываются за счет покупателей, которым продавцы сообщают об этом только в момент оформления заказа на товар.

28. Перечислите составляющие электронного управления закупками:

- а) системы электронных каталогов и агрегатов данных
б) системы поиска встречных заявок
в) системы электронного проведения тендеров
г) системы информационного обеспечения
д) системы интерактивного доступа

29. Перечислите виды электронных аукционов по степени информированности:

- а) публичные аукционы
б) приватные аукционы
в) тихие аукционы
г) индивидуальный аукцион
д) громкие аукционы
е) датский аукцион

30. Перечислите виды порталов:

- а) корпоративные
б) информационные
в) коммерческие
г) персональные
д) публичные
е) брокерские
ж) консалтинговые
з) художественные

31. Контент отраслевой торговой площадки обычно содержит:

- а) систему управления логистикой, платежную систему, систему кредитования и страхования сделок
б) отраслевой каталог продукции, базу данных предприятий отрасли, стандарт электронного документооборота, аналитические исследования и т.п.
в) систему контроля торгов, систему подбора поставщика; оформление, получение и подтверждение заказа на покупку; оформление
г) регистрацию, мониторинг деловой активности, организацию рейтингов предприятий данной отрасли, прогнозирование ситуации на рынке

32. Наименее затратным является следующий вариант создания Интернет-магазина:

- а) установка веб-сервера в локальной сети предприятия;
б) аренда магазина в электронном торговом ряду;
в) размещение магазина на сервере Интернет-провайдера.

33. В обязанности администратора Интернет-магазина входит:

- а) формирование и ведение базы данных бухгалтерской информации;
- б) подготовка и контроль графика доставки товаров потребителям;
- в) выполнение работ по подготовке и отладке программного обеспечения.

34. Является ли Интернет-подразделение оффлайновой компании одной из бизнес-моделей розничной торговли в Интернете:

- а) да, является;
- б) нет, не является;
- в) является, если это – Интернет-подразделение торговой компании.

35. Электронная коммерция влияет на рынок труда следующим образом:

- а) меняет задачи и функции работников, производящих и доставляющих товары и услуги до потребителя;
- б) не имеет никакого влияния на рынок труда;
- в) способна заметно снизить уровень безработицы.

36. Стратегия развития электронного магазина предполагает повысить:

- а) эффективность работы с поставщиками;
- б) эффективность работы с покупателями;
- в) оба ответа правильны.

37. Рынки B2B чувствительны:

- а) выбору механизма совершения сделок и методу стандартизации товарных сделок;
- б) размеру ВВП страны;
- в) оба ответа правильны.

38. Экономический эффект от интеграции предприятия в сеть Интернет может быть выражен:

- а) приростом объема продаж продукции;
- б) снижением затрат времени на осуществление транзакции;
- в) ростом имиджа предприятия;
- г) снижением текущих затрат на осуществление транзакции;
- д) ростом числа посетителей сайта предприятия.

39. При оценке эффективности интеграции предприятия в Интернет приведенные затраты сопоставляются с:

- а) единовременными затратами;
- б) эксплуатационными затратами;
- в) экономическим эффектом от проекта;
- г) инвестициями на создание проекта;
- д) с приведенными затратами других проектов.

40. Интернет-трейдинг – это:

- а) создание брокерской фирмы в Интернете;
- б) предоставление клиенту в реальном режиме времени через Интернет информации о состоянии фондового и валютного рынков;
- в) услуга, предоставляемая инвестиционным посредником (банком или брокерской компанией), которая позволяет клиенту осуществлять покупку (продажу) ценных бумаг и валюты в реальном времени через Интернет.

Критерии оценки:

Отлично – «зачтено» (от 91 до 100 баллов), повышенный уровень - студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, правильно анализирует, сравнивает предложенные преподавателем схемы, приводит собственные примеры на основе материалов, изученных на лекционных и практических занятиях.

Хорошо – «зачтено» (от 76 до 90 баллов), повышенный уровень - студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.

Удовлетворительно – «зачтено» (от 61 до 75 баллов), пороговый уровень - студентом дан ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются ошибки в ответе.

Неудовлетворительно – «не зачтено» (60 баллов и менее), уровень не сформирован - студентом дан ответ, который

содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Студент не способен ответить на вопросы при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Понятие о сетевой экономике.
 Инфраструктура сетевой экономики.
 Принципы функционирования и развития сетевой экономики.
 Понятие сетевого блага, основные характеристики сетевого блага, особенности анализа сетевых благ.
 Организация коммуникаций в сетевой экономике
 Организация межсоединений в сети Интернет.
 Протоколы в сети Интернет
 Методика расчета стоимости межсоединений.
 Характеристика различных видов соединений в сетях.
 Провайдерские фирмы в сетевой экономике
 Основные понятия электронной коммерции.
 Концептуальные модели электронных транзакций и их классификация.
 Факторы развития электронной коммерции.
 Классификация бизнес-моделей электронной коммерции.
 Достоинства и недостатки электронной коммерции.
 Классификация систем сектора B2C.
 Понятие и преимущества Интернет-магазина.
 Бизнес-модели Интернет-торговли. Классификация бизнес-моделей Интернет-торговли.
 Организация технологического процесса Интернет-торговли.
 Методы привлечения покупателей в Интернет-магазины.
 Основные способы оплаты товаров и услуг в Интернете.
 Платежная система в Интернете: возможности, требования, преимущества и недостатки.
 Технологии снижения рисков платежных систем в Интернете.
 Особенности построения бизнес-модели B2B.
 Организация закупок через Интернет. Электронные торговые площадки.
 Основные модели организации торговых Интернет-площадок.
 Торгово-технологический процесс торговой площадки.
 Корпоративные представительства в Интернете.
 Виртуальные предприятия.
 Понятие и структура электронного правительства.
 Государственные электронные торгово-закупочные площадки.
 Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.
 Преимущества Интернет как канала оказания услуг.
 Банковские услуги в Интернете.
 Интернет-трейдинг: возможности и преимущества.
 Предоставление туристических услуг в Интернете.
 Особенности организации Интернет-страхования.
 Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете.
 Коммуникативные услуги в Интернете.
 Понятие и модели дистанционного образования.
 Понятие и особенности IT-аутсорсинга.
 Интернет как инструмент маркетинга.
 Организация маркетинговых исследований в Интернете
 Управление продвижением продукта в Интернете.
 Товарная и ценовая политика в Интернете.
 Интернет-реклама. Виды и инструменты рекламы в Интернете.
 Эффективность рекламных кампаний в Интернете.
 Особенности разработки и реализации бизнес-идеи Интернет-проектов.
 Модели получения доходов при реализации бизнес-идеи в Интернете.
 Техническое задание по реализации Интернет-проекта.
 Особенности маркетингового плана по реализации Интернет-проекта.
 Методы продвижения и оптимизации сайта Интернет-проекта
 Оценка результатов деятельности предприятия в сетевой экономике.
 Оценка стоимости предприятий в сетевой экономике.

Критерии оценки

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он полно раскрыл тему доклада без дополнений или если в ответе присутствуют небольшие (не принципиальные) отклонения или наводящие (уточняющие) вопросы преподавателя;
 - оценка «хорошо» выставляется студенту, если он полно раскрыл основные аспекты доклада, но упустил некоторые важные детали или если в ответе присутствуют небольшие (не принципиальные) отклонения или наводящие

(уточняющие) вопросы преподавателя;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он не полно раскрыл тему доклада, используя лишь общие понятия или если в ответе присутствуют большие отклонения или наводящие (уточняющие) вопросы преподавателя;
- оценка «неудовлетворительно» ставится при невыполнении студентом реферата или не владении материалом в докладе.
- оценка «зачтено» - реферат выполнен и раскрывает тему, студент владеет знаниями материала.
- оценка «не зачтено» - реферат не выполнен или студент не владеет материалом, отраженным в тексте.

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. Использование глобальной сети для организации индивидуальных покупок на конкретных примерах.
2. Исследовательские агентства в Интернет. Поиск информации. Организация исследования исследовательскими агентствами. Ресурсы Сети по тематике.
3. Методы привлечения конечных пользователей на сайты. Использование поисковых систем. Методы спонсорского сотрудничества. Ресурсы Сети по тематике.
4. Сайты поддержки существующего бизнеса. Базы знаний по выпускаемой продукции. Организация поддержки выпускаемой продукции. Ресурсы Сети по тематике.
5. Торговые системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Требования к безопасности транзакций. Решения по проведению платежей и доставке товаров.
6. Системы и способы расчетов в Интернет, механизмы оплаты и приема платежей. Платежные системы в Интернет. Общие принципы функционирования. Обеспечение безопасности финансовых операций. Интеграция с торговыми системами. Ресурсы Сети по тематике.
7. Организация тесного взаимодействия с потребителями. Кастомизация общения. Директ маркетинг. Ресурсы Сети по тематике.
8. Российский B2B рынок. Ресурсы Сети по тематике.
9. Организация торговых площадок в Интернет. Обзор российских торговых площадок. Ресурсы Сети по тематике.
10. Рынок программных продуктов для Интернет-магазинов. Ресурсы Сети по тематике.
11. Концепция электронного правительства: организация налоговых платежей и сборов. Ресурсы Сети по тематике.
12. Законодательство в области электронной коммерции и Интернет. Ресурсы Сети по тематике.
13. Проект «Электронное правительство» в России. Ресурсы Сети по тематике.
14. Рынок программных продуктов управления сайтом. Ресурсы Сети по тематике.
15. Бесплатное или условно бесплатное программное обеспечение в сети Интернет. Ресурсы Сети по тематике.
16. Структурный обзор корпоративных сайтов предприятий Республики Алтай в сети Интернет. Ресурсы Сети по тематике.
17. Концепция электронного правительства: Правительственные ресурсы Республики Алтай в сети Интернет.
18. Интернет-аукционы и Интернет-площадки в Runet. Ресурсы Сети по тематике.
19. Оффшорные компании в Интернете. Ресурсы Сети по тематике.
20. Интернет – банкинг. (Понятие Интернет-банкинга и виртуальной системы клиринговых расчетов. Их достоинства и недостатки. Появление и развитие сети банков, предоставляющих услуги по он-лайн управлению счетом (системы банк-клиент). Удаленное управление банковским счетом. Ресурсы Сети по тематике.
21. Интернет казино как вариант организации электронного экономического пространства. Ресурсы Сети по тематике.
22. Создание коммерческого сервера. Обзор рынка услуг в области изготовления коммерческих сайтов. Ресурсы Сети по тематике.
23. Биржевая деятельность в Интернете. Дилерские и брокерские конторы. Специфика деятельности. Ресурсы Сети по тематике.
25. Пластиковые карточки. Появление, становление, развитие. Пластиковые карточки как основное средство платежа в Интернет-сделках. Ресурсы Сети по тематике.
26. Интернет-страхование. Страхование рисков, связанных с Интернет. Организация страхового бизнеса в Интернет. Виды страхования, услуги страхования, предоставляемые через Интернет. Ресурсы Сети по тематике.
27. Рейтинговые агентства в Интернет. Организация исследования рейтинговыми агентствами.

Критерии оценки:

Отлично – «зачтено» (от 91 до 100 баллов), повышенный уровень - студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, правильно анализирует, сравнивает предложенные преподавателем схемы, приводит собственные примеры на основе материалов, изученных на лекционных и практических занятиях.

Хорошо – «зачтено» (от 76 до 90 баллов), повышенный уровень - студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.

Удовлетворительно – «зачтено» (от 61 до 75 баллов), пороговый уровень - студентом дан ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность

ответа. Однако допускаются ошибки в ответе.

Неудовлетворительно – «не зачтено» (60 баллов и менее), уровень не сформирован - студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Студент не способен ответить на вопросы при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Практические занятия и семинары (лабораторный практикум)

Лабораторная работа 1. «Исследование структуры и перечня услуг, представленных на сайте фронт-офиса Интернет-магазина» (исследование Интернет-магазинов по следующим направлениям: посещаемость сайта, место в рейтингах, индекс цитирования, оценка посетителей; внешнее оформление, навигация, содержание, структура; наличие дополнительных сервисов; условия оплаты, условия доставки товаров, формы оформления заказа и др. Оформление результатов проведенного анализа в табличном и графическом виде (скриншоты, различные виды диаграмм, графики))

Лабораторная работа 2. «Сравнительная характеристика основных способов оплаты товаров и услуг в электронной коммерции» (характеристика способов оплаты, используемых в электронной коммерции: оплата наличными, кредитными картами, Интернет-банкинг, с использованием платежных систем, телебанкинг или платежи с использованием war-технологии; сравнительная характеристика платежных систем: Assist, PayCash, CyberPlat, WebMoney)

Лабораторная работа 3. «Исследование структуры и содержания сайтов корпоративных представительств в Интернете» (сравнительная характеристика сайтов корпоративных представительств в сети Интернет: визитка, Интернет-витрина, Интернет-магазин, корпоративный сайт, информационный портал; примеры реализации)

Лабораторная работа 4. «Исследование электронных торговых площадок типа B2B» (сравнительный анализ электронных торговых площадок типа B2B; примеры реализации)

Лабораторная работа 5. «Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика сайтов государственных (муниципальных) органов власти, характеристика Портала государственных (муниципальных) услуг)

Лабораторная работа 6. «Исследование особенностей реализации системы электронной коммерции в секторе G2C и G2B» (сравнительная характеристика электронных торговых площадок, на которых осуществляются торги для государственных и муниципальных нужд, исследование структуры и содержания сайтов Zakupki.gov.ru zakupki-altai.ru)

Лабораторная работа 7. «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (исследование структуры и особенностей организации сайтов, предоставляющих образовательные, юридические, консалтинговые, страховые и туристские услуги)

Лабораторная работа 8. «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (сравнительная характеристика систем Интернет-трейдинга QUIK-Брокер, Alor-Trade, MetaQuotes)

Критерии оценки:

Результатами занятия должна стать формирующаяся у студентов компетенция, а также умение аргументировано отстаивать собственную точку зрения по рассматриваемой тематике. Максимальный балл за ответы по всем практическим занятиям дисциплины – 42,0 балла (по 4,2 балла за решение задач по каждой из тем). Для выставления итоговой оценки студенту используется следующий перечень критериев:

- 1) Задачи выполнены верно и в полном объеме. отсутствуют ошибки в расчетах. Студент выполнил задание самостоятельно - Отлично – «зачтено», (91-100%/от 3,8 до 4,2 баллов), повышенный уровень
- 2) Задачи выполнены верно и в полном объеме. допущены незначительные ошибки в расчетах. Студент выполнил задание самостоятельно - Хорошо – «зачтено», (76-90%/от 3,2 до 3,7 баллов), повышенный уровень
- 3) Задание выполнено с допущением существенных арифметических ошибок. Студент выполнил задание самостоятельно - Удовлетворительно - «зачтено» (61-75%/от 2,6 до 3,1 баллов), пороговый уровень
- 4) Задание выполнено с существенным нарушением методики расчетов, и арифметическими ошибками. Сложно оценить самостоятельность выполнения задания - Не удовлетворительно – «не зачтено», (менее 61%/менее 2,6 баллов), уровень не сформирован

--

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Янковская К.Г., Куттубаева Т.А.	Сетевая экономика: учебное пособие по направлению подготовки 230700.62 Прикладная информатика, профиль подготовки Прикладная информатика в экономике, 080100.62 "Экономика", профиль подготовки "Экономика предприятий и организаций"	Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2015	http://elib.gasu.ru/index.php?option=com_abook&view=book&id=64:setevaya-ekonomika&catid=28:economic&Itemid=181
Л1.2	Брацун Д.А.	Сетевая экономика: учебное пособие	Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2013	http://www.iprbookshop.ru/32089.html

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Селетков С.Н., Днепровская Н.В., Шевцова [и др.] И.В.	Мировые информационные ресурсы и сетевая экономика: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	http://www.iprbookshop.ru/10788.html
Л2.2	Калужский М.Л.	Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка: монография	Москва: Экономика, 2014	http://www.iprbookshop.ru/31693.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Office
6.3.1.2	Яндекс.Браузер
6.3.1.3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.4	MS Windows
6.3.1.5	Google Chrome
6.3.1.6	РЕД ОС
6.3.1.7	LibreOffice
6.3.1.8	NVDA

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.2	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
6.3.2.3	КонсультантПлюс

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

	дискуссия	
	кейс-метод	
	проблемная лекция	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
319 A2	Компьютерный класс. Лаборатория региональной экономики. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Компьютеры, интерактивная доска с проектором, подключение к сети интернет

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа – это планируемая учебная и научная работа студентов, выполняемая по заданию преподавателя и под его методическим руководством, но без его непосредственного участия. Содержание самостоятельной работы студентов определяется концепцией учебной дисциплины, ее учебно-методическим обеспечением.

На первом занятии производится ознакомление студентов с формой занятий по изучаемому курсу, видах самостоятельной работы и о системе их оценки в баллах; осуществляется помощь студентам составить график самостоятельной работы с указанием конкретных сроков представления выполненной работы на проверку преподавателю.

Условно самостоятельную работу студентов можно разделить на обязательную и контролируруемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне сделанных докладов, рефератов, выполненных контрольных работ, тестовых заданий и др. форм текущего контроля. Баллы, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.

Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем. Баллы, полученные по этим видам работы, так же учитываются при итоговой аттестации по курсу.

В ходе выполнения заданий студентом должны быть решены следующие задачи:

- углублённое знакомство с предметом исследования;
- овладение навыками работы с учебной литературой, законодательными и нормативными документами;
- выработка умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал, использовать результаты анализа для подведения обоснованных выводов и принятия управленческих решений.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, студент должен ознакомиться с содержанием рабочей программы. Это необходимо для того, чтобы осмыслить суть предлагаемых работ и круг вопросов, которые предстоит освоить, а также определить место и значимость самостоятельных заданий в общей структуре программы курса «Экскурсионный менеджмент».

Самостоятельная работа предполагает защиту студентами рефератов. Перечень возможных рефератов прилагается в соответствующем разделе и имеет разбивку на примерный план содержания. Однако, в рамках предложенных тем, студент может согласовать с преподавателем изменения в содержательной части, обосновав при этом их необходимость.

Осуществляя самостоятельную работу, студент должен выполнять е различные виды и не нацеливать себя только на возможность написания рефератов и докладов. Данный процесс контролирует преподаватель. После проведения второй аттестации по модульно-рейтинговой системе прием преподавателем рефератов прекращается.

Методические указания по подготовке рефератов

Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферированного произведения излагается объективно от имени автора.

Структура реферата:

1. Титульный лист
2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.
4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной

литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифровой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.

7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

Методические указания по подготовке конспектов

При подготовке конспектов необходимо использовать различные способы конспектирования, особенности которых раскрываются ниже.

Тезисы — это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала, которые лаконично выражают суть рассматриваемого текста, дают возможность раскрыть его содержание. Приступая к освоению записи в виде тезисов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает (если, конечно, это не библиотечная книга). Часто такой отбор облегчается шрифтовым выделением, сделанным в самом тексте.

Линейно-последовательная запись текста. При конспектировании линейно — последовательным способом целесообразно использование плакатно-оформительских средств, которые включают в себя следующие: сдвиг текста конспекта по горизонтали, по вертикали; выделение жирным (или другим) шрифтом особо значимых слов; использование различных цветов; подчеркивание; заключение в рамку главной информации.

Способ «вопросов - ответов». Он заключается в том, что, поделив страницу тетради пополам вертикальной чертой, конспектирующий в левой части страницы самостоятельно формулирует вопросы или проблемы, затронутые в данном тексте, а в правой части дает ответы на них. Одна из модификаций способа «вопросов - ответов» — таблица, где место вопроса занимает формулировка проблемы, поднятой автором (лектором), а место ответа - решение данной проблемы. Иногда в таблице могут появиться и дополнительные графы: например, «мое мнение» и т.п.

Схема с фрагментами — способ конспектирования, позволяющий ярко выявить структуру текста, — при этом фрагменты текста (опорные слова, словосочетания, пояснения всякого рода) в сочетании с графикой помогают созданию рационально-лаконичного конспекта.

Простая схема — способ конспектирования, близкий к схеме с фрагментами, объяснений к которой конспектирующий не пишет, но должен уметь давать их устно. Этот способ требует высокой квалификации конспектирующего. В противном случае такой конспект нельзя будет использовать. Наиболее распространенными являются схемы типа "генеалогическое дерево" и "паучок". В схеме "генеалогическое дерево" выделяют основные составляющие более сложного понятия, ключевые слова и т. п. и располагают в последовательности "сверху - вниз" - от общего понятия к его частным составляющим. В схеме "паучок" записывается название темы или вопроса и заключается в овал, который составляет "тело паучка". Затем нужно продумать, какие из входящих в тему понятий являются основными и записать их в схеме так, что они образуют "ножки паука". Для того чтобы усилить его устойчивость, нужно присоединить к каждой "ножке" ключевые слова или фразы, которые служат опорой для памяти.

Действия при составлении конспекта - схемы могут быть такими: 1. Подберите факты для составления схемы. 2. Выделите среди них основные, общие понятия. 3. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия. 4. Сгруппируйте факты в логической последовательности. 5. Дайте название выделенным группам. 6. Заполните схему данными.

Параллельный способ конспектирования. Конспект оформляется на двух листах параллельно или один лист делится вертикальной чертой пополам и записи делаются в правой и в левой части листа. Однако лучше использовать разные способы конспектирования для записи одного и того же материала.

Комбинированный конспект - вершина овладения рациональным конспектированием. При этом умело используются все перечисленные способы, сочетая их в одном конспекте (один из видов конспекта свободно перетекает в другой в зависимости от конспектируемого текста, от желания и умения конспектирующего). Именно при комбинированном конспекте более всего проявляется уровень подготовки и индивидуальность студента.

Опорный конспект. В опорном конспекте содержание информации «кодируется» с помощью сочетания графических символов, знаков, рисунков, ключевых слов, цифр и т. п.

Методические указания по подготовке докладов

Доклад – это развернутое устное изложение какой-либо темы, сделанное публично.

Отличительными признаками доклада являются:

- передача в устной форме информации;
- публичный характер выступления;
- стилевая однородность доклада;
- четкие формулировки и сотрудничество докладчика и аудитории;
- умение в сжатой форме изложить ключевые положения исследуемого вопроса и сделать выводы.

Этапы подготовки доклада:

- выбор темы доклада;
- подбор и изучение наиболее важных учебных, научных работ по данной теме, нормативных правовых актов;
- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы доклада фактов, мнений;

- составление плана доклада;
- написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Структура доклада:

1. Вступление, в котором указываются: тема доклада; цель (основная идея) доклада; связь данной темы с другими темами; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; актуальность, проблематика темы, современная оценка предмета изложения; краткий обзор изученной литературы по данной теме и т.п.
2. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.
3. Заключение, в котором: подводятся итоги, формулируются выводы; подчеркивается значение рассмотренной проблемы; • выделяются основные проблемы, пути и способы их решения и т.п.

Методические рекомендации по подготовке презентации

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы). Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов). На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах.

Следующие слайды можно подготовить, используя две различные стратегии их подготовки:

- 1 стратегия: на слайды выносятся опорный конспект выступления и ключевые слова с тем, чтобы пользоваться ими как планом для выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования: объем текста на слайде – не больше 7 строк; маркированный/нумерованный список содержит не более 7 элементов; отсутствуют знаки пунктуации в конце строк в маркированных и нумерованных списках; значимая информация выделяется с помощью цвета, кегля, эффектов анимации. Особо внимательно необходимо проверить текст на отсутствие ошибок и опечаток. Основная ошибка при выборе данной стратегии состоит в том, что выступающие заменяют свою речь чтением текста со слайдов.
- 2 стратегия: на слайды помещается фактический материал (таблицы, графики, фотографии и пр.), который является уместным и достаточным средством наглядности, помогает в раскрытии стержневой идеи выступления. В этом случае к слайдам предъявляются следующие требования: выбранные средства визуализации информации (таблицы, схемы, графики и т. д.) соответствуют содержанию; использованы иллюстрации хорошего качества (высокого разрешения), с четким изображением (как правило, никто из присутствующих не заинтересован вчитываться в текст на ваших слайдах и всматриваться в мелкие иллюстрации). Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому). Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. Основная ошибка при выборе данной стратегии – «соревнование» со своим иллюстративным материалом (аудитории не предоставляется достаточно времени, чтобы воспринять материал на слайдах).