

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 и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Электронный бизнес

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки / специальность

38.04.02 - Менеджмент

Направленность образовательной программы

Управление развитием бизнеса

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.10 Электронный бизнес 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
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1: Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия коммуникации. УК-4.2: Организует взаимодействие с академическим и профессиональным сообществом, в том числе на иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1: Знать разговорный и письменный иностранный язык иностранный язык Уметь общаться на иностранном языке как в личном общении так и в рамках осуществления профессиональной деятельности Владеть навыками коммуникации, используя вербальные и невербальные средства УК-4.2: Знать способы и средства информационно-коммуникационных технологий для поиска необходимой информации Уметь пользоваться различными информационно-коммуникационными технологиями для поиска необходимой информации Владеть навыками поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	Задания	Зачёт: Тест
ПК-4: Способность выбирать и	ПК-4.1: Осуществляет выбор методов управления	ПК-4.1: Знать как и каким образом	Опрос Тест	

использовать современные методы управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций ПК-4.2: Применяет выбранные методы управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций	собирать и систематизировать организационно-управленческую информацию Уметь осуществлять правильный выбор методов управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Владеть навыками управления бизнес-процессами для обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций ПК-4.2: Знать основные методы управления бизнес-процессами Уметь применить знания о методах управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций Владеть навыками применения выбранных методов управления для целей обеспечения устойчивого развития предприятий и организаций		Зачёт: Тест
---	--	--	--	----------------

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	8	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24	10
- КСР	1	1
самостоятельная работа	75	89
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 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				
	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	
Тема 1. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции	10	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	7	11	
Тема 2. Бизнес-модели электронной коммерции	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 3. Архитектура электронного бизнеса	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 4. Интернет-маркетинг	15	14.5	1	0.5	4	2	5	2.5	10	12	
Тема 5. Роль данных в электронной коммерции	13	12.5	1	0.5	2	1	3	1.5	10	11	
Тема 6. Коммерция в социальных сетях	15	13.5	1	0.5	4	2	5	2.5	10	11	
Тема7. Цифровой туризм	14	12.5	1	0.5	4	1	5	1.5	9	11	
Тема 8. Онлайн-образование	14	12.5	1	0.5	4	1	5	1.5	9	11	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	108	108	8	4	24	10	33	15	75	89	

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции

Тема 2. Бизнес-модели электронной коммерции

Тема 3. Архитектура электронного бизнеса

Тема 4. Интернет-маркетинг

Тема 5. Роль данных в электронной коммерции

Тема 6. Коммерция в социальных сетях

Тема 7. Цифровой туризм

Тема 8. Онлайн-образование

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:

- электронный курс "ЭлБизнес" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11110>).

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 - Задания) для оценки сформированности компетенции УК-4:

1. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

Ответ: b

2. Какая из категорий покупателей обычно посещают сайты известных и заслуживающих доверия продавцов. Они больше всего удовлетворены электронной коммерцией и проводят больше всех времени в сети?

- a. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- b. «Brand Loyalists» (любители известных марок)
- c. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)
- d. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- e. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)
- f. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)

Ответ: b

3. Какая из категорий покупателей характеризуется как в основном люди около тридцати, женатые, имеющие детей. Они постоянные посетители сайтов, представляющих услуги по сравнению?

- a. «Clicks&Mortar» (в основном женщины домохозяйки)
- b. «E – bivalent Newbies» (е-бивалентные «чайники»)
- c. «Hooked? Online&Single» (подсевшие, в сети и не женатые)
- d. «Time – Sensitive Materialists» (чувствительные к временным затратам прагматики)

e. «Brand Loyalists» (любители известных марок)

f. «Hunter – Gatherers» (охотники - собиратели)

Ответ: f

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно»

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Электронный и традиционный бизнес.
2. Электронная коммерция как форма ведения бизнеса.
3. Электронные транзакции и их классификация.
4. Факторы развития электронной коммерции.
5. Структура электронного рынка.
6. Бизнес–модели электронной коммерции.
7. Основные проблемы развития электронной торговли в России.
8. Методы обеспечения безопасности электронной коммерции.
9. Аутентификация контрагент в электронной коммерции.
10. Криптозащита и безопасные коммуникации.
11. Цифровые подписи и цифровые сертификаты.
12. Электронный аукцион. Корпоративные порталы. Электронные торговые площадки. Электронный магазин.
13. Персонал интернет-магазина и методы привлечения покупателей.
14. Информационный дизайн интернет-магазина.
15. Основные требования к характеристикам электронного магазина.
16. Оценка качества спроектированного электронного магазина.
17. Основные способы оплаты товаров и услуг и электронные платежные средства.
18. Платежные системы на основе электронных денег.
19. Безопасность платежей в интернете.
20. Построение бизнес модели торговых операций в потребительском секторе (B2C).
21. Формирование управляемых параметров торговых операций в Интернет-среде.
22. Влияние управляемых параметров торговой операции на экономические показатели предприятия.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
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», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	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»
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»
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»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между юридическими и физическими лицами:

- А) B2C
- Б) B2B
- В) C2C
- Г) C2G
- Д) G2B

2. Осуществление сделок между предприятиями (юридическими лицами и предпринимателями):

- А) B2C

Б) B2B

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

3. Вид электронной коммерции, подразумевающий осуществление сделок между физическими лицами:

А) B2C

Б) B2B

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

4. Осуществление сделок между экономическими субъектами (юридическими лицами) с одной стороны и государственными (муниципальными) органами управления с другой:

А) B2C

Б) B2G

В) C2C

Г) C2G

Д) G2B

5. Модель связи, в которой каждая сторона имеет одинаковые возможности, и любая сторона может инициировать сеанс связи:

А) B2C

Б) B2G

В) P2P

Г) C2G

Д) G2B

6. Модель электронной коммерции, в основе которой лежит так называемое электронное соединение. То есть вы не продаете предметы или материальные блага, а наоборот вы предлагаете очень ценную информацию

А) E2E

Б) B2G

В) P2P

Г) C2G

Д) G2B

7. Способ розничной торговли, не подразумевающий хранение продаваемых товаров на своем складе:

А) Дропшипинг

Б) Оптовая торговля

В) Прямые продажи потребителю DTC

Г) Собственное производство

Д) Предоставление подписок на товары и услуги

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
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», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	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»
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»
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»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<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 - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4

- Маркетинговая тактика, направленная на поиск потенциальных клиентов с определенными пользовательскими характеристиками:

А) Лидогенерация

Б) Индексация

В) Социализация

Г) Оптимизация

Д) Кросс-минусация

- Пользователи, перешедшие на целевую страницу по ссылке из поисковой системы или использующие прямую ссылку (URL-адрес) в браузере, или самостоятельно пришедшие в сообщество в социальной сети, генерируют

А) Органический трафик

Б) Платный трафик

В) Системный трафик

Г) Зеленый трафик

Д) Семантическое ядро сайта

- Интернет-пользователи, перешедшие на целевую веб-страницу при совершении целевого действия над рекламным сообщением, размещенным и поддерживаемым за плату на сторонних источниках

А) Органический трафик

Б) Платный трафик

В) Системный трафик

Г) Зеленый трафик

Д) Семантическое ядро сайта

4. Процесс повышения видимости сайта или конкретной страницы веб-сайта в неоплаченной поисковой выдаче в соответствующих системах — Google, Yahoo, Yandex и др.:

а) SEO

Б) SRM

В) COM

Г) CRS

Д) DRM

5. К внутреннему направлению поисковой оптимизации относятся:

а) заголовок

Б) описание

В) ключевые слова

Г) редиректные ссылки

Д) минус-слова

6. К внешнему направлению поисковой оптимизации относятся:

а) заголовок

Б) описание

В) директные ссылки

Г) редиректные ссылки

Д) минус-слова

7. Основу семантического ядра сайта составляют:

а) ключевые слова

б) минус-слова

в) стоп-слова

г) редиректные ссылки

д) транслитерация

8. Высокочастотными считаются ключевые фразы, у которых _____запросов

а) более 1000

б) от 500 и более

в) от 300 и более

г) от 200 и более

д) до 200

9. Среднечастотными считаются ключевые фразы, у которых _____запросов

а) более 1000

б) от 500 до 1000

в) от 300 до 1000

г) от 200 до 1000

д) до 200

10 Низкочастотными считаются ключевые фразы, у которых _____запросов

а) более 1000

б) от 500 и более

в) от 300 и более

г) от 200 и более

д) до 200

11. Ключевая фраза, которая описывает объект (например, авто, автомобиль, автомашина и так далее) называется:

а) базис

б) надстройка

в) фундамент

г) столешница

д) комбинаторика

12. Слова и фразы, по запросам с которыми вы не хотите показывать рекламу

а) ключевые слова

б) минус-слова

в) стоп-слова

г) редиректные ссылки

д) транслитерация

13. Какие действия входят в кросс-минусацию?

А) нерелевантные запросы

Б) бренды конкурентов

В) неподходящие регионы

Г) синонимы и близкие слова

Д) транслитерация брендов

14. Интеллект-карта или диаграмма связей, которая помогает упорядочить список ключей по смыслу:

а) базис

Б) минус-слова

В) майндмэп

Г) маски

Д) диаграмма Ганта

15. Одним из самых известных сервисов, позволяющих размещать тематические статьи ссылками на свой сайт, является:

А) www.miralinks.ru

Б) www.advego.ru

В) www.textsale.ru

Г) www.pr-cy.ru

Д) wordstat.yandex.ru

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4

1. Электронная коммерция – это:

а) установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а также обмен коммерческой информацией;

б) наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники;

в) совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы;

г) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей.

2. Какой год принято считать официальной датой рождения Интернета?

а) 1983;

б) 1990;

в) 1977;

г) 2001.

3. Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется

а) внедрение электронной цифровой подписи;

б) установка антивирусных программ;

в) инструктаж пользователей;

г) кодирование данных.

4. Интернет представляет собой

а) внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети;

б) совокупность соединенных между собой информационных серверов – компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации;

в) программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы.

5. Электронный бизнес – это

а) любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей;

б) преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий;

в) система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека.

6. К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:

а) государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение;

б) товары, услуги, информация;

в) финансовые институты, бизнес-организации.

7. К функциям электронной коммерции относится

а) представление товара (показ продукции средствами Интернета);

б) разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными;

в) проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки);

г) налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов).

8. Участниками систем электронной коммерции являются

а) покупатели или потребители услуг;

б) сеть Интернет;

в) исследование рынка, выполнение заказов.

9. Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

а) предприятие – предприятие;

б) предприятие – потребитель;

в) потребитель – потребитель;

г) потребитель – предприятие

10. Что такое HTML?

а) язык разметки и форматирования гипертекста на Web-странице;

б) программа создания презентаций;

в) язык программирования C++;

г) текстовый процессор.

11. Он-лайн-каталог – это

а) любые организации, взаимодействующие через Интернет;

б) это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров;

в) компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности;

г) наиболее широко распространенное средство поиска информации в сети Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам.

12. Форма электронной коммерции C2C – это взаимодействие

а) предприятие – предприятие;

- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

13. Форма электронной коммерции C2B – это взаимодействие

- а) предприятие – предприятие;
- б) предприятие – потребитель;
- в) потребитель – потребитель;
- г) потребитель – предприятие.

14. При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается

- а) открытым ключом;
- б) закрытым ключом;
- в) может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом.

15. Системы криптозащиты предназначены для

- а) ограничения доступа в сеть компании;
- б) обеспечения секретности данных;
- в) гарантии подлинности авторства информации.

16. Интернет-аукционы могут быть примером модели

- а) B2C;
- б) B2B;
- в) C2C;
- г) C2B.

17. Торговые площадки могут быть примером модели

- а) B2C;
- б) B2B;
- в) C2C;
- г) C2B.

18. Маркетинг в сети Интернет – это

- а) технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
- б) комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет;
- в) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

19. Изучение конкурентов позволяет

- а) определить сегмент рынка;
- б) оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов;
- в) изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны.

20. Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть

- а) платным;
- б) бесплатным;
- в) и тем, и другим.

21. При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать

- а) популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов;
- б) прогноз объема продаж вашей фирмы;
- в) место размещения (раздел, страницу);
- г) ценовую модель.

22. Дискуссионные листы и конференции – это

- а) инструменты маркетинга по электронной почте;
- б) вид рейтинга;
- в) элемент поисковой системы.

23. Интернет-банкинг является

- а) предоставление банковских услуг через Интернет, когда клиент получает возможность электронного управления своими счетами;
- б) услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках;
- в) формирование инвестиционного портфеля и управление активами;
- г) оперативное получение необходимой информации (котировки, анализ, прогнозы) в любой точке земного шара.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно»

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

Основная литература:

1. Кетько Н. В. Электронный бизнес : учебное пособие / Кетько Н. В., Копылов А. В., Скитер Н. Н. - Волгоград : ВолгГТУ, 2020. - 80 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ВолгГТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-9948-3612-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=732876&idb=0>.
2. Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция / Сковиков А. Г. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2022. - 260 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции Лань - Информатика. - ISBN 978-5-8114-9249-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=782724&idb=0>.
3. Рындина С. В. Электронный бизнес: создание, развитие и продвижение цифровых продуктов : учебное пособие / Рындина С. В. - Пенза : ПГУ, 2019. - 88 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ПГУ - Информатика. - ISBN 978-5-907185-85-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=749498&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция / Гаврилов Л. П. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2022. - 477 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494509> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-12180-3 : 1429.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>

Action=FindDocs&ids=786398&idb=0.

2. Кобелев Олег Афанасьевич. Электронная коммерция : Учебное пособие / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 682 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03474-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632746&idb=0>.

Action=FindDocs&ids=632746&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>.

4. Быстренина Ирина Евгеньевна. Электронная коммерция : Учебное пособие / Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 90 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03372-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=630634&idb=0>.

5. Столяров Д. Ю. Сетевая экономика : учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению 38.03.01 «экономика», профиль «экономика и управление предприятием (организацией)» / Столяров Д. Ю., Столярова И. Ю., Сыркова И. С. - Сочи : СГУ, 2019. - 106 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=710015&idb=0>.

6. Васильев Геннадий Анатольевич. Электронный бизнес и реклама в Интернете : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593504&idb=0>.

Action=FindDocs&ids=593504&idb=0.

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

Программное обеспечение:

1. ППП MS Office 2010,
2. Текстовый редактор Блокнот
3. Браузеры IE, Google Chrome, Opera и др.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.lib.unn.ru/maestro.html> - Фундаментальная библиотека ННГУ
2. <https://urait.ru> - Образовательная платформа Юрайт
3. <http://edu.ru/> - Федеральный портал российского образования
4. <https://znanium.com/> - электронно-библиотечная система
5. <https://e-pepper.ru/> - журнал об электронной коммерции
6. https://business-magazine.online/fn_20617.html - федеральный бизнес-журнал
7. <https://oborot.ru/> - журнал об электронной коммерции

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 38.04.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Макарычева Ирина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Яшин Сергей Николаевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.