

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 20.06.2026 10:50:22

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Организация управления интернет-продажами**

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы бакалавриата

38.03.06.12 Международная электронная коммерция (с изучением китайского языка)

Для набора 2026 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Коммерция и логистика**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	16 2/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики, Гузенко Наталья Владимировна

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент А.А. Полуботко

Методический совет: д.э.н., профессор Д.Д. Костоглодов

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и приобретение практических навыков в области организации и управления продажами в интернете. Задачи дисциплины: овладеть теоретическими и специальными знаниями в области организации управления онлайн-продажами на предприятиях торговли; рассмотреть технологии и правила интернет-продаж, современные методы продажи товаров, дать обзор основных маркетинговых инструментов оптимизации работы отдела продаж в современных условиях
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4. Способен работать с электронными платформами, информационными системами, анализировать данные в контексте международной электронной коммерции

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

принципы функционирования электронных платформ и информационных систем, используемых в международной электронной коммерции, специфику международных электронных рынков, включая основные правила и требования к онлайн-торговле, международным платёжным системам и законодательству (соотнесено с индикатором ПК-4.1)

Уметь:

работать с различными электронными платформами и информационными системами, используемыми в международной электронной коммерции (соотнесено с индикатором ПК-4.2)

Владеть:

техническими навыками работы с электронными платформами и информационными системами (соотнесено с индикатором ПК-4.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Интернет-торговля как часть электронной коммерции.

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Интернет-торговля как часть электронной коммерции. Определение интернет-торговли. История возникновения интернет-торговли. Интернет-торговля как составная часть электронной коммерции. Интернет-маркетинг и интернет-продажи – взаимосвязь процессов	Лекционные занятия	6	6	ПК-4
1.2	Интернет-маркетинг и интернет-продажи – взаимосвязь процессов. Определение целевой аудитории и поиска ее в Интернет.	Практические занятия	6	6	ПК-4

Раздел 2. Виды и модели торговли в интернет-среде.

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Виды и модели торговли в интернет-среде. Модели продаж в интернете. Розничная торговля в интернет-среде: бизнес-модель, организация процесса. Модель B2B и ее особенности в интернет-торговле. Особенности изучения потребителей и проведения маркетинговых исследований в интернет-среде. Процесс продажи. Инструменты продаж в онлайн-торговле. Ошибки в процессе продажи.	Лекционные занятия	6	4	ПК-4
2.2	Особенности изучения потребителей и проведения маркетинговых исследований в интернет-среде. Процесс продажи. Инструменты продаж в онлайн-торговле. Ошибки в процессе продажи.	Практические занятия	6	4	ПК-4

Раздел 3. Управление продажами в интернет-среде

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Управление продажами в интернет-среде Система маркетинговых коммуникаций с потребителями в сети Интернет. Организация отдела онлайн-продаж. Постановка целей и	Лекционные занятия	6	4	ПК-4

	контроль выполнения для отдела онлайн-продаж. КРІ для сотрудников отдела продаж.				
3.2	Организация отдела онлайн-продаж. Постановка целей и контроль выполнения для отдела онлайн-продаж. КРІ для сотрудников отдела продаж.	Практические занятия	6	4	ПК-4

Раздел 4. Организация расчетов в онлайн-продажах

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
4.1	Организация расчетов в онлайн-продажах. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Техническое управление онлайн-продажами.	Лекционные занятия	6	2	ПК-4
4.2	Техническое управление онлайн-продажами. Виды платежных средств, используемые в Интернет.	Практические занятия	6	2	ПК-4

Раздел 5. Самостоятельная работа студента

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
5.1	Интернет-торговля как часть электронной коммерции. Определение интернет-торговли. История возникновения интернет-торговли. Интернет-торговля как составная часть электронной коммерции. Интернет-маркетинг и интернет-продажи – взаимосвязь процессов	Самостоятельная работа	6	18	ПК-4
5.2	Виды и модели торговли в интернет-среде. Модели продаж в интернете. Розничная торговля в интернет-среде: бизнес-модель, организация процесса. Модель B2B и ее особенности в интернет-торговле. Особенности изучения потребителей и проведения маркетинговых исследований в интернет-среде. Процесс продажи. Инструменты продаж в онлайн-торговле. Ошибки в процессе продажи.	Самостоятельная работа	6	18	ПК-4
5.3	Управление продажами в интернет-среде. Эффективность управления онлайн-продажами. Измерение эффективности онлайн-продаж. Методы и показатели оценки эффективности электронного бизнеса.	Самостоятельная работа	6	18	ПК-4
5.4	Организация расчетов в онлайн-продажах. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Техническое управление онлайн-продажами.	Самостоятельная работа	6	22	ПК-4

Раздел 6. Экзамен

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
6.1	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	6	36	ПК-4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Карабутов Н. Н.	Информационные технологии в экономике: Учеб. пособие	М.: Экономика, 2002	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 199 экз.
2		Коммерция: учеб. пособие	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ "РИНХ", 2005	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 106 экз.
3	Козырев А. А.	Информационные технологии в экономике и управлении: Учеб.	СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2003	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 196 экз.

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
4	Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К.	Коммерция и технология торговли: Учеб.	М.: Информ.-внедренч. центр "Маркетинг", 1999	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 45 экз.
5		Экономический анализ: теория и практика: журнал	Москва: Финансы и кредит, 2018	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
6	Макаренкова, Е. В.	Электронная коммерция: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	ЭБС «IPR SMART»
7	Калужский, М. Л.	Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка	Москва: Экономика, Омский государственный технический университет, 2014	ЭБС «IPR SMART»
8	Краюткина, Е. В.	Системы электронной коммерции и технологии их проектирования: учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016	ЭБС «IPR SMART»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

Базы данных Росстата <https://rosstat.gov.ru/>

Базы данных Ростовстата <https://rostov.gks.ru/folder/56777>, <https://rostov.gks.ru/folder/29957>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libreoffice

программно-аппаратных средства «СЗИ НСД АккордАМДЗ» и «ПСКЗИ ШИПКА» на сайте <http://www.accord.ru>.

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-4: Способен работать с электронными платформами, информационных систем, анализировать данные в контексте международной электронной коммерции			
Знать принципы функционирования электронных платформ и информационных систем, используемых в международной электронной коммерции, специфику международных электронных рынков, включая основные правила и требования к онлайн-торговле, международным платёжным системам и законодательству	Демонстрирует знания по методам исследования ключевых бизнес-процессов торговых предприятий в сфере электронного бизнеса	Продемонстрированы знания по методам анализа коммуникационных процессов в организации, аргументированность приведенных в ответах примеров	Вопросы к экзамену (1-34), устный опрос (раздел 1-3), контрольная работа (вариант 1-10), реферат (с презентацией) (1-35)
Уметь работать с различными электронными платформами и информационными системами, используемыми в международной электронной коммерции	Демонстрирует умение составить реферат, базируясь на инновационных методах анализа деятельности субъектов электронной коммерции	Продемонстрированы умения отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям и при выполнении рефератов	Вопросы к экзамену (1-34), устный опрос (раздел 1-3), контрольная работа (вариант 1-10), реферат (с презентацией) (1-35)
Владеть техническими навыками работы с электронными платформами и информационными системами	Демонстрирует навыки анализа особенностей технологии применения электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством	Продемонстрированы навыки по применению современных средств коммуникации при подготовке к контрольной работе и устному опросу	Вопросы к экзамену (1-34), устный опрос (раздел 1-3), контрольная работа (вариант 1-10), реферат (с презентацией) (1-35)

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале, экзамен:

84-100 баллов (оценка «отлично»)

67-83 баллов (оценка «хорошо»)

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к экзамену

1. Модели продаж в интернете..
2. Интернет-торговля как составная часть электронной коммерции..
3. Интернет-маркетинг и интернет-продажи – взаимосвязь процессов
4. Центральные компоненты онлайн-продаж: информация, связь и транзакции.
5. Преимущества использования онлайн-продаж.
6. Интернет-продажи: способы, технологии и инструменты.
7. Инфокоммуникационная инфраструктура предприятий электронного бизнеса.
8. Способы, технологии и инструменты Интернет-продажи.
9. Розничная торговля в интернет-среде: бизнес-модель, организация процесса
10. Модель B2B и ее особенности в интернет-торговле.
11. Модели организации коммуникационной платформы.
12. Определение целевой аудитории и поиск ее в Интернет.
13. Критерии сегментации потребителей сети Интернет: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики.
14. Особенности изучения потребителей и проведения маркетинговых исследований в интернет-среде
15. Инструменты продаж в онлайн-торговле
16. Система маркетинговых коммуникаций с потребителями в сети Интернет
17. Организация отдела онлайн-продаж
18. Постановка целей и контроль выполнения для отдела онлайн-продаж
19. KPI для сотрудников отдела продаж
20. Роль поисковых систем в онлайн-бизнесе.
21. Факторы, (детерминанты), влияющие на поиск товаров.
22. Критерии оценки вариантов перед покупкой.
23. Методы оценки отобранных вариантов товаров.
24. Целевая аудитория и покупательная способность.
25. Выбор площадок для размещения рекламы.
26. Карточные платежные системы для сайтов.
27. Системы электронных кошельков.
28. Факторы, влияющие на развитие интернет-экономики.
29. Интерактивная торговая система.
30. Виды платежных средств, используемые в Интернет.
31. Измерение эффективности онлайн-продаж.
32. Поиск и использование информации, необходимой для эффективного осуществления онлайн-продаж.
33. Методы оценки эффективности управления интернет-продажами.
34. Основные показатели оценки экономической эффективности электронной B2C-торговли.

Критерии оценивания:

84-100 баллов (оценка «отлично») ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в соответствии с требованиями программы и правильно решенной задачи. Допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентом. При изложении ответа должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, свободно оперировать фактами, использовать сведения из дополнительных источников.

67-83 баллов (оценка «хорошо») ставится за полное изложение полученных знаний в устной или письменной форме в системе в соответствии с требованиями программы и правильно решенной задачи. Допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания на них преподавателем. При изложении студент должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, выявлять причинно-следственные связи, формулировать выводы и обобщения, в которых могут быть отдельные несущественные ошибки.

50-66 баллов (оценка «удовлетворительно») ставится за неполное изложение знаний и решенную с ошибками задачу. Допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя. Студент проявляет затруднения при выделении существенных признаков изученного материала, при выявлении причинно-следственных связей и формулировки выводов.

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно») ставится при неполном бессистемном изложении учебного материала и не решенной задаче. При этом студент допускает существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя, а также за полное незнание и непонимание материала.

Вопросы к устному опросу

Раздел 1

1. Понятие и предметная область электронной коммерции.
2. Перечислите основные модели отношений между участниками процесса электронной коммерции.
3. В чем отличие организационных форм, инструментов и методов ведения традиционной и электронной коммерческой деятельности?
4. Перечислите основные изменения механизмов проведения торговой операции в связи с внедрением технологий электронной коммерции.
5. Какую информацию обычно содержит электронный сертификат ЭЦП?
6. Перечислите факторы, определяющие развитие корпоративной электронной коммерции.

Раздел 2

1. Раскройте понятие торгово-закупочной B2B-системы.
2. Опишите основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B.
3. Опишите работу системы полного цикла сопровождения поставщиков (SCM-система).
4. Опишите работу системы управления продажами (e-distribution).
5. Опишите работу системы полного цикла сопровождения потребителей (CRM-система).
6. Охарактеризуйте понятия: электронный каталог, электронный аукцион,
7. Раскройте понятие ERP-система.
8. Назовите преимущества и недостатки использования ERP-систем.
9. Охарактеризуйте понятие CSRP-система.
10. Дайте определение понятия интернет-инкубатор.
11. Назовите основные различия систем электронной коммерции в потребительском секторе (B2C) от систем электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C).
12. Перечислите основные разновидности систем розничной продажи товаров в Интернете.
13. Дайте определение понятия интернет-магазин. Опишите технологию создания интернет-магазина, приобретения товаров в интернет-магазине.
14. Раскройте понятия интернет-страхование, интернет-трейдинг.

15. Каково назначение рынка FOREX.
16. Дайте определение понятия интернет-аукцион. Перечислите его основные виды.
17. Правовая основа и этика электронной коммерции.

Раздел 3

1. Дайте определение понятия «электронное правительство».
2. Сформулируйте задачи и опишите структуру электронного правительства.
3. Определите сущность понятия государственных электронных торговых-
4. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок.
5. Концепция географической информационной системы.
6. Мошенничество в Интернете: основные определения и отличительные черты.
7. Понятие киберпреступности.
8. Правовые аспекты электронной коммерции.
9. Способы правового обеспечения сделок в электронной коммерции.

Критерии оценивания:

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если	Он демонстрирует знание по вопросам темы, использовал дополнительную научную литературу по теме, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
- 3-4 балла выставляется обучающемуся, если	он усвоил материал темы по вопросам в рамках основной литературы, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
- 1-2 балла выставляется обучающемуся, если	он фрагментарно усвоил материал, недостаточно развернуто ответил на вопрос, не проявлял активность при обсуждении дискуссионных вопросов, не сформулировал самостоятельные выводы.
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если	он не усвоил тему, не ответил ни на один вопрос.

Максимальная сумма баллов по устному опросу – 40 баллов (5 баллов за каждый правильный ответ по 2 вопроса в разделе 1,3; 4 вопроса в разделе 2)

Контрольная работа

Вариант 1

Сущность электронной коммерции.
B2B-системы.

Вариант 2

Организационно-экономические формы электронного бизнеса
Логистика электронной коммерции

Вариант 3

Программное обеспечение бизнеса в Интернете.
B2C-системы.

Вариант 4

Интернет-маркетинг.
C2C-системы.

Вариант 5

Методы продвижения сайта в Интернете
Основные направления электронной коммерции.

Вариант 6

Развитие платежных систем в Интернете.
Программное обеспечение бизнеса в Интернете.

Вариант 7

Нормативная база электронной коммерции.
Основные бизнес-модели электронного бизнеса

Вариант 8

Бизнес-план Интернет-проекта.

Правовые аспекты электронного бизнеса и электронных сделок.

Вариант 9

Нормативно-правовые аспекты в секторе B2G.

B2B-системы.

Вариант 10

Разработка и размещение сайта электронного магазина.

Платежные системы в Интернете.

Критерии оценивания:

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если	Он демонстрирует знание по вопросам темы, использовал дополнительную научную литературу по теме, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
- 4 балла выставляется обучающемуся, если	он усвоил материал темы по вопросам в рамках основной литературы, развернуто ответил на вопрос, аргументировано высказал свою точку зрения, сформулировал самостоятельные выводы.
- 1-3 балла выставляется обучающемуся, если	он фрагментарно усвоил материал, недостаточно развернуто ответил на вопрос, не проявлял активность при обсуждении дискуссионных вопросов, не сформулировал самостоятельные выводы.
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если	он не усвоил тему, не ответил ни на один вопрос.

Максимальная сумма баллов по контрольной работе – 15 баллов (3 варианта по 5 баллов)

Темы рефератов (с презентацией)

1. E-mail-реклама.
2. Web-витрина.
3. Баннерная реклама.
4. Ведение переписки по электронной почте. Форумы. Чаты
5. Виды электронной коммерции.
6. Виртуальные торговые площадки.
7. Вирусный маркетинг.
8. Вопросы безопасности в платежных системах.
9. Основные особенности систем B2B.
10. Основные особенности систем B2C.
11. Интернет-аукционы
12. Интернет-банкинг
13. Интернет-витрины (веб-витрины).
14. Интернет-инкубаторы
15. Интернет-магазин.
16. Интернет-страхование
17. Интернет-трейдинг
18. Международные платежные системы.
19. Мобильная коммерция
20. Мошенничество в Интернете
21. Обналичивание электронных денег.
22. Организация электронного магазина.
23. Отраслевые (вертикальные) электронные торговые площадки (eMarketplace),
24. Электронные биржи.

25. Перспективы развития электронной коммерции.
26. Платежная система Instant.
27. Платежная система PayCash.
28. Платежные системы в Интернет. Что это такое?
29. Понятие и сущность электронной коммерции
30. Правовое обеспечение электронной коммерции и Этика электронной коммерции
31. Процессы, поддерживаемые в В2В системе.
32. Процессы, поддерживаемые в В2С системе.
33. Нормативные документы в ЭК.
34. Правовое обеспечение сделок в электронном бизнесе.
35. Нормативно-правовой базис электронного маркетинга.

Критерии оценивания:

Обучающийся получает за реферат 15 баллов при соблюдении следующих требований:

- поставлена проблема исследования, обоснована ее актуальность (5 баллов);
- сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему (2 балла);
- сделаны выводы по исследуемой проблеме (3 балла);
- имеется презентация к реферату (3 балла);
- использовано не менее пяти литературных источников, соблюдены требования к оформлению работы (2 балла).

За несоблюдение указанных требований оценка снижается на 1 балл по каждому пункту.

Максимальная сумма баллов за рефераты: 45 баллов (3 реферата по 15 баллов)

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику промежуточной аттестации, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются: основные концептуальные вопросы дисциплины, понятие электронной коммерции, история электронной коммерции, структура рынка электронной коммерции, АСУ ресурсами предприятия, стандарты и протоколы электронной коммерции OBI, OFX, и иные вопросы в соответствии с РП дисциплины, также даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки и умения полученные в процессе изучения дисциплины.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат с презентацией по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса, посредством проверки контрольной работы, рефератов. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по подготовке рефератов.

Цель работы над рефератом - углубленное изучение отдельных вопросов из сферы профессиональной деятельности.

После ознакомления с материалами всех рефератов, заслушивании докладов на практических занятиях у студентов должно быть сформировано общее представление о современном состоянии, актуальных проблемах в области профессиональной деятельности.

Подготовка реферата состоит из нескольких этапов:

1. Выбор темы из списка тем, предложенных преподавателем.
2. Сбор материала по печатным источникам (книгам и журналам компьютерной тематики), а также по материалам в сети Интернет.
3. Составление плана изложения собранного материала.
4. Оформление текста реферата в текстовом редакторе.
5. Подготовка 10 тестовых вопросов по теме реферата.
6. Подготовка иллюстративного и демонстрационного материала.
7. Доклад реферата на занятии (реферат должен быть доложен на одном из занятий по графику, составленному преподавателем.).
8. Компоновка материалов реферата для сдачи преподавателю (распечатанный текст, диск с текстовым файлом и файлом презентации).

Требования к оформлению текста.

1. Объем реферата - 5-10 стр. текста.
2. Шрифт
 - основного текста - Liberation Serif 14 размер.
 - заголовков 1 уровня - Liberation Serif 14 размер (жирный).
 - заголовков 2 уровня - Liberation Serif 12 размер (жирный курсив).
3. Параметры абзаца (основной текст) - отступ слева и справа - 0, первая строка отступ - 1,27 см; межстрочный интервал - одинарный, выравнивание по ширине.
4. Параметры страницы: верхнее и нижнее поля 2,5 см; поле слева - 3,5 см.; поле справа - 2 см. Нумерация страниц - правый нижний угол.
5. Переносы автоматические (сервис, язык, расстановка переносов).
6. Таблицы следует делать в режиме таблиц (добавить таблицу), а не рисовать от руки, не разрывать. Нумерация таблиц - сквозная по всему тексту.
7. Рисунки - черно-белые или цветные, формат BMP, GIF, JPG. Нумерация рисунков - сквозная по всему тексту.
8. Формулы - должны быть записаны в редакторе формул. Размер основного шрифта - 12. Формулы должны иметь сквозную нумерацию во всем тексте. Номер формулы размещается в крайней правой позиции в круглых скобках.
9. В конце реферата должен быть дан список литературы (не менее 10 источников, в том числе это могут быть и адреса сети Интернет).

После окончания работы по подготовке текста реферата необходимо расставить страницы (внизу справа), а затем в автоматическом режиме сформировать оглавление. Оглавление должно быть размещено сразу же после титульной страницы.

Требования к оформлению презентации.

На титульной странице должно быть помещено название реферата - крупным шрифтом. А также группа и фамилия студента, подготовившего реферат, дата.

Вторая страница – интерактивное оглавление (в виде гипертекстовых ссылок). По гипертекстовой ссылке оглавления должен осуществляться переход к соответствующему разделу реферата.

В презентации должен быть помещен в основном иллюстративный материал для сопровождения доклада и основные положения доклада.

В конце презентации реферата должен быть приведен список использованных источников. Объем презентации – не менее 20 слайдов, время на доклад с использованием презентации – 12-15 мин.