

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Направление и направленность (профиль)

38.03.01 Экономика. Международный бизнес

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Электронная торговля» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 38.03.01 Экономика (утв. приказом Минобрнауки России от 12.11.2015г. №1327) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Смольянинова Е.Н., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли, Elena.Smolyaninova@vvsu.ru

10 Утверждена на заседании кафедры маркетинга и торговли от 20.05.2021 , протокол №

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	00000000059D967
Владелец	Юрченко Н.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Варкулевич Т.В.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575458423
Номер транзакции	0000000005A3DA8
Владелец	Варкулевич Т.В.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью изучения дисциплины «Электронная торговля» является формирование системы знаний о специфике осуществления коммерческой деятельности через Internet и особенностях функционирования российского рынка электронной коммерции и электронных платежных систем.

Задачи дисциплины заключаются:

- в формировании у бакалавров понимания сущности функционирования Internet, устройство и основных игроков Рунета, возможности использования Internet в коммерческой деятельности предприятий,
- в выработке навыков анализа существующих уровней коммерческой деятельности в Internet и оценке перспективы ее развития,
- в ознакомлении с ключевыми понятиями в данной предметной области, структурой традиционных платежных систем на основе банковских карт и функции основных участников, с основными методами шифрования и основными понятиями криптографии, благодаря которым возможно функционирование электронных платежных систем.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.01 «Экономика» (Б-ЭУ)	ПК-10	Способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии	Знания:	- понятие и функции электронной торговли, базовые технологии электронной торговли; - современные технические средства и информационные технологии.
			Умения:	- использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач; создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг на электронном рынке; - с помощью технических средств и информационных технологий осуществлять поиск информации о деятельности хозяйствующего субъекта, решать коммуникативные задачи; - использовать для ведения деловых переговоров и деловой переписки современные технические средства, возможности локальных и глобальных сетей

			Навыки:	- навыками использования технических средств и информационных технологий для решения коммуникативных задач в сфере электронной торговли; навыками использования для решения коммуникативных задач с руководителем практики и сотрудниками организации современных технических средств и информационных технологий.
--	--	--	---------	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Электронная торговля» в ОПОП 38.03.01 Экономика относится к вариативным дисциплинам.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Информатика», «Организация предприятий малого и среднего бизнеса».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.01 Экономика	ОФО	Бл1.В	5	3	55	18	36	0	1	0	53	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность Internet и ландшафт российского Internet	2	4	0	7	1.Собеседование 2.Кейс-задачи 3.Реферат 4.Контрольные вопросы для оценки качества

2	Электронная коммерция в российском Internet	2	4	0	7	1. Кейс-задачи 2. Реферат 3. Контрольные вопросы для оценки качества
3	Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга	3	6	0	8	1. Кейс-задачи 2. Реферат 3. Контрольные вопросы для оценки качества
4	Традиционные платежные системы на основе банковских карт и виды карт	2	4	0	7	1. Собеседование 2. Кейс-задачи 3. Реферат 4. Контрольные вопросы для оценки качества
5	Основные понятия криптографии и Интернет-банкинг	2	4	0	7	1. Кейс-задачи 2. Реферат 3. Контрольные вопросы для оценки качества
6	Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи	4	8	0	9	1. Собеседование 2. Кейс-задачи 3. Реферат 4. Контрольные вопросы для оценки качества
7	Технологии информационного продвижения в Интернет	3	6	0	8	1. Кейс-задачи 2. Реферат 3. Контрольные вопросы для оценки качества
Итого по таблице		18	36	0	53	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность Internet и ландшафт российского Internet.

Содержание темы: Internet – самая популярная глобальная сеть. Определение Internet, основные принципы функционирования, структура и история создания. Содержание фундаментальных протоколов TCP/IP, регламентирующих функционирование Internet. Система адресации Internet: IP-адреса (IP.v.4 и IP.v.6) и виды доменных имен. Современное устройство Internet в России: ключевые понятия, размер рынка, основные тенденции и участники. Сущность понятий: Рунет и российский Internet, пользователь Internet, электронные рынки. Исследование аудитории Internet. Электронные рынки: их структура, функции участников, основные элементы систем электронной коммерции (объекты, детерминанты развития, процессы и модели), позволяющие оценить темпы и выявить тенденции развития электронного рынка. Выполнение практической работы № 1.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Выполнении индивидуального задания, проведение коллективной дискуссии по проблемным аспектам электронной торговли, тестирование по разделам дисциплины.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 2 Электронная коммерция в российском Internet.

Содержание темы: Сущность понятий: электронный бизнес и электронная коммерция, коммерческая деятельность в Internet. Уровни коммерческой деятельности в Internet: виртуальные витрины или web-представительства, агентства коммерческой информации, Internet-баракхолки, Internet-аукционы, виртуальные магазины, госуслуги и электронное правительство. Формы оплаты в виртуальных магазинах и типы электронных платежных систем для обслуживания различных сегментов рынка электронной коммерции. Выполнение практической работы № 2. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 3 Модели электронной коммерции на различных типах рынков и модели комплекса маркетинга.

Содержание темы: Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B и их специфика. Сущность понятия «комплекс маркетинга» и история возникновения. Эволюция моделей комплекса маркетинга и содержание составляющих элементов. Национальная платежная система, субъекты и объекты, платежные инструменты и технологии, развитие национальной платежной системы в долгосрочной перспективе. Закон о национальной платежной системе. Выполнение практической работы № 3. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 4 Традиционные платежные системы на основе банковских карт и виды карт.

Содержание темы: Инфраструктура традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт и функции участников. Основные принципы функционирования платежных систем и технология оплаты товаров и услуг. Транзакция и процедура авторизации. Международные и российские карточные платежные системы, представленные на российском рынке. Локальные проекты. История появления пластиковых карт в мире и в России. Классификации современных карт от основной функции, в зависимости от эмитента, по типу расчетной схемы, по конструкции, по характеру использования. Основные тенденции рынка карточных продуктов: дальнейшее развитие мультимедийных карт, совершенствование элементов защиты карточных продуктов и т.д. Выполнение практической работы № 4. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 5 Основные понятия криптографии и Интернет-банкинг.

Содержание темы: Криптография как область знаний, благодаря развитию которой стало возможно появление электронных платежных систем и цифровых денег. Два основных метода шифрования: закрытым ключом и открытым ключом. Основные понятия криптографии: электронная цифровая подпись и слепая подпись. Технология использования электронной цифровой подписи и роль Федерального закона РФ 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 г в политической, социальной и экономической сферах деятельности. Сущность понятия Интернет-банкинг. Уровни присутствия банков в Internet, степень освоения Интернет-банкинга на региональном рынке. Модель дистанционного банковского обслуживания и виды систем удаленного управления счетами. Выполнение практической работы № 5. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 6 Типология электронных платежных систем в Internet, электронные деньги и мобильные платежи.

Содержание темы: Определение электронных денег. Классификация электронных платежных систем, функционирующих в Internet, и платежных систем на основе электронных денег. Действующие системы электронных денег и платежные технологии.

Обменные сервисы электронных денег. Модели мобильной коммерции и структура совершения мобильных платежей. Порядок осуществления операций с картами в системе мобильных платежей. Выполнение практической работы № 6. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

Тема 7 Технологии информационного продвижения в Интернет.

Содержание темы: Сущность понятий «Internet-маркетинг», «Internet-реклама», SEO, SEM, SMM и SMO. Виды рекламы в Internet: медийная, контекстная, поисковое продвижение, взаимодействие с тематически близкими и социальными ресурсами, почтовые рассылки, нестандартные рекламные носители, взаимодействие с электронными СМИ. Основные принципы контекстной рекламы и форматы. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI). Сущность клиффрода, технология его обнаружения и борьбы с ним. Возможности продвижения компании через YouTube. Выполнение практической работы № 7. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Презентация, активные, интерактивные формы проведения занятий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка индивидуальных и/или групповых презентаций по заданной преподавателем тематике, подготовка к практическому занятию.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов необходима для закрепления теоретического материала и подготовки к различным формам проведения практических занятий. Самостоятельная работа бакалавров предполагает сравнительный анализ литературы по проблематике курса, обзор деловой практики по заданной тематике, подготовку к дискуссиям в аудитории, выполнение индивидуальных работ по решению ситуационных заданий и кейсов, подготовку сообщений и презентаций по результатам работы.

Ниже приведены примерные темы индивидуальных и / или групповых сообщений. Бакалавры также могут подготовить сообщение по самостоятельно сформулированной теме, предварительно согласовав ее с преподавателем. На аудиторных занятиях, в соответствии с общей логикой и структурой дисциплины, студенты представляют результаты своей работы в форме презентации.

1. Распределение представленности IP.v.6 в трафике зоны Интернет в разрезе регионов и отдельных стран
2. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран
3. Представленность доменных имен IDN в разрезе стран
4. Разработка концепции представленности предприятия определенной специализации в Интернет
5. Исследовать российские виртуальные магазины рынка B2C определенной специализации
6. Исследовать одну из карточных платежных систем (Visa, Master card, Diners Club, STB, Union, Золотая корона ...) на российском рынке

7. Исследовать карточные продукты и услуги Internet-банкинга одного из ведущих банков Приморского края (Приморье, Примсоцбанк, Дальневосточный банк) или России (Сбербанк, ВТБ24, Альфа и т.д.).
8. Электронная платежная система (национальная или международная...)
9. Сервис, обеспечивающий безопасность платежей
10. Контекстная реклама в Internet.
11. Разработка рекомендаций по совершенствованию представленности ВГУЭС (или другого предприятия) в YouTube.
12. Разработка рекомендаций по совершенствованию представленности ВГУЭС (или другого предприятия) в социальных сетях.

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

При работе с учебной литературой, методическими пособиями и другими источниками информации в процессе подготовки к аудиторным занятиям и к экзамену бакалавры должны воспользоваться следующим списком контрольных вопросов.

1. Перечислите знаменательные даты в истории Internet и Рунет.
2. Назовите общие черты в становлении Internet в США и в России.
3. В чем уникальность фундаментальных протоколов Internet?
4. Дайте характеристику структуры Internet. Какие организации отвечают за функционирование глобальной сети?
5. Опишите систему адресации Internet.
6. В чем разница между IP-адресом и IP-протоколом?
7. Опишите структуру доменного имени.
8. Опишите разницу между понятиями «Рунет» и «российский Internet».
9. Как на сайте может появиться зарубежная аудитория?
10. Что скрывается за термином «пользователь Internet»?
11. Какие компании сегодня исследуют Internet-аудиторию? Как определяют они пользователя Internet?
12. **12.** Аудитория Internet в какой стране сегодня наибольшая?
13. В чем различия между понятиями «электронная коммерция» и «электронный бизнес».
14. Какие уровни (виды) коммерческой деятельности в Internet вы знаете?
15. Раскройте специфику деятельности виртуальных витрин или web-представительств.
16. Раскройте специфику деятельности агентств коммерческой информации.
17. Раскройте специфику деятельности Internet-барахолок.
18. Раскройте специфику деятельности Internet-аукционов.
19. Раскройте специфику деятельности виртуальных магазинов.
20. Что подразумевается под работой платежной системы в Internet?
21. Какие уровни (виды) коммерческой деятельности в Internet предполагают работу платежных систем в Internet?
22. Какие формы оплаты товаров и услуг предлагаются в российском Internet?
23. Перечислите основные достоинства и недостатки электронной коммерции в нашей стране.
24. **24.** Каковы причины слабого развития электронной коммерции в нашей стране?
25. Сравнительная характеристика понятий «комплекс маркетинга» и «комплекс Интернет-маркетинга».
26. В чем выражается специализация комплекса маркетинга?
27. Перечислите модели комплекса-маркетинга в соответствии с хронологией их появления.
28. Какие модели предлагаются для виртуального рынка?
29. Сущность составляющих элементов комплекса веб-маркетинга (4S).
30. Сущность составляющих элементов комплекса электронного маркетинга (4Ps+ (2P+2C+2S))

31. Сущность составляющих элементов электронного маркетинга (взаимосвязь функций - 2P+2C+3S)
32. Сущность национальной платежной системы.
33. Правовое регулирование национальной платежной системы России.
34. Какова инфраструктура традиционных карточных платежных систем?
35. Перечислите участников традиционной платежной системы на основе банковских платежных карт.
36. Каковы основные функции центра платежной системы?
37. Каковы основные функции расчетного центра платежной системы?
38. Каковы основные функции эмитента?
39. Каковы основные функции эквайрера?
40. Каковы основные функции предприятий торговли и сферы услуг?
41. Каковы основные функции держателей карт?
42. Опишите технологию оплаты товаров и услуг с помощью банковских платежных карт.
43. Раскройте сущность и содержание транзакции как операции.
44. Раскройте сущность и содержание процедуры авторизации.
45. Перечислите существующие классификации карт.
46. В чем разница между многомерной перекрестной и иерархической классификацией?
47. Что представляют собой мультиапликационные карты?
48. Раскройте сущность платежных и неплатежных карт.
49. Чем отличаются друг от друга кредитные, дебитные и дебитно-кредитные карты?
50. Приведите примеры расчетных карт предоплаченных и расчетных карт, работающих по заемной схеме.
51. Что отличает активные и пассивные карты?
52. Чем отличаются комбинированные и мультиапликационные карты?
53. Чем отличаются контактные и бесконтактные карты?
54. В чем суть смарт-карт с дуальным интерфейсом
55. Что изучает криптография?
56. Что может выступать в качестве ключей в современных методах шифрования?
57. Что обозначают понятия «закрытый ключ» и «открытый ключ»?
58. Опишите технологию шифрования закрытым ключом.
59. Опишите технологию шифрования открытым ключом. Сколько ключей используется в этом методе шифрования?
60. Опишите технологию работы электронной цифровой подписи (ЭЦП). Какой метод шифрования используется в работе ЭЦП?
61. Какой ключ используется для создания ЭЦП?
62. Какой ключ используется для проверки подлинности (расшифровки) ЭЦП?
63. Раскройте смысл понятия «сертификат ключа подписи». Какие сведения он содержит?
64. Что такое электронная наличность? Опишите технологию ее создания.
65. Сущность понятия «электронные деньги» и потребительская классификация электронных денег.
66. Сущность электронных платежных систем.
67. Сущность дебетовых электронных платежных систем.
68. Сущность кредитных электронных платежных систем.
69. Особенности деятельности платежных шлюзов (сервисов) в Интернет.
70. Классификации систем мобильных платежей
71. Сущность SEO, SEM, SMM и SMO
72. Основные принципы контекстной рекламы и форматы
73. Технология размещения контекстной рекламы с использованием сервисов.
74. Структура рекламного объявления в поисковых системах, технология его разработки и сущность сплит-тестирования.
75. Модели оплаты Интернет рекламы и модели ценообразования
76. Эффективность рекламы в Интернет (уровень и показатель конверсии, CTR, ROI и PI)

77. Сущность клиффрода, технология его обнаружения и борьбы с ним
78. Возможности продвижения компании через YouTube.
79. Российский рынок информационно-аналитических систем и их принцип функционирования.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Для выполнения самостоятельной работы студентов необходимы помещения, укомплектованные соответствующей компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет", обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУЭС, к современным профессиональным базам данных, информационным справочным системам (например, Консультант Плюс, Гарант Сервис и др.).

Также предусмотрено обеспечение учебно-методической и научной литературой, базами данных различной информации и т.д.

Литературные источники, а также законодательные акты в рамках данной дисциплины являются дополнительным способом получения знаний по дисциплине. Главным их назначением является расширение информационного поля, по сравнению с тем объемом знаний, который включен в лекционный курс и раздаточные материалы, подготовленные ведущим преподавателем. Кроме того, обращение к литературным источникам позволяет получить представление об альтернативных взглядах на коммерческие процессы и явления.

В процессе подготовки к выполнению самостоятельной работы, а также к промежуточной аттестации при работе с литературой необходимо пользоваться следующими правилами.

Обращаться, прежде всего, к тем источникам информации, которые вынесены в основной список литературы. В книгах, отнесенных к основному списку литературы, в большей или меньшей степени, присутствует информация по всем основным темам дисциплины. Все они написаны в соответствии с требованиями высшей подготовки специалистов и соответствуют по уровню информации хорошему профессиональному знанию предмета дисциплины.

В список дополнительной литературы включены источники, тематика которых не полностью соответствует программе дисциплины, а также те книги и статьи, которые содержат подробную информацию по отдельным направлениям знаний данного курса. Обращаться к этим источникам следует в том случае, если материалы лекций и основной литературы являются недостаточными для полного раскрытия темы, либо в том случае, если студенту необходимо рассмотреть отдельные темы курса более фундаментально. Такая необходимость может возникнуть в связи с выполнением самостоятельной работы, подготовки к практическим занятиям или другими учебными целями.

Выбирать из предложенного списка необходимо только те литературные источники, которые рекомендованы по данной теме. Тематический список литературы представлен в конце презентации по каждой теме. В списке источников по темам следует выбирать те, которые предшествуют остальным, поскольку порядок литературных источников определяет их значимость для раскрытия темы.

Основное внимание при подготовке к выполнению самостоятельной работы и промежуточной аттестации следует уделять определениям тех понятий, которые характеризуют данную область знаний. Кроме рекомендуемой литературы можно самостоятельно подобрать дополнительные литературные источники (статьи и т.д.), раскрывающие вопросы по теме задания.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением

тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

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

8.1 Основная литература

1. Гаврилов Л.П. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] , 2018 - 363 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/elektronnaya-kommerciya-413630>

2. Куприянов Д. В. ИНФОРМАЦИОННОЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 255 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnoe-i-tehnologicheskoe-obespechenie-professionalnoy-deyatelnosti-433694>

3. Под общ. ред. Жильцовой О.Н. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2019 - 301 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/internet-marketing-432128>

8.2 Дополнительная литература

1. Гулевич О. А. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОТ ГАЗЕТ ДО ИНТЕРНЕТА. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2019 - 264 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-447440>

2. Катаев А. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] , 2018 - 155 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/692462>

3. Партыка Т. Л., Попов И. И. Информационная безопасность : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательство ФОРУМ , 2019 - 432 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=327912>

4. ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн"

8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Научная электронная библиотека – <https://elibrary.ru/>

2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа:

<https://lib.rucont.ru/>

3. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

4. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

5. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Standart

10. Словарь основных терминов

Internet - это совокупность локальных и региональных сетей, функционирование которых регламентируется фундаментальными протоколами TCP/IP.

Internet-маркетинг – это маркетинговая деятельность компании, осуществляемая с помощью информационных сетей, а именно, глобальной сети Internet.

IP-адрес - уникальное имя, под которым сетевое соединение или узел известен всем остальным компьютерам в глобальной сети Internet, состоит из четырех чисел, каждое из которых лежит в пределах от 1 до 254 и которые разделены между собой точками.

URL (Uniform Resource Locator) - универсальный определитель ресурса, который обозначает местоположение ресурса в сети Internet. Например, <http://www.blue.sea.ru/ddl/index.html>.

Браузер (броузер) – программа просмотрщик web-страниц.

Доменное имя - это уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое состоит из нескольких слов (сочетаний символов), разделенных точками.

Интерфейс – внешний вид окна программы и основные приемы работы в ней, например, щелчок по правой кнопке мышки открывает контекстное меню.

Киберсквоттеры - «сетевые деятели», пытающиеся извлечь выгоду из регистрации доменного имени, к которому не имеют ни малейшего отношения, с целью его перепродажи владельцу сходного средства индивидуализации (не имеющему домена) или иному заинтересованному лицу.

Киберсквоттинг - деятельность по перепродаже доменных имен.

Краткое доменное имя – это самая левая часть полного доменного имени или имя конечного узла сети, например, blue.

Одноранговые сети (peer-to-peer network - равный к равному) - это тип сетевой архитектуры с равноправными узлами (каждый компьютер этой сети может работать как рабочая станция и как сервер).

Относительное доменное имя - это составное имя, начинающееся с какого-либо уровня иерархии, но не самого верхнего, например, www.blue.sea.

Платежные шлюзы или **Internet-банки** – это платежные системы, которые объединяют в себе возможности сразу нескольких систем, не эмитируя при этом собственную цифровую наличность, а также предоставляют сопутствующие услуги (получение и отправка безналичных переводов, работа с чеками, прием платежей на сайте).

Полное доменное имя (fully qualified domain name, FQDN),. Имя, которое включает наименования всех уровней иерархии, начиная от имени конечного узла и заканчивая корневой точкой, например, www.blue.sea.ru.

Провайдеры - компании, которые предоставляют услуги доступа в Internet.

Протокол обмена - это единый формат передаваемой информации и запросов на операции или набор стандартных правил, описывающих единую для пользователей данной сети структуру представления информации и механизмы обмена ею между узлами сети.

Рабочая станция (workstation) или клиент (client) - это персональный компьютер, который потребляет выделенные ресурсы, т.е. пользующийся услугами, предоставляемыми серверами приложений и баз данных.

Российский Internet – совокупность сайтов и пользователей Internet, находящихся в России и ориентированных на российскую аудиторию.

Рунет – совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.

Сервер (server) - специальный выделенный компьютер, который выделяет свои ресурсы в сеть.

Сети с выделенным сервером (NetWare или Dedicated Server Network) или иерархические сети состоят из одного или нескольких мощных центральных компьютеров (серверов), которые работают под управлением сетевого программного обеспечения, и остальных менее мощных, называемых рабочими станциями.

Система Доменных Имен или **DNS** (Domain Names System) - это централизованная служба, которая связывает символьные имена (DNS-имена) с цифровыми адресами (IP-адресами), которые используют компьютеры, чтобы связаться друг с другом.

Топология - конфигурация или геометрическая схема физических соединений компонентов локальной сети (сервер, рабочие станции).

Хостинг – услуги по размещению web-сайта на своем web-сервере или чужого web-сервера на своей «площадке», т.е. услуги подключения к Internet и обслуживанию.

Электронная коммерция (e-commerce) – это деловая сделка, осуществляемая с помощью Internet и обязательно сопровождаемая передачей прав пользования на товар или услугу, т.е. процесс купли-продажи сопровождается электронным документооборотом и работой электронных платежных систем.

Электронная торговля – персональный метод продаж с помощью информационных сетей, связанный с индивидуальным обслуживанием покупателей на дому (одна из внемагазинных форм продажи товаров и услуг).

Электронные платежные системы – это платежные системы, функционирующие в Internet.

Электронный бизнес (e-бизнес) – это **преобразование основных бизнес-процессов (внутренних и внешних) при помощи Internet-технологий.**