

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Бардигиевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.07.2023 12:59:08
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f6269dc98815e502697764

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.05.05 «Электронная коммерция»

Направление подготовки

38.03.06- "Торговое дело"

Профиль подготовки

Маркетинг

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная и очно-заочная

Год набора -2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронная коммерция» (Б1.О.05.05) входит в базовую часть основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (уровень бакалавра), входит в профессиональный модуль и изучается на 5 семестре.

1.2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Цель курса – дать студентам базовую подготовку по технологиям электронной коммерции и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

Задачами дисциплины являются усвоение студентами усвоение предусмотренного программой теоретического материала и приобретение практических навыков использования программных и технических средств, а также изучение методов программирования для овладения знаниями в области технологии программирования; подготовка к осознанному использованию как языков программирования, так и методов программирования.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине Электронная коммерция «Общепрофессиональный модуль»

Достижение цели освоения дисциплины Электронная коммерция обеспечивается через формирование следующих компетенций (с указанием шифра компетенции): УК-1; ПК-3.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	УК 1.1 Знать: - базовые естественнонаучные категории и концепции; УК 1.2 - понятийным аппаратом, навыками научного анализа и методологией научного подхода в научно-исследовательской и практической деятельности, навыками приобретения умений и знаний; УК 1.3 - специфику научного знания, его отличия от религиозного, художественного и обыденного знания; главные этапы развития науки; основные проблемы современной науки и приемы самообразования; УК 1.4 - основные способы математической обработки информации. УК 1.5 Уметь: - применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности; УК 1.6 - приобретать систематические знания в выбранной области науки, анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий; УК 1.7 - применять математические знания в учебной и профессиональной деятельности. УК 1.8 Владеть: - естественнонаучным языком; УК 1.9 - различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.	Знает: - базовые естественнонаучные категории и концепции; Умеет: - применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности; - приобретать систематические знания в выбранной области науки, анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм, осмысливать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий; Владет: - естественнонаучным языком; - различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.

<p>ПК-3 способностью управлять материально-техническими процессами на предприятии.</p>	<p>ПК 3.1 Знать инструменты и технологии организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии; ПК 3.2. Знать ассортимент и качество товаров и услуг, правила диагностики дефектов, порядок приёмки и учёт товаров по количеству и качеству, порядок списания потерь; ПК 3.3 Уметь организовывать и планировать закупку и продажу товаров на предприятии; ПК 3.4 Уметь оценивать ассортимент и качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, учитывать и списывать потери; ПК 3.5 Владеть навыками организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии; ПК 3.6 Владеть способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и сокращать затраты материальных и трудовых ресурсов.</p>	<p>Знает: - сущность материально-технического обеспечения; - нормативные документы, регламентирующие порядок ведения учета в торговых организациях. Умеет: - уметь пользоваться нормативными документами, ориентироваться в системе нормативного регулирования; - организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятия, закупку и продажу товаров. Владеет: - владеть опытом принятия решений, направленных на разрешение ситуационных задач; - навыками по организации и планированию материально-технического обеспечения.</p>
--	---	---

1.4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины Электронная коммерция
 (Общепрофессиональный модуль) составляет 144/4 з.е. (академ. часов)

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество академ. часов	
	Очно	Очно-заочно
4.1. Объем контактной работы обучающихся с преподавателем	32+85	32+85
4.1.1. аудиторная работа	32	32
в том числе:		
лекции	16	16
практические занятия, семинары, в том числе практическая подготовка	16	16
лабораторные занятия		
4.1.2. внеаудиторная работа	85	85
в том числе:		
индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
курсовое проектирование/работа		
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем		
4.2. Объем самостоятельной работы обучающихся	85	85
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену	27	27

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Тематическое планирование дисциплины (модуля):

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад. часах		Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)							
				Лекции		Практ. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа	
		Очно	Очно- заочно	Очно	Очно- заочно	Очно	Очно- заочно	Очно	Очно- заочно	Очно	Очно- заочно
1	Знакомство с электронной коммерцией	14	14	2	2	2	2			10	10
2	Сегментация электронной коммерции	14	14	2	2	2	2			10	10
3	Модели электронной коммерции	14	14	2	2	2	2			10	10
4	Разработка стратегии электронной коммерции	16	16	2	2	2	2			12	12
5	Составляющие электронной коммерции	16	16	2	2	2	2			12	12
6	Классификация бизнес-сайтов	14	14	2	2	2	2			10	10
7	Платежные системы в электронной коммерции	14	14	2	2	2	2			10	10
8	Продвижение электронной коммерции в глобальной сети	15	15	2	2	2	2			11	11
	<i>Курсовое проектирование/работа</i>	X	X							X	X
	<i>Подготовка к экзамену (зачету)</i>	27	27							X	X
	Итого:	144	144	16	16	16	16			85	85

2.2. Содержание разделов дисциплины (модуля):

Таблица 4

№ п/ п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы) <i>(для педагогических профилей наполняется с учетом ФГОС основного общего и среднего общего)</i>
1.	Знакомство с электронной коммерцией	Понятие «электронная коммерция». Основные этапы развития электронной коммерции. Особенности развития электронной коммерции в России
2.	Сегментация электронной коммерции	Сегменты электронной коммерции и их особенности. Модели и примеры взаимодействия участников электронного бизнеса
3.	Модели электронной коммерции	Классификация моделей электронной коммерции. Платежные онлайн-системы
4.	Разработка стратегии электронной коммерции	Стратегия электронной коммерции. Этапы разработки стратегии электронной коммерции.
5.	Составляющие электронной коммерции	Основные составляющие электронной коммерции.
6.	Классификация бизнес- сайтов	Электронный бизнес. Основная классификация бизнес- сайтов.

7.	Платежные системы в электронной коммерции	Е-Commerce - Платежные системы. Виды платежных систем в электронной коммерции.
8.	Продвижение электронной коммерции в глобальной сети	Преимущества электронной коммерции. Перспективы электронной коммерции в глобальной сети

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Знакомство с электронной коммерцией	Подготовка к устному опросу. Подготовка реферата.
2.	Сегментация электронной коммерции	Подготовка к устному опросу. Подготовка презентации
3.	Модели электронной коммерции	Подготовка к устному опросу. Подготовка докладов/сообщений.
4.	Разработка стратегии электронной коммерции	Подготовка к устному опросу. Подготовка реферата.
5.	Составляющие электронной коммерции	Подготовка к устному опросу. Подготовка презентации.
6.	Классификация бизнес-сайтов	Подготовка к устному опросу. Подготовка докладов/сообщений.
7.	Платежные системы в электронной коммерции	Подготовка к устному опросу. Подготовка реферата.
8.	Продвижение электронной коммерции в глобальной сети	Подготовка к устному опросу. Подготовка презентации.

3.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы дисциплины (модуля)

3.1.1. Основная и дополнительная литература

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, указанных в литературе Аудит./самост.	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой (5гр./4гр.х100%)
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						

1	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный //	32/85	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510351	100%
2	Горелов, Н. А. Оплата труда персонала: методология и расчеты : учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00482-3. — Текст : электронный //	32/85	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511552	100%
3	Коммерческое право : учебник для вузов / Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов ; под редакцией С. Н. Бабурина, Н. А. Машкина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14756-8. — Текст : электронный //	32/85	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510642	100%
Дополнительная литература						
1	Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный //	32/85	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510351	100%
2	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный //	32/85	23		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510301	100%

3.1.2. Интернет-ресурсы

1. Цифровой образовательный ресурс «IPR SMART». <https://www.iprbookshop.ru>
 2. Образовательная платформа «Юрайт». <https://urait.ru/>
 3. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
 4. МЭБ (межвузовская электронная библиотека) НГПУ. <https://icdlib.nspu.ru/>
 5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU. <https://www.elibrary.ru/>
 6. СПС «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>
- Открытый ресурс**
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/catalog/>
 8. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <https://cyberleninka.ru/>

3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитория для проведения лекционных занятий		
Лекционная аудитория - ауд. 3-05	Аудиторная доска, мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест, компьютер - 1, проектор -1, интерактивная доска - 1	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой 33
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный класс - ауд. 5-02	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза, технические средства для отображения мультимедийной или текстовой информации: мультимедиа проектор, экран, акустическая система. Мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест.	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Аудитория для практических занятий - ауд.3-01	Аудиторная доска, мебель (столы ученические, стулья ученические) на 30 посадочных мест, компьютер - 1, проектор -1, интерактивная доска - 1	г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест - 50.	Электронный читальный зал. этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований и т.д.

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Знакомство с электронной коммерцией	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	1-й рубежный контроль
2.	Сегментация электронной коммерции	УК-1; ПК-3;	Комбинированная	1-й рубежный
3.	Модели электронной коммерции	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	1-й рубежный контроль

4.	Разработка стратегии электронной коммерции	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	1-й рубежный контроль
5.	Составляющие электронной коммерции	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
6.	Классификация бизнес-сайтов	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
7.	Платежные системы в электронной коммерции	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
8.	Продвижение электронной коммерции в глобальной сети	УК-1; ПК-3;	Комбинированная проверка	2-й рубежный контроль
	<i>Курсовая работа (проект)</i>	x	x	x
	<i>Учебная практика</i>	x	x	x
	<i>Производственная практика</i>	x	x	x

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.2.1 Типовые вопросы к экзамену по дисциплине «Электронная коммерция»

1 аттестация

1. Стратегический анализ деятельности предприятия, реализующего интернет-бизнес
2. Электронная коммерция
3. Технологии поиска и анализа данных и распространения информации в глобальных информационных сетях
4. Маркетинг и реклама в Интернет
5. Агентные системы в Интернет
6. Социология, психология и этика сетевых коммуникаций
7. Правовые основы электронного бизнеса
8. Управление информационным содержанием (контентом) Интернет-ресурсов
9. Разработка Интернет-приложений для электронного бизнеса
10. Управление электронным предприятием

2 аттестация

11. Анализ поведения потребителя в коммерческих информационных сетях
12. Электронный бизнес, ориентированный на бизнес-партнера
13. Платежные системы в Интернет
14. Информационный маркетинг (Маркетинг информационных продуктов и услуг)
15. Статистические системы в интернет
16. Банковское дело в Интернет
17. Защита информации в Интернет
18. Интернет-рекрутинг
19. Социальные сети и коммуникативные сервисы
20. Банковское дело и организация финансово-кредитных операций в Интернет
21. Электронное управление закупками
22. Электронные аукционы
23. Биржевое дело и электронные биржи

Вопросы к экзамену по дисциплине «Электронная коммерция»

1. Понятие «информационная услуга», «информационный продукт».
2. Сфера услуг и ее характеристики. Перспективы развития сферы услуг.

3. Понятие «покупательские риски», виды покупательских рисков на рынке услуг.
4. Система мер, обеспечивающая снижение покупательских рисков на рынке услуг.
5. Рынок информационных продуктов и услуг, его характеристики.
6. Что такое информационная потребность
7. Охарактеризуйте основные этапы формирования рынка информационных продуктов и услуг в России.
8. Перечислите основные компоненты российского рынка информационных продуктов и услуг.
9. Что отличает российский информационный рынок от зарубежных?
10. Перечислите наиболее типичные сектора регионального рынка информационных продуктов и
11. Чем характеризуется региональная инфраструктура информационного бизнеса в плане направленности на удовлетворение информационных потребностей.
12. Особенности функционирования рынка информационных продуктов и услуг.
13. Проблемы функционирования фирм сферы информационного бизнеса.
14. Государственное регулирование сферы информационного бизнеса.
15. Актуальные направления развития законодательной базы процесса организации коммерческой деятельности фирм сферы информационного бизнеса.
16. Общие и отличительные характеристики осознанной и неосознанной информационной потребности.
17. Технология изучения информационных потребностей.
18. Факторы, сдерживающие совершенствование коммерческой деятельности фирмы сферы информационного бизнеса.
19. Особенности функционирования российских фирм сферы информационного бизнеса.
20. Основные противоречия, с которыми сталкиваются фирмы в процессе организации коммерческой деятельности на рынке информационных продуктов и услуг.
21. Информационный ресурс, его структура, необходимая для успешной коммерческой деятельности на конкретном рынке.
22. Что является основой разработки системы маркетинговых исследований фирмы? Сущностные характеристики системности маркетинговых исследований.
23. Основные этапы формирования маркетинговой стратегии фирмы.
24. Особенности и основные направления изучения рынка информационных продуктов и услуг с целью позиционирования фирмы на рынке.
25. Какова технология изучения особенностей предоставления информационных продуктов и услуг?
26. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии деятельности фирмы на рынке информационных продуктов и услуг и ее реализации.
27. Выделите с позиции экономической целесообразности систему критериев оценки перспективности вложения средств в развитие той или иной области информационного бизнеса.
28. Определите сегмент рынка информационных продуктов и услуг и опишите основные этапы проблемной диагностики фирмы, функционирующей в данном сегменте рынка.
29. Основные этапы технологии реализации системы маркетинговых исследований конкретного сегмента рынка информационных продуктов и услуг.
30. Жизненный цикл информационной услуги и его основные этапы.
31. Этапы реализации информационной модели системы маркетинговых исследований фирмы.
32. Показатели конкурентоспособности фирмы. Факторы, влияющие на выбор конкурентной стратегии фирмы.

33. Чем определяется и от чего зависит конкурентная позиция фирмы на рынке информационных продуктов и услуг?
34. Обоснуйте интегративность показателей оценки качества информационного продукта с позиции удовлетворения информационных потребностей.
35. Логическая связь основных показателей качества информационного продукта с позиции удовлетворения информационных потребностей.
36. Система средств достижения цели в процессе предоставления информационных услуг.
37. Технология формирования информационного обеспечения процесса принятия решений с позиций оптимальности, корректности и целесообразности.

Критерии оценивания результатов тестирования

Таблица 9

Уровень освоения	Критерии	Баллы
<i>Максимальный уровень</i>	Зачтено выставляется по следующим параметрам: присутствие на лекциях (не менее 70 %), работа на семинарских занятиях (выступить с сообщением не менее трех раз, принимать участие в дискуссиях), выполнение самостоятельной работы и дидактических тестов по темам разделов дисциплины.	5
<i>Средний уровень</i>	Зачтено выставляется по следующим параметрам: присутствие на лекциях (не менее 50 %), работа на семинарских занятиях (выступить с сообщением не менее трех раз, принимать участие в дискуссиях), выполнение самостоятельной работы и дидактических тестов по темам разделов дисциплины	3
<i>Минимальный уровень</i>	Не зачтено - студент не посещает лекции, семинарские занятия, не выполняет своевременно самостоятельную работу, дидактические тесты по разделам, не ответил на вопросы зачетного теста (выполнил правильно менее 75 % заданий)	0

Обязательным условием допуска студента к итоговой аттестации является удовлетворительное или успешное прохождение промежуточной аттестации в течение семестра.

4.2.2 Наименование оценочного средства: оценка текущей работы студента на семинарских занятиях

Примерные вопросы оценки текущей работы студента

1. Почему бизнес в Интернете является более выгодным для компаний:
 - а) компаниям не нужно арендовать помещение – экономия затрат
 - б) люди намного чаще используют Интернет для покупок
 - в) интернет позволяет не платить налоги
2. Спам
 - а) незаконная реклама
 - б) незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте
 - в) самая эффективная реклама
3. Что такое код протекции:
 - а) число покупателей в интернет-магазине
 - б) пароль для входа в интернет-магазин
 - в) число, которое должен ввести покупатель, для совершения покупки в интернет-магазине

4. Хостинг-это услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно имеющем доступ к сети, так ли это:
- да
 - нет
 - отчасти
5. Что такое интернет-магазин:
- поисковая система
 - название интернет-компания
 - специальный сайт для продажи товаров и услуг
6. К электронной коммерции относится:
- любые сайты
 - реклама
 - электронная почта
7. Каким способом в большинстве случаев нельзя осуществить оплату через интернет-магазин:
- наличными при получении
 - почтовым переводом
 - биткоинами
8. К электронной коммерции относится:
- хостинг
 - электронная почта
 - социальные сети
9. Какое программное обеспечение может быть использовано для управления интернет-магазином:
- Microsoft Excel
 - Apache
 - 1С-Бирикс

Критерии оценивания результатов выполнения практико-ориентированного задания

Таблица 10

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	Задание выполнено правильно: выводы аргументированы, основаны на знании материала, владении категориальным аппаратом	3
Средний уровень	Задание выполнено в целом правильно: но допущены ошибки в аргументации, обнаружено поверхностное владение терминологическим аппаратом	2
Минимальный уровень	Задание выполнено с ошибками в формулировке тезисов и аргументации, обнаружено слабое владение терминологическим аппаратом	1
Минимальный уровень не достигнут	Задание не выполнено или выполнено с серьёзными ошибками	0

4.2.3. Наименование оценочного средства: доклад/сообщение

Темы докладов:

1. Развитие цифрового бизнеса в Евросоюзе.
2. Развитие цифрового бизнеса в Японии.
3. Трансформация образования в цифровой экономике.
4. Цифровые платформы и их роль в развитии цифровой экономики и цифрового бизнеса.
5. Правовое регулирование цифрового бизнеса.

6. Структура цифровой экономики и ее влияние на ВВП.
7. Цифровые технологии и сервисы в здравоохранении.
8. Цифровые технологии и сервисы в логистике.
9. Цифровые технологии и сервисы в сфере образования и культуры.
10. Влияние облачных технологий и сервисов на цифровую экономику.

Критерии и шкалы оценивания доклада/сообщения (в форме презентации):

Таблица 11

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано умение выступать перед аудиторией; – содержание выступления даёт полную информацию о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи; – умение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу; – высокая степень информативности, компактность слайдов 	3
Средний уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована общая ориентация в материале; – достаточно полная информация о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи, но нет самостоятельных выводов; – невысокая степень информативности слайдов; – ошибки в структуре доклада; – недостаточное использование научной литературы 	2
Минимальный уровень	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована слабая (с фактическими ошибками) ориентация в материале; – ошибки в структуре доклада; – научная литература не привлечена 	1
Минимальный уровень не достигнут	<ul style="list-style-type: none"> – выступление не содержит достаточной информации по теме; – продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; – неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу. 	0

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

Автор(ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

Доцент, к.э.н, доцент



Ильясова К.Х.

(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки



Арсағириева Т.А.

**Оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Электронная коммерция
Направление подготовки
38.03.06 - Торговое дело**

**Профили подготовки «Маркетинг»
Форма обучения: Очная и очно-заочная
Год приема: 2023**

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр - 5

Форма аттестации – экзамен

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

**2.1. Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине:
Электронная коммерция**

Вопросы к экзамену по дисциплине Электронная коммерция

1. Понятие «информационная услуга», «информационный продукт».
2. Сфера услуг и ее характеристики. Перспективы развития сферы услуг.
3. Понятие «покупательские риски», виды покупательских рисков на рынке услуг.
4. Система мер, обеспечивающая снижение покупательских рисков на рынке услуг.
5. Рынок информационных продуктов и услуг, его характеристики.
6. Что такое информационная потребность
7. Охарактеризуйте основные этапы формирования рынка информационных продуктов и услуг в России.
8. Перечислите основные компоненты российского рынка информационных продуктов и услуг.
9. Что отличает российский информационный рынок от зарубежных?
10. Перечислите наиболее типичные сектора регионального рынка информационных продуктов и
11. Чем характеризуется региональная инфраструктура информационного бизнеса в плане направленности на удовлетворение информационных потребностей.
12. Особенности функционирования рынка информационных продуктов и услуг.
13. Проблемы функционирования фирм сферы информационного бизнеса.
14. Государственное регулирование сферы информационного бизнеса.
15. Актуальные направления развития законодательной базы процесса организации коммерческой деятельности фирм сферы информационного бизнеса.
16. Общие и отличительные характеристики осознанной и неосознанной информационной потребности.
17. Технология изучения информационных потребностей.
18. Факторы, сдерживающие совершенствование коммерческой деятельности фирмы сферы информационного бизнеса.
19. Особенности функционирования российских фирм сферы информационного бизнеса.

- 20 Основные противоречия, с которыми сталкиваются фирмы в процессе организации коммерческой деятельности на рынке информационных продуктов и услуг.
- 21 Информационный ресурс, его структура, необходимая для успешной коммерческой деятельности на конкретном рынке.
- 22 Что является основой разработки системы маркетинговых исследований фирмы? Сущностные характеристики системности маркетинговых исследований.
- 23 Основные этапы формирования маркетинговой стратегии фирмы.
- 24 Особенности и основные направления изучения рынка информационных продуктов и услуг с целью позиционирования фирмы на рынке.
- 25 Какова технология изучения особенностей предоставления информационных продуктов и услуг?
- 26 Основные этапы разработки маркетинговой стратегии деятельности фирмы на рынке информационных продуктов и услуг и ее реализации.
- 27 Выделите с позиции экономической целесообразности систему критериев оценки перспективности вложения средств в развитие той или иной области информационного бизнеса.
- 28 Определите сегмент рынка информационных продуктов и услуг и опишите основные этапы проблемной диагностики фирмы, функционирующей в данном сегменте рынка.
- 29 Основные этапы технологии реализации системы маркетинговых исследований конкретного сегмента рынка информационных продуктов и услуг.
- 30 Жизненный цикл информационной услуги и его основные этапы.
- 31 Этапы реализации информационной модели системы маркетинговых исследований фирмы.
- 32 Показатели конкурентоспособности фирмы. Факторы, влияющие на выбор конкурентной стратегии фирмы.
- 33 Чем определяется и от чего зависит конкурентная позиция фирмы на рынке информационных продуктов и услуг?
- 34 Обоснуйте интегративность показателей оценки качества информационного продукта с позиции удовлетворения информационных потребностей.
- 35 Логическая связь основных показателей качества информационного продукта с позиции удовлетворения информационных потребностей.
- 36 Система средств достижения цели в процессе предоставления информационных услуг.
- 37 Технология формирования информационного обеспечения процесса принятия решений с позиций оптимальности, корректности и целесообразности.

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная):

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Чеченский государственный педагогический университет»**

«Утверждено»

От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Таблица 15

Индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни сформированности компетенций			
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
	86-100	71-85	51-70	Менее 51
	«зачтено»			«не зачтено»
<i>Код и наименование формируемой компетенции</i>				
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;	Знает: базовые естественнонаучные категории и концепции и понятийный аппарат,	Знает навыки научного анализа и методологией научного подхода в научно-исследовательской и практической деятельности,	Знает знания в области управления	Не знает базовые естественнонаучные категории и концепции и понятийный аппарат, навыки научного анализа и методологией научного подхода
	Умеет: применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности, обосновывать и делать обоснованные выводы из новой научной и учебной литературы, результатов экспериментов, происходящих в мире глобальных событий;	Умеет приобретать систематические знания в выбранной области науки,	Умеет анализировать возникающие в процессе научного исследования мировоззренческие проблемы с точки зрения современных научных парадигм,	Не умеет применять естественнонаучные знания в учебной и профессиональной деятельности,
	Владеет: естественнонаучным языком, различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.	Владеет языком, различными средствами коммуникации в профессиональной деятельности.	Владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач;	Не владеет средствами коммуникации в профессиональной деятельности.
<i>Код и наименование формируемой компетенции</i>				
ПК-3 способностью управлять материально-техническими процессами на предприятии.	Знает инструменты и технологии организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии.	Знает ассортимент и качество товаров и услуг, правила диагностики дефектов, порядок приёмки и учёт товаров по количеству и качеству, порядок списания потерь.	Знает ассортимент и качество товаров и услуг, правила диагностики дефектов, порядок приёмки и учёт товаров по количеству и качеству, порядок списания потерь.	Не знает инструменты и технологии организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии.

	Умеет организовывать и планировать закупку и продажу товаров на предприятии.	Умеет оценивать ассортимент и качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, учитывать и списывать потери.	Умеет оценивать ассортимент и качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, учитывать и списывать потери.	Не умеет организовывать и планировать закупку и продажу товаров на предприятии.
	Владеет навыками организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии.	Владеет способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и сокращать затраты материальных и трудовых ресурсов.	Владеет способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, осуществлять контроль качества товаров и услуг, регулировать процессы хранения и проводить инвентаризацию, определять и сокращать затраты материальных и трудовых ресурсов.	Не владеет навыками организации и планирования закупок и продаж товаров на предприятии.

5. Рейтинг-план изучения дисциплины

Таблица 16

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ			
I	Контрольные мероприятия	Мин. кол-во баллов на занятиях	Макс. кол-во баллов на занятиях
Текущий контроль № 1	Знакомство с электронной коммерцией	0	10
	Сегментация электронной коммерции		
Текущий контроль № 2	Модели электронной коммерции	0	10
	Разработка стратегии электронной коммерции		
Рубежный контроль: контрольная работа №1 (Темы 1-4)			10
Текущий	Составляющие электронной коммерции	0	10

контроль №3	Классификация бизнес-сайтов			
Текущий контроль №4	Платежные системы в электронной коммерции		0	10
	Продвижение электронной коммерции в глобальной сети			
Рубежный контроль: контрольная работа №2 (Темы 4-7)			0	10
Допуск к промежуточной аттестации			Мин 36	
II	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ		Мин.	Макс.
1	Поощрительные баллы		0-10	10
	Подготовка доклада с презентацией по дисциплине		0-1	1
	Посещаемость лекций (100%)		0-2	2
	Участие в работе круглого стола, студенческой конференции		0-2	2
	Соц.-личностный рейтинг		0-3	3
	Участие в общественной, культурно-массовой и спортивной работе		0-2	2
2	Штрафные баллы		0-3	3
	Пропуск учебных лекций	за пропуск лекции снимается балльная стоимость лекции (2:8=0,25)	0,25 x N (N – количество пропущенных лекций)	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №1	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №2	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
III	ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ		0-30	30
Форма итогового контроля:	Зачет (экзамен)		0-30	30
ИТОГО БАЛЛОВ ЗА СЕМЕСТР:			0-100	

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ**

Электронная коммерция

(наименование дисциплины / модуля)

Направление подготовки Торговое дело

Профили Маркетинг

(год набора 2023, форма обучения Очная и очно-заочная)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины Электронная коммерция / модуля «Общепрофессиональный модуль» вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений