

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Электронная коммерция

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

38.03.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы

Управление торговой и логистической деятельностью

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.17 Электронная коммерция относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-1: Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ИД-1: Составляет планы и обосновывает закупки ИД-2: Осуществляет процедуры закупки	ИД-1: 31 (ИД-1ПК-1) Знать принципы планирования электронной коммерции в сфере регламентированных закупок сектора государственных, муниципальных и корпоративных нужд и работы электронных магазинов. У1 (ИД-1ПК-1) Уметь составлять планы и обосновывать закупки, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации. В1 (ИД-1ПК-1) Владеть навыками составления отчетности по закупкам для государственных, муниципальных и корпоративных нужд, а также распределения ресурсов с учетом последствий влияния на итоги деятельности торговой организации. ИД-2: 32 (ИД-2ПК-1) Знать основы коммуникационных технологий для выполнения процедур закупок, требуемых для удовлетворения государственных,	Кейс-задача Задания Собеседование Тест	Зачёт: Кейс-задача Контрольные вопросы

		<p>муниципальных, корпоративных нужд и потребностей торговых компаний с учетом основных требований информационной безопасности.</p> <p>У2 (ИД-2ПК-1) Уметь применять и обосновывать применение инструментов электронной коммерции при составлении планов, обосновании закупок, в конкурсных торгах сектора государственных, муниципальных и корпоративных нужд и в работе электронных магазинов.</p> <p>В2 (ИД-2ПК-1) Владеть навыками анализа различных процедур закупок организации закупок через Интернет, в том числе закупок малого объема посредством электронных магазинов.</p>		
<p>ПК-3: Способен контролировать профессиональную деятельность работников торговых предприятий</p>	<p>ИД-1: Изучает и контролирует результаты профессиональной деятельности работников торгового предприятия</p> <p>ИД-2: Решает задачи по совершенствованию профессиональной деятельности работников торгового предприятия</p>	<p>ИД-1:</p> <p>33 (ИД-1ПК-3) Знать основные методы контроля качества работы сотрудников, нормы, правила, которые регламентируют профессиональную деятельность работников торгового предприятия.</p> <p>У3 (ИД-1ПК-3) Уметь выбирать вид и объем контроля, исходя из степени развития коллектива работников торгового предприятия, оценивать соблюдение правил торговли.</p> <p>В3 (ИД-1ПК-3) Владеть навыками разработки способов контроля результатов профессиональной деятельности работников торгового предприятия.</p> <p>ИД-2:</p> <p>34 (ИД-2ПК-3) Знать основы совершенствования</p>	<p>Кейс-задача</p> <p>Задания</p> <p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Кейс-задача</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		электронной коммерции и формирования конкурентных преимуществ торговой компании. У4 (ИД-2ПК-3) Уметь применять в работе торговой организации технологии и способы увеличения продаж. В4 (ИД-2ПК-3) Владеть навыками анализа и разработки мероприятий по совершенствованию профессиональной деятельности работников торгового предприятия.		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16
- КСР	1
самостоятельная работа	39
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	О Ф О	О Ф О	О Ф О	О Ф О	О Ф О
Раздел 1. Сеть интернет и ее использование в коммерческих целях. Тема 1. Категории пользователей интернета. Тема 2. Интернет как глобальное	8	2	2	4	4

явление.					
Раздел 2. Основы электронной коммерции. Тема 1. Типы электронной коммерции. Тема 2. Преимущества и недостатки электронной коммерции.	10	2	2	4	6
Раздел 3. Экономические условия для развития электронной коммерции. Тема 1. Начало цифровой эры. Тема 2. Цепь создания стоимости.	8	2	2	4	4
Раздел 4. Практические вопросы электронной коммерции. Тема 1. Механизм функционирования электронного магазина. Тема 2. Способы оплаты и доставки товара.	10	2	2	4	6
Раздел 5. Реклама в интернете. Тема 1. Виды интернет рекламы. Тема 2. Оплата рекламы в интернете. Тема 3. Оценка рекламных мероприятий в интернете.	9	2	2	4	5
Раздел 6. Платежные технологии в сети интернет. Тема 1. Интернет-банкинг. Тема 2. Электронные деньги.	10	2	2	4	6
Раздел 7. Виртуальные организации. Тема 1. Определение виртуальной организации. Тема 2. Характеристики виртуальных организаций. Тема 3. Жизненный цикл виртуальных организаций.	8	2	2	4	4
Раздел 8. Феномен информационного общества. Тема 1. Понятие и черты информационного общества.	8	2	2	4	4
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	16	16	33	39

Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Сеть интернет и ее использование в коммерческих целях.

Тема 1. Категории пользователей интернета.

Коммерческие пользователи интернета. Некоммерческие пользователи интернета. Домашние пользователи интернета. Поиск деловой информации. Поиск контакта с клиентами. Сбор персональной информации о клиентах. Продажи через интернет. Помощь клиентам. Поиск персонала. Внутренние коммуникации. Пропаганда своей деятельности. Привлечение сторонников, участников, членов. Общение с другими людьми через интернет. Чаты и форумы. Поиск публичной информации. Покупки через интернет. Получение дистанционных образовательных услуг.

Тема 2. Интернет как глобальное явление.

Интернет как глобальный рынок товаров и услуг. Отсутствие географических границ. Передача мультимедийной информации. Стоимость соединения. Общение в реальном времени. Круглосуточная работа. Автоматическое сравнение торговых предложений. Малая пропускная способность сети. Проблема информационной безопасности. Ввод и вывод информации. Законодательное регулирование интернета. Социальные и культурные барьеры.

Раздел 2. Основы электронной коммерции.

Тема 1. Типы электронной коммерции.

Электронная коммерция. Интернет коммерция. Электронная торговля. Электронный бизнес. Электронная торговля между предприятиями. Общий классификатор товаров. Оптовые сделки. Закрытая группа субъектов торговли. Электронная торговля для конечных потребителей. Произвольная классификация товаров. Розничная торговля. Электронная торговля между конечными потребителями. Интернет аукционы. Электронная торговля внутри предприятия. Самоокупаемость подразделений. Тема 2. Преимущества и недостатки электронной коммерции.

Увеличение продаж. Сокращение затрат. Рекламная компания в интернете. Затраты на управление заказами. Поиск новых поставщиков. Быстрый поиск и сравнение информации. Доставка информационных товаров через интернет. Интернет торговля продуктами питания. Интернет торговля

одеждой. Интернет торговля предметами роскоши. Проблемы распространения технологии. Законодательные проблемы. Культурные барьеры.

Раздел 3. Экономические условия для развития электронной коммерции.

Тема 1. Начало цифровой эры.

Пересмотр видов деятельности обычных предприятий. Естественная глобализация сети. Низкий барьер входа на рынок. Непосредственность торговых отношений. Интерактивность общения. Скорость передачи информации.

Тема 2. Цепь создания стоимости.

Физическая цепь ценообразования. Виртуальная цепь ценообразования. Поставщики аппаратного и программного обеспечения. Поставщики услуг телекоммуникаций. Поставщики услуг управления электронной коммерции. Финансовые посредники в электронной торговле. Услуги логистики. Сфокусированность на полезность для покупателя. Прогнозирование изменения вкусов и предпочтений. Сочетание привычных товаров и услуг для получения новых предложений. Оперативность доставки товара.

Раздел 4. Практические вопросы электронной коммерции.

Тема 1. Механизм функционирования электронного магазина.

Сайт электронного магазина. Поиск по каталогу товаров. Регистрация посетителя сайта. Торговая система интернет магазина. Функции электронной витрины. Формирование корзины покупателя. Оформление заказа. Защита передаваемых данных. Подключение платежной системы. Функции торгового менеджера электронного магазина. Обработка заказа.

Тема 2. Способы оплаты и доставки товара.

Оплата наличными курьеру. Оплата банковским переводом. Оплата наложенным платежом. Оплата почтовым (телеграфным) переводом. Оплата при помощи кредитной карты. Оплата при помощи электронных платежных систем. Доставка профессиональной курьерской службой. Доставка собственной курьерской службой магазина. Пересылка почтой. Самовывоз товара из пункта выдачи. Доставка по телекоммуникационным сетям. Сравнение и выбор способов доставки и оплаты. Политика защиты от мошенничества.

Раздел 5. Реклама в интернете.

Тема 1. Виды интернет рекламы.

Баннеры. Гиперссылка. Статические баннеры. Анимированные баннеры. Особенности изготовления баннеров. Элементы управления баннера. Эффективность баннера. Выгорание баннера. Задачи баннеров. Плавающие баннеры. Текстовый блок. Особенности размещения текстового блока. Загрузка текстового блока. Рекламная заставка. Восприятие рекламных заставок. Всплывающие окна. Использование всплывающих окон. Ссылка из текста. Смысловая привязка ссылок.

Тема 2. Оплата рекламы в интернете.

Фиксированная оплата за размещение. Выгоды для рекламодателя и рекламного сайта. Оплата по количеству показов. Факт загрузки рекламы. Степень риска оплаты показов. Оплата по количеству переходов. Регистрация переходов. Оплата по количеству посетителей. Переход и посетитель сайта. Учет посетителей. Оплата за действия посетителей. Регистрация на сайте. Подписка на новости. Запрос прайсов и каталогов. Заполнение анкет. Комиссия с продаж. Выбор ценовой модели рекламодателем и сайтом.

Тема 3. Оценка рекламных мероприятий в интернете.

Коммуникативная (информационная) эффективность рекламы. Экономическая эффективность рекламы. Стадии коммуникации рекламодателя с аудиторией. Стадия осведомленности. Число показов. Частота показов. Стоимость показов. Стоимость уникальных показов. Стадия привлечения. Запоминаемость и узнаваемость. Число кликов. Число уникальных кликов. Стоимость кликов. Стадия контакта. Число посещений. Частота посещений. Географическое распределение посетителей. Глубина просмотра сайта. Стоимость посещений. Стадия действия. Число действий. Число клиентов. Число заказов. Средняя сумма покупки. Объем продаж. Частота заказов.

Раздел 6. Платежные технологии в сети интернет.

Тема 1. Интернет- банкинг.

Традиционный банк. Единое окно обслуживания клиентов. Электронный банк. Автоматизированное обслуживание. Банкомат. Электронный кассир. Телефонный банкинг. Симуляция процессов работы банка. Обслуживание через посредников. Безопасность передаваемой информации. Подключение по телефонной линии. Подключение по локальной сети. Подключение через интернет. Подключение через кабельное телевидение. Радиосвязь с банком. Новые потребности клиентов. Демографические процессы и банковское обслуживание. Потребность в экономии времени. Глобализация банковского рынка. Государственное регулирование банков. Развитие телекоммуникационных технологий.

Тема 2. Электронные деньги.

Предоплаченные платежные единицы. Смарт-карты. Обращение электронных денег. Безопасность. Анонимность. Портативность. Двухнаправленность. Автономность. Делимость. Неограниченная длительность. Повсеместная принимаемость. Дружественность. Свобода выбора денежной единицы. Использование электронных денег частными лицами. Использование электронных денег коммерческими организациями. Использование электронных денег государственным сектором. Унифицированность электронных денег. Распространенность электронных денег. Мошенничество с электронными деньгами. Электронные деньги и обычная наличность. Анализ платежных систем электронных денег. Webmoney. Яндекс.Деньги. Регистрация в платежной системе. Электронный кошелек. Ввод вывод денег из платежной системы.

Раздел 7. Виртуальные организации

Тема 1. Определение виртуальной организации.

Функциональные организации. Мультидивизионные организации. Товарное разделение. Географическое разделение. Виртуальная организация. Сеть предприятий. Информационная инфраструктура.

Тема 2. Характеристики виртуальных организаций.

Преимущества виртуальных организаций: приспособляемость, легкость, гибкость; крупные ресурсы временных участников проекта; специализация предприятий-участников; привлечение участников из разных стран. Недостатки виртуальных организаций: риск потери контроля за информацией и происходящими процессами; необходимость выработки доверительных отношений между новыми предприятиями; необходимость строгой координации деятельности в условиях привычной независимости каждого участника проекта.

Тема 3. Жизненный цикл виртуальных организаций.

Фаза идентификации (определение и выбор возможностей деятельности на рынке). Фаза формации (определение и выбор партнеров для реализации проекта и установление отношений между ними). Фаза функционирования (разработка товара (или услуги), его производство и сбыт). Фаза завершения (деятельность прекращается, ее результаты делятся между участниками, которые начинают поиск новых возможностей рынка). Информационная инфраструктура как основа взаимодействия.

Раздел 8. Феномен информационного общества

Тема 1. Понятие и черты информационного общества.

Информационное общество. Информационно-коммуникационное пространство. Рынок информации и знаний. Информация как ресурс развития. Государственная политика информатизации. Национальные особенности развития информационных технологий.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Электронная коммерция (Кирюшин С.А., Муранова Т.Д.), <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4198>.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Кейс-задача № 1. Выполните «6.2. Нормирование закупок» [Электронный ресурс] / Кадырова, Г. М. Управление государственной и муниципальной закупочной деятельностью : учебник для вузов / Г. М. Кадырова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин ; под редакцией С. Е. Прокофьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15790-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennoy-i-municipalnoy-zakupochnoy-deyatelnostyu-565681-3#page/147> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа: внимательно прочитайте пункт 8 Общих правил определения требований ккупаемым заказчиками отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе предельных цен товаров, работ, услуг) (утв. постановлением Правительства РФ от 2 сентября 2015 г. № 926). Выберите три любых объекта закупок для государственных и муниципальных нужд (например, приборы стоматологические; бензин АИ-95; овощи) и для каждого из них определите избыточные потребительские свойства, перечисленные в пункте 8 указанных Правил. Ответ обоснуйте.

Кейс-задача № 2. Проанализируйте и выполните кейс: «1. Описание ситуации» [Электронный ресурс] / Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для вузов / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17858-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennymi-i-municipalnymi-zakupkami-560850-1#page/292> (дата обращения: 10.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте виды деятельности, которые отражены в закупочной деятельности согласно данной конкретной ситуации.
2. Какие критерии были определены и почему?
3. Какие способы определения подрядчика вам известны?

Кейс-задача № 3. Проанализируйте и выполните кейс: «2. Описание ситуации» [Электронный ресурс] / Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум

для вузов / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17858-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennymi-i-municipalnymi-zakupkami-560850-1#page/292> (дата обращения: 10.03.2025). — Режим доступа: по подписке.

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте основные правовые акты, которые регулируют закупочную деятельность в данной ситуации.
2. Раскройте содержание совместной закупки, исходя из условий конкретной ситуации.
3. Дайте оценку заказчику в данной ситуации.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Кейс-задача № 1. Проанализируйте и выполните: «Digital Кейс «Запуск омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке»» [Электронный ресурс] / CMS Magazine — digital-журнал [сайт]. — URL: <https://cmsmagazine.ru/journal/cases-3386/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте бизнес-процесс взаимодействия трех рабочих групп, участвовавших в одном проекте по запуску омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке. Какие решались задачи по совершенствованию профессиональной деятельности?
2. Какие методы и инструменты обеспечивают успешный запуск омниканального онлайн-магазина?
3. Какие критерии оценки результатов профессиональной деятельности были определены? Ответ обоснуйте.

Кейс-задача № 2. Проанализируйте и выполните кейс: «Как перенести успешные практики из офлайна в онлайн» [Электронный ресурс] / Рейтинг Рунета — интерактивный инструмент для выбора ведущих веб-студий, мобильных разработчиков, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы [сайт]. — URL: <https://ratingruneta.ru/cases/case-3160/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Каковы успешные практики перехода магазина из офлайна в онлайн? Как осуществляется перенос без потери качества маркетингового комплекса магазина из офлайна в онлайн?
2. Какие задачи проекта были решены и какие приоритеты в их решении подлежали контролю в данной ситуации?
3. Охарактеризуйте контрольные результаты заказчика и разработчика.

Кейс-задача № 3. Проанализируйте и выполните кейс: «Кейс создание интернет-магазина: рост продаж в 3 раза для магазина по продаже продуктов питания» [Электронный

ресурс] / Рейтинг Рунета — интерактивный инструмент для выбора ведущих веб-студий, мобильных разработчиков, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы [сайт]. — URL: <https://ratingruneta.ru/cases/case-3264/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Что содействовало росту продаж в 3 раза для магазина по продаже продуктов питания? Ответ обоснуйте.

2. Какие основные бизнес-показатели контролировались в данной ситуации в ходе реализации проекта? Какие виды анализа деятельности интернет-магазина использовались в реализации данного проекта и в чем их суть?

3. Какие показатели контролировались и были замерены после внедрения нового интернет-магазина?

Кейс-задача № 4. Проанализируйте и выполните: «Кейс: увеличение ROI контекстной рекламы в 2,2 раза с помощью прогноза конверсий» [Электронный ресурс] / Retail.ru — портал для ритейлеров и поставщиков [сайт]. — URL: <https://www.retail.ru/cases/chem-iskusstvennyy-intellekt-mozhet-pomoch-elektronnoy-kommertsii/> (дата обращения: 10.03.2025).

1. Как рассчитать ROI в контекстной рекламе? Какие способы увеличения ROI контекстной рекламы вам известны?

2. Способен ли искусственный интеллект помочь электронной коммерции и почему? Как искусственный интеллект можно использовать в электронной коммерции? Обоснуйте свой ответ.

3. Какие метрики и KPI в контекстной рекламе следует рассчитывать, отслеживать и контролировать при реализации электронной коммерции?

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими

Оценка	Критерии оценивания
	ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Задания открытого типа в соответствии с распоряжением №6 от 02.02.2023 «О мероприятиях по системе внутренней оценки качества образования в ИЭП в 2023 г.» для оценки сформированности компетенции ПК-1 - Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд:

1. Что представляет собой электронная закупка и в чем заключается стратегия электронной закупки?
2. В чем заключается специфика электронных закупок и что включает в себя механизм электронных закупок?
3. Что является главной задачей системы электронных закупок и на что опираются электронные закупки?
4. Что включает в себя комплексная система электронных закупок и что подразумевает эффективность электронной закупки?
5. Что представляет собой закупка товара, работы, услуги для обеспечения государственных или муниципальных нужд согласно ФЗ №44 и с чего она начинается и чем завершается?

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Задания открытого типа в соответствии с распоряжением №6 от 02.02.2023 «О мероприятиях по системе внутренней оценки качества образования в ИЭП в 2023 г.» для оценки сформированности компетенции ПК-3 - Способен контролировать профессиональную деятельность работников торговых предприятий:

1. Что представляет собой электронная коммерция и на какие технологии она опирается?

2. Что представляет собой интернет-магазин и каким способом в нем осуществляется продажа?
3. Что такое B2B и каковы продажи в B2B?
4. Что такое B2C и чем, как правило, определяется эффективность B2C?
5. Чем определяется эффективность труда в торговле и что предполагает рост этой эффективности?

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

1. Какие принципы развития электронной коммерции в сфере регламентированных закупок сектора государственных, муниципальных и корпоративных нужд и работы электронных магазинов вам известны?

2. Какие инструменты электронной коммерции применяются при составлении планов, обосновании закупок, в конкурсных торгах сектора государственных, муниципальных и корпоративных нужд и в работе электронных магазинов?

3. Что представляет собой анализ процедур закупок организации закупок через Интернет, в том числе закупок малого объема посредством электронных магазинов?

4. Что позволяет обосновывать применение инструментов электронной коммерции при составлении планов, обосновании закупок, в конкурсных торгах сектора государственных, муниципальных и корпоративных нужд и в работе электронных магазинов?

5. Каков порядок осуществления процедур закупок и составление планов закупок в секторе государственных, муниципальных и корпоративных нужд?

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Каковы основные особенности контроля результатов профессиональной деятельности работников торговых предприятий в электронной коммерции?

2. Какие задачи по совершенствованию профессиональной деятельности работников торгового предприятия необходимо решать в электронной коммерции?

3. Какие вам известны основные методы контроля качества работы сотрудников, и нормы, правила, которые регламентируют профессиональную деятельность работников торгового предприятия?

4. Как осуществляется выбор вида и объема контроля, исходя из степени развития коллектива работников торгового предприятия в электронной коммерции, с учетом оценки соблюдения правил торговли?

5. Какие методы, способы разработки решений задач совершенствования профессиональной деятельности работников торгового предприятия в электронной коммерции вам известны?

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
отлично	ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	ставится в случае, если ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более

Оценка	Критерии оценивания
	2 неточностей непринципиального характера
хорошо	ставится в случае, если студентом допущены неточности непринципиального характера, но студент показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	ставится в случае, если студент допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы.
неудовлетворительно	ставится в случае, если студент при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	ставится в случае, если студент демонстрирует полное незнание материала

5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

1. При исключении проведения аукционов каким является верное число применяемых при определении поставщика, подрядчика, либо исполнителя, критериев оценки заявок?

- a. не менее трех, одним из которых является цена контракта
- b. не менее трех, одним из которых является характеристика объекта закупки
- c. не менее двух, одним из которых является цена контракта
- d. не менее двух, одним из которых является характеристика объекта закупки
- e. не менее четырех, одним из которых является цена контракта
- f. не менее пяти, одним из которых является цена контракта

2. Каков на ваш взгляд правильный срок, в который реализуется первоначальный этап конкурса, состоящего из 2-х этапов, в электронной форме?

- a. не более 10 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе
- b. не более 20 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе
- c. не более 5 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе
- d. не более 30 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе
- e. не более 40 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе

f. не более 7 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе

g. не более 14 дней с даты окончания срока подачи первоначальных заявок на участие в таком конкурсе

3. Какое предложение в электронной форме является необходимым в заявке на участие по запросу котировок?

a. из предложения участника закупки о предлагаемом товаре

b. из предложения участника закупки о предлагаемых товаре, работе, услуге, а также о цене контракта

c. из предложения участника закупки о предлагаемой цене контракта

d. из предложения участника закупки о предлагаемой работе, услуге

e. нет правильного ответа

4. Когда должны быть исключены сведения о недобросовестном поставщике, исполнителе, либо подрядчике из реестра недобросовестных поставщиков?

a. 5 лет с даты включения сведений в реестр

b. 2 лет с даты включения сведений в реестр

c. 3 лет с даты включения сведений в реестр

d. 1 года с даты включения сведений в реестр

e. 4 лет с даты включения сведений в реестр

f. 6 лет с даты включения сведений в реестр

5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Какие элементы в торговом предприятии подвергаются контроллингу?

a. информационное обеспечение всей работы торгового предприятия

b. все ответы верны

c. анализ и координация всей работы торгового предприятия

d. организация управленческого учета на предприятии торговли

2. Какова основная задача контроллинга в торговом предприятии?

a. сбор информации

b. контроль за торгово-технологической деятельностью

c. анализ информации

d. нет правильных ответов

3. Что представляет собой потенциал сотрудника в электронной коммерции?

a. совокупность возможностей, знаний, опыта, устремлений и потребностей;

- б. здоровье человека;
- с. способность адаптироваться к новым условиям;
- д. способность повышать квалификацию без отрыва от производства;
- е. способность человека производить продукцию

4. Какие методы в электронной коммерции предполагают передачу сотрудникам сведений, позволяющие им самостоятельно организовывать свое поведение и свою деятельность?

- а. различные методы стимулирования
- б. методы информирования
- с. методы убеждения
- д. методы административного принуждения
- е. экономические методы

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	96-100% правильных ответов
отлично	86-95% правильных ответов
очень хорошо	81-85% правильных ответов
хорошо	66-80% правильных ответов
удовлетворительно	56-65% правильных ответов
неудовлетворительно	46-55% правильных ответов
плохо	45% и меньше правильных ответов

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компет	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				

компетенций)							
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы

		одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-1

Кейс-задача № 1. Выполните «6.2. Нормирование закупок» [Электронный ресурс] / Кадырова, Г. М. Управление государственной и муниципальной закупочной деятельностью : учебник для вузов / Г. М. Кадырова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин ; под редакцией С. Е. Прокофьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15790-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennoy-i-municipalnoy-zakupochnoy-deyatelnostyu-565681-3#page/147> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа: внимательно прочитайте пункт 8 Общих правил определения требований ккупаемым заказчикам отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе предельных цен товаров, работ, услуг) (утв. постановлением Правительства РФ от 2 сентября 2015 г. № 926). Выберите три любых объекта закупок для государственных и муниципальных нужд (например, приборы стоматологические; бензин АИ-95; овощи) и для каждого из них определите избыточные потребительские свойства, перечисленные в пункте 8 указанных Правил. Ответ обоснуйте.

Кейс-задача № 2. Проанализируйте и выполните кейс: «1. Описание ситуации» [Электронный ресурс] / Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для вузов / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17858-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennymi-i-municipalnymi-zakupkami-560850-1#page/292> (дата обращения: 10.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте виды деятельности, которые отражены в закупочной деятельности согласно данной конкретной ситуации.
2. Какие критерии были определены и почему?
3. Какие способы определения подрядчика вам известны?

Кейс-задача № 3. Проанализируйте и выполните кейс: «2. Описание ситуации» [Электронный ресурс] / Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для вузов / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17858-6. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-gosudarstvennymi-i-municipalnymi-zakupkami-560850-1#page/292> (дата обращения: 10.03.2025). – Режим доступа: по подписке.

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте основные правовые акты, которые регулируют закупочную деятельность в данной ситуации.
2. Раскройте содержание совместной закупки, исходя из условий конкретной ситуации.
3. Дайте оценку заказчику в данной ситуации.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Кейс-задача) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Кейс-задача №9. Проанализируйте и выполните: «Digital Кейс «Запуск омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке»» [Электронный ресурс] / CMS Magazine — digital-журнал [сайт]. — URL: <https://cmsmagazine.ru/journal/cases-3386/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Охарактеризуйте бизнес-процесс взаимодействия трех рабочих групп, участвовавших в одном проекте по запуску омниканального онлайн-магазина на зарубежном рынке. Какие решались задачи по совершенствованию профессиональной деятельности?
2. Какие методы и инструменты обеспечивают успешный запуск омниканального онлайн-магазина?
3. Какие критерии оценки результатов профессиональной деятельности были определены? Ответ обоснуйте.

Кейс-задача № 10. Проанализируйте и выполните кейс: «Как перенести успешные практики из офлайна в онлайн» [Электронный ресурс] / Рейтинг Рунета — интерактивный инструмент для выбора ведущих веб-студий, мобильных разработчиков, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы [сайт]. — URL: <https://ratingruneta.ru/cases/case-3160/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Каковы успешные практики перехода магазина из офлайна в онлайн? Как осуществляется перенос без потери качества маркетингового комплекса магазина из офлайна в онлайн?
2. Какие задачи проекта были решены и какие приоритеты в их решении подлежали контролю в данной ситуации?
3. Охарактеризуйте контрольные результаты заказчика и разработчика.

Кейс-задача № 11. Проанализируйте и выполните кейс: «Кейс создание интернет-магазина: рост продаж в 3 раза для магазина по продаже продуктов питания» [Электронный ресурс] / Рейтинг Рунета — интерактивный инструмент для выбора ведущих веб-студий,

мобильных разработчиков, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы [сайт]. — URL: <https://ratingruneta.ru/cases/case-3264/> (дата обращения: 10.03.2025).

Задания для письменного ответа:

1. Что содействовало росту продаж в 3 раза для магазина по продаже продуктов питания? Ответ обоснуйте.
2. Какие основные бизнес-показатели контролировались в данной ситуации в ходе реализации проекта? Какие виды анализа деятельности интернет-магазина использовались в реализации данного проекта и в чем их суть?
3. Какие показатели контролировались и были замерены после внедрения нового интернет-магазина?

Критерии оценивания (оценочное средство - Кейс-задача)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Категории пользователей интернета: коммерческие пользователи интернета и некоммерческие пользователи интернета.
2. Поиск деловой информации. Поиск контакта с клиентами. Сбор персональной информации о клиентах.
3. Поиск публичной информации. Поиск персонала. Покупки через интернет.
4. Интернет как глобальный рынок товаров и услуг. Законодательное регулирование интернета. Социальные и культурные барьеры.
5. Интернет как глобальное явление: Отсутствие географических границ. Проблема информационной безопасности.

6. Интернет как глобальное явление: Передача мультимедийной информации. Общение в реальном времени.
7. Интернет коммерция. Электронная торговля.
8. Электронный бизнес. Самоокупаемость подразделений
9. Общий классификатор товаров. Произвольная классификация товаров.
10. Интернет аукционы. Оптовые сделки.
11. Рекламная компания в интернете.
12. Поиск новых поставщиков в электронной коммерции. Быстрый поиск и сравнение информации.
13. Экономические условия для развития электронной коммерции: Пересмотр видов деятельности обычных предприятий. Естественная глобализация сети. Низкий барьер входа на рынок.
14. Экономические условия для развития электронной коммерции: Непосредственность торговых отношений. Интерактивность общения. Скорость передачи информации.
15. Цепь создания стоимости в электронной коммерции.
16. Поставщики аппаратного и программного обеспечения. Поставщики услуг телекоммуникаций. Поставщики услуг управления электронной коммерции.
17. Финансовые посредники в электронной торговле. Прогнозирование изменения вкусов и предпочтений. Сочетание привычных товаров и услуг для получения новых предложений.
18. Услуги логистики. Сфокусированность на полезность для покупателя. Оперативность доставки товара.
19. Механизм функционирования электронного магазина: Сайт электронного магазина. Поиск по каталогу товаров. Регистрация посетителя сайта.
20. Механизм функционирования электронного магазина: Торговая система интернет магазина. Функции электронной витрины.
21. Механизм функционирования электронного магазина: Формирование корзины покупателя. Оформление заказа.
22. Механизм функционирования электронного магазина: Защита передаваемых данных. Подключение платежной системы.
23. Способы оплаты товара: Оплата наличными курьеру. Оплата банковским переводом. Оплата наложенным платежом.
24. Способы оплаты товара: Оплата почтовым (телеграфным) переводом. Оплата при помощи кредитной карты. Оплата при помощи электронных платежных систем.
25. Способы доставки товара: Доставка профессиональной курьерской службой. Доставка собственной курьерской службой магазина.
26. Способы доставки товара: Пересылка почтой. Самовывоз товара из пункта выдачи. Доставка по телекоммуникационным сетям.
27. Виды интернет рекламы: Баннеры. Гиперссылка. Текстовый блок.
28. Виды интернет рекламы: Рекламная заставка. Всплывающие окна.
29. Оплата рекламы в интернете: Фиксированная оплата за размещение. Оплата по количеству показов.
30. Оплата рекламы в интернете: Оплата по количеству переходов. Оплата по количеству посетителей. Оплата за действия посетителей.
31. Коммуникативная (информационная) и экономическая эффективность рекламы. Показатели оценки рекламных мероприятий в интернете.
32. Интернет-банкинг: Традиционный банк. Электронный банк. Глобализация банковского рынка.
33. Интернет-банкинг: Государственное регулирование банков. Развитие телекоммуникационных технологий.
34. Обращение электронных денег. Предоплаченные платежные единицы. Электронный кошелек.
35. Использование электронных денег частными лицами. Использование электронных денег коммерческими организациями. Использование электронных денег государственным сектором.
36. Анализ платежных систем электронных денег. Webmoney. Яндекс.Деньги.

37. Унифицированность электронных денег. Ввод вывод денег из платежной системы.
38. Виртуальная организация. Сеть предприятий. Информационная инфраструктура.
39. Виртуальная организация и функциональная организация. Виртуальная организация и мультидивизионная организация. Товарное разделение. Географическое разделение.
40. Преимущества виртуальных организаций: приспособляемость, легкость, гибкость; крупные ресурсы временных участников проекта; специализация предприятий-участников; привлечение участников из разных стран.
41. Недостатки виртуальных организаций: риск потери контроля за информацией и происходящими процессами; необходимость выработки доверительных отношений между новыми предприятиями; необходимость строгой координации деятельности в условиях привычной независимости каждого участника проекта.
42. Жизненный цикл виртуальных организаций: Фаза идентификации (определение и выбор возможностей деятельности на рынке). Фаза формации (определение и выбор партнеров для реализации проекта и установление отношений между ними).
43. Жизненный цикл виртуальных организаций: Фаза функционирования (разработка товара (или услуги), его производство и сбыт). Фаза завершения (деятельность прекращается, ее результаты делятся между участниками, которые начинают поиск новых возможностей рынка).
44. Закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд в электронной коммерции.
45. Информационное общество. Государственная политика информатизации. Национальные особенности развития информационных технологий.

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Категории пользователей интернета: коммерческие пользователи интернета и некоммерческие пользователи интернета.
2. Поиск деловой информации. Поиск контакта с клиентами. Сбор персональной информации о клиентах.
3. Поиск публичной информации. Поиск персонала. Покупки через интернет.
4. Интернет как глобальный рынок товаров и услуг. Законодательное регулирование интернета. Социальные и культурные барьеры.
5. Интернет как глобальное явление: Отсутствие географических границ. Проблема информационной безопасности.
6. Интернет как глобальное явление: Передача мультимедийной информации. Общение в реальном времени.
7. Интернет коммерция. Электронная торговля.
8. Электронный бизнес. Самоокупаемость подразделений
9. Электронная торговля для конечных потребителей. Электронная торговля между конечными потребителями.
10. Электронная торговля между предприятиями. Электронная торговля внутри предприятия.
11. Увеличение продаж в электронной коммерции. Затраты на управление заказами. Сокращение затрат в электронной коммерции.
12. Интернет торговля продуктами питания. Интернет торговля одеждой. Интернет торговля предметами роскоши.
13. Экономические условия для развития электронной коммерции: Пересмотр видов деятельности обычных предприятий. Естественная глобализация сети. Низкий барьер входа на рынок.
14. Экономические условия для развития электронной коммерции: Непосредственность торговых отношений. Интерактивность общения. Скорость передачи информации.
15. Услуги логистики. Сфокусированность на полезность для покупателя. Оперативность доставки товара.

- 16.Механизм функционирования электронного магазина: Торговая система интернет магазина. Функции электронной витрины.
- 17.Механизм функционирования электронного магазина: Формирование корзины покупателя. Оформление заказа.
- 18.Механизм функционирования электронного магазина: Функции торгового менеджера электронного магазина. Организация труда персонала. Обработка заказа.
- 19.Способы доставки товара: Доставка профессиональной курьерской службой. Доставка собственной курьерской службой магазина.
- 20.Способы доставки товара: Пересылка почтой. Самовывоз товара из пункта выдачи. Доставка по телекоммуникационным сетям.
- 21.Интернет- банкинг: Традиционный банк. Электронный банк. Глобализация банковского рынка.
- 22.Интернет- банкинг: Государственное регулирование банков. Развитие телекоммуникационных технологий.
- 23.Обращение электронных денег. Предоплаченные платежные единицы. Электронный кошелек.
- 24.Использование электронных денег частными лицами. Использование электронных денег коммерческими организациями. Использование электронных денег государственным сектором.
- 25.Преимущества виртуальных организаций: приспособляемость, легкость, гибкость; крупные ресурсы временных участников проекта; специализация предприятий-участников; привлечение участников из разных стран.
- 26.Недостатки виртуальных организаций: риск потери контроля за информацией и происходящими процессами; необходимость выработки доверительных отношений между новыми предприятиями; необходимость строгой координации деятельности в условиях привычной независимости каждого участника проекта.
- 27.Жизненный цикл виртуальных организаций: Фаза идентификации (определение и выбор возможностей деятельности на рынке). Фаза формации (определение и выбор партнеров для реализации проекта и установление отношений между ними).
- 28.Жизненный цикл виртуальных организаций: Фаза функционирования (разработка товара (или услуги), его производство и сбыт). Фаза завершения (деятельность прекращается, ее результаты делятся между участниками, которые начинают поиск новых возможностей рынка).
- 29.Информационное общество. Государственная политика информатизации. Национальные особенности развития информационных технологий.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	компетенций не сформирована на уровне «плохо» Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Гаврилов Леонид Петрович. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. - 6-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 579 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17867-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=925959&idb=0>.
2. Гаврилов Леонид Петрович. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. - 6-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 311 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17869-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=924891&idb=0>.
3. Электронная коммерция : Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 1. - Москва : Издательский Дом "ФОРУМ", 2022. - 192 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-8199-0507-4. - ISBN 978-5-16-110554-2. - ISBN 978-5-16-005410-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834766&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Лapidус Лариса Владимировна. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : Учебник / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 479 с. - (Высшее образование). - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-018513-2. - ISBN 978-5-16-106302-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874224&idb=0>.
2. Прохорова Мария Вячеславовна. Организация работы интернет-магазина : Практическое пособие / Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Нижегородский государственный лингвистический университет им. Добролюбова. - 6. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 332 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05311-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875421&idb=0>.
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 335 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15098-8. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=923877&idb=0>.
4. Мамедова Наталья Александровна. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для вузов / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. - 4-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 291 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17858-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=924734&idb=0>.

5. Управление государственной и муниципальной закупочной деятельностью : учебник для вузов / Г. М. Кадырова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин ; под редакцией С. Е. Прокофьева. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 392 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15790-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=925083&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

При освоении дисциплины применяется следующее программное обеспечение:

1. Операционная система Microsoft Windows.
2. Прикладное программное обеспечение Microsoft Office Professional.
3. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Интернет-ресурсы.

1. oborot.ru – портал, посвященный развитию торговли с помощью интернет-технологий [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://oborot.ru/> - Загл. с экрана.
2. AliExpress — глобальная виртуальная торговая площадка [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://aliexpress.ru/> - Загл. с экрана.
3. Amazon - американская компания, крупнейшая в мире на рынках платформ электронной коммерции [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.amazon.com/> - Загл. с экрана.
4. Ozon - российский интернет-магазин [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ozon.ru/> - Загл. с экрана.
5. CMS Magazine — digital-журнал [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://cmsmagazine.ru/> - Загл. с экрана.
6. Рейтинг Рунета — интерактивный инструмент для выбора ведущих веб-студий, мобильных разработчиков, SEO-компаний и агентств контекстной рекламы [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ratingruneta.ru/> - Загл. с экрана.
7. Retail.ru — портал для ритейлеров и поставщиков [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.retail.ru/> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Кирюшин Сергей Александрович, кандидат экономических наук, доцент
Муранова Татьяна Дмитриевна.

Рецензент(ы): Милов Н.В., зам. генерального директора по инновациям ООО «Алюминика»..

Заведующий кафедрой: Чкалова Ольга Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.