

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра мировой экономики

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

38.04.01 Экономика

Код и наименование направления подготовки/специальности

Международная торговля и управление внешнеэкономической
деятельностью

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *Очная, очно-заочная,
заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики Костромин П.А.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания

кафедры мировой экономики

№2 от 16.02.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка	4
1.1.	Цель и задачи дисциплины	4
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2.	Структура дисциплины	5
3.	Содержание дисциплины	6
4.	Образовательные технологии	6
5.	Оценка планируемых результатов обучения	7
5.1.	Система оценивания	7
5.2.	Критерии выставления оценок по дисциплине	7
5.3.	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
6.1.	Список источников и литературы	10
6.2.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	10
6.3.	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	10
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины	10
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	11
9.	Методические материалы	12
9.1.	Планы семинарских занятий.	12
9.2.	Методические рекомендации по подготовке письменных работ	13
	Приложения	18
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	18
	Приложение 2. Лист изменений	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: подготовить выпускника, владеющего основами знаний о принципах и закономерностях электронного бизнеса и электронной коммерции, приобретение им умений и способности применять данные знания на практике.

Задачи дисциплины:

- освоение понятийного аппарата, связанного с электронным бизнесом и электронной коммерцией;
- изучение содержания законодательных и подзаконных актов, касающихся информации, информационных технологий, защиты информации в Российской Федерации;
- обобщение и систематизация знаний по системе управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и ее составляющие в современных условиях;
- приобретение умений по созданию Web-сайта и требований к нему;
- овладение навыками использования Интернета в бизнесе и профессиональными компетенциями в области электронного бизнеса.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-2. Способность анализировать современные тренды развития международного бизнеса в новых отраслях экономики, знать и понимать механизм современной торговли товарами символической и интеллектуальной стоимости: изобретениями, лицензиями, ноу-хау	ПК-2.1. Осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам организации на внешних рынках	<i>Должен знать:</i> - документы по электронной коммерции <i>Должен уметь:</i> - создавать электронную среду в организации <i>Должен владеть:</i> - навыками оценки преимуществ электронной коммерции
	ПК-2.2. Применяет широкий спектр форм, методов и инструментов, используемых при проведении международных сделок	<i>Должен знать:</i> - основы заключения сделок в электронной форме <i>Должен уметь:</i> - осуществлять электронную коммуникацию по внешнеторговым сделкам <i>Должен владеть:</i> - навыками оценки рисков электронной коммерции
ПК-4. Способность выстраивать алгоритм логистического взаимодействия участников процесса реализации договоров международной купли-продажи товаров	ПК-4.1. Осуществляет выбор оптимального вида транспорта при организации перевозки между государствами, выбора поставщика транспортно-логистических услуг, оперирующего в международном сообщении	<i>Должен знать:</i> - каналы электронной коммуникации <i>Должен уметь:</i> - выбирать каналы электронной коммуникации <i>Должен владеть:</i> - навыками оценки эффективности информационных каналов
	ПК-4.2. Осуществляет анализ внешнеторговой документации, предоставляемой при пересечении национальных границ; подготовки отдельных видов	<i>Должен знать:</i> - основы электронной коммерции вещественных и нематериальных товаров <i>Должен уметь:</i> - готовить внешнеторговые сделки с использованием электронных инструментов <i>Должен владеть:</i> - навыками поиска путей совершенствования электронной коммерции

	внешнеторговых документов, предоставляемых при пересечении материальным потоком национальных границ	
--	---	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Электронный бизнес и электронная коммерция» относится к части блока элективных дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика. Продвинутый уровень», «Макроэкономика. Продвинутый уровень».

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Организация и техника международной торговли», «Система международной торговли», «Международное коммерческое дело».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	10
3	Семинары	20
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	8
3	Семинары	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	4
4	Семинары	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 87 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятие и сущность электронного бизнеса. Актуальность электронного бизнеса в современном мире	Системы электронного бизнеса. Интернет в бизнесе. Роль Web-сайта в электронном бизнесе. Основные компоненты Web-сайта (доменное имя, хостинг, контент, дизайн, программное обеспечение). Виды Web-сайтов: сайт-визитка, корпоративные сайты, интернет-витрины, тематические сайты, блоги, поисковые системы, интернет-форумы, сайты- хостинги, доски объявлений, интернет-магазины. Уровни развития систем электронного бизнеса. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и ее составляющие. Система управления содержимым (SCM) и ее функции. Электронный документооборот и его технологии
2	Понятие и сущность электронной коммерции	Факторы, определяющие развитие электронной коммерции (общеэкономические, информационно-инфраструктурные, управленческие). Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции. Электронная коммерция (электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange. EDI), электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT), электронная торговля (e-trade), электронные деньги (e- cash), электронный маркетинг (e-marketing), электронный банкинг (e-banking), электронные страховые услуги (e-insurance). Преимущества и недостатки электронной коммерции. Техничко-экономические и правовые основы электронной коммерции. Международные стандарты и протоколы электронной коммерции. Этика электронной коммерции.
3	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B)	Торгово-закупочные B2B системы. Корпоративные представительства в Интернете. Виртуальные предприятия. Интернет-инкубаторы. Мобильная коммерция.
4	Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Классификация систем сектора B2C (торговые ряды, интернет-витрины, интернет-магазины). Услуги в Интернете (туристические компании в Интернете, интернет-страхование, интернет-трейдинг). Телеработа.
5	Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C)	Интернет-аукционы. Использование систем класса Peer-to-Peer (P2P). Ключевые характеристики и направления применения P2P-систем.
6	Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)	Понятие электронного правительства (E-Government). Задачи построения электронного правительства. Структура электронного правительства. Предоставление налоговой отчетности через Интернет. Государственные электронные торгово-закупочные площадки. Концепция географической информационной системы. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.
7	Перспективы электронной коммерции	Технологии электронной коммерции ближайшего будущего. ГИС-технологии как основа построения электронного общества. Перспективы развития электронных платежных систем. Автоматизация розничной торговли на основе технологии радиочастотной идентификации (RFID). Основные направления развития систем электронной коммерции.

4. Образовательные технологии

По очной, очно-заочной и заочной форме

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Понятие и сущность электронного бизнеса. Актуальность электронного бизнеса в современном мире	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Вводная лекция Дискуссия, обсуждение доклада Консультирование посредством электронной почты
2	Понятие и сущность электронной коммерции и ее перспективы	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Интерактивная лекция Дискуссия Консультирование посредством электронной почты

3	Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B). Системы электронной коммерции в потребительском секторе (B2C)	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Интерактивная лекция Решение контрольных заданий Консультирование посредством электронной почты
4	Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C). Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)	Лекции Семинары Самостоятельная работа	Интерактивная лекция Дискуссия Консультирование посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	до 5 баллов	20-баллов
- дискуссия	до 2-баллов	40-баллов
Промежуточная аттестация		40 баллов
Экзамен		
Итого за семестр (дисциплину) зачёт/зачёт с оценкой/экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	«удовлетвори-тельно»/ «зачтено (удовлетвори-тельно)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для устного опроса и дискуссии

1. Электронизация бизнеса как один из факторов формирования «новой экономики».
2. Требования к Web-сайтам в электронном бизнесе
3. Технологическая связь корпоративных Web-сайтов с системами CRM
4. Технологическая связь корпоративных Web-сайтов с системами SCM

5. Технологическая связь корпоративных Web-сайтов с электронным документооборотом
6. Первые системы электронной коммерции и факторы их возникновения.
7. Ассортимент первого интернет - магазина.
8. Факторы снижения издержек при электронной коммерции.
9. Возможности для потребителей, предоставляемые технологиями электронной коммерции.
10. Что такое виртуальное предприятие.
11. Причины возникновения CRM-систем.
12. Типы корпоративного присутствия в Интернете.
13. Способы осуществления платежей в мобильной коммерции.
14. Преимущества виртуальных предприятий перед обычными.
15. Преимущества и недостатки для продавца участия в электронном торговом ряду.
16. Виды доставки товаров интернет-магазинами.
17. Процесс взаимодействия участников туристического рынка в Интернете.
18. Преимущества и недостатки основных способов оплаты товаров в интернет-магазинах.
19. Преимущества и факторы, влияющие на распространение телеработы.
20. Проблемы страховых компаний, которые позволяет решить использование CRM-систем.
21. Ключевые характеристики P2P-систем.
22. Типы предприятий и технологий, относящиеся к сектору электронной коммерции C2C.
23. Структура электронного правительства и задачи, решаемые при внедрении технологий электронного правительства.
24. Требования организации доступа к информации при реализации электронной системы государственных закупок.
25. Понятие и структура интернет-маркетинга.

Вопросы для проведения экзамена

1. Классификация предпринимательской деятельности. Факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность.
2. Классификация электронных предприятий по взаимодействующим субъектам (матрица B2C2G).
3. Модели электронного бизнеса. Брокерская модель.
4. Модели электронного бизнеса. Рекламная модель.
5. Модели электронного бизнеса. Модель информационного посредничества.
6. Модели электронного бизнеса. Торговая модель.
7. Модели электронного бизнеса. Модель производителя.
8. Типовая схема систем Business-to-Consumer.
9. Международные классификаторы, используемые в системах электронной коммерции.
10. Подразделения электронного бизнеса несетевых компаний. Корпоративные сайты
11. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B. Виды систем B2B.
12. Системы управления закупками (e-procurement).
13. Электронные предприятия, специализирующиеся на оказании финансовых услуг.
14. Основные функции платежных систем.
15. Денежные расчеты в сети. Классификация платежей и платежных систем.
16. Системы расчетов, работающие с реальными деньгами.
17. Системы расчетов, использующие электронную валюту (цифровые деньги)
18. Виды предприятий рекламного бизнеса в Интернет
19. Особенности Интернет-рекламы. Рекламные носители в Интернете. Выбор рекламных носителей.
20. Ценовые модели размещения рекламы. Сервисы управления рекламой

21. Электронные предприятия, специализирующиеся на продуктах и услугах для организации электронного бизнеса.
22. Услуги хостинга.
23. Туристический бизнес в Интернет.
24. Интернет-страхование.
25. Аукционы и конкурсы в Интернет.
26. Интернет-рекрутинг.
27. Сервисы связи и организации общения.
28. Интернет-инкубаторы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14897-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489784>

Дополнительная литература

1. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903>
2. Смирнов, С. Н. Электронный бизнес / Смирнов С.Н., - 2-е изд., (эл.) - М.:ДМК Пресс, 2018. - 238 с.: ISBN 978-5-93700-064-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/983550>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Creative Cloud

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBrailleViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинар

Тема 1. Актуальность электронного бизнеса в современном мире

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое системы электронного бизнеса?
2. Роль Интернета в бизнесе.
3. Роль Web-сайта в электронном бизнесе
4. Создание Web-сайта и требования к нему
5. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и ее составляющие
6. Система управления содержанием (SCM) и ее функции
7. Электронный документооборот и его технологии
8. Уровни развития систем электронного бизнеса.

Контрольные вопросы:

1. Каковы технические предпосылки информатизации бизнес-процессов?
2. Каковы пути формирования привлекательного образа фирмы у общественности?
3. Для чего необходимо иметь собственный сайт для ведения электронного бизнеса в сети Интернет?
4. Что такое Web-сайт? Каковы основные компоненты Web-сайта?
5. Перечислить виды Web-сайтов. Чем отличается интернет-магазин от интернет-витрины?
6. Каков состав CRM-системы?
7. Каковы основные функции CMS?

Семинар

Тема 2. Понятие и сущность электронной коммерции и ее перспективы

Вопросы для обсуждения:

1. История электронной коммерции.
2. Факторы развития систем электронной коммерции.
3. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.
4. Техничко-экономические и правовые основы электронной коммерции.
5. Преимущества и недостатки электронной коммерции.

Контрольные вопросы:

1. Каков рынок электронной коммерции?
2. Каковы общеэкономические, информационно-инфраструктурные и управленческие факторы, определяющие развитие электронной коммерции?

3. Каковы инструменты и методы традиционной и электронной коммерческой деятельности? Провести сравнение.
4. Каковы преимущества использования электронной коммерции?

Семинар

Тема 3. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе (B2B) и в потребительском секторе (B2C)

Вопросы для обсуждения:

1. « Торгово-закупочные площадки B2B системы
2. Типы корпоративных представительств в Интернете.
3. Классификация систем сектора B2C
4. Услуги в Интернете.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные процессы осуществления электронной торговли в секторе B2B?
2. Каковы типы сайтов в корпоративных представительствах?
3. Что такое интернет- магазин?
4. Что такое интернет-инкубаторы?
5. Что такое мобильная коммерция?

Семинар

Тема 4. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц (C2C) и в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством (G2C, C2G, B2G и G2B)

Вопросы для обсуждения:

1. Система электронной коммерции C2C.
2. Основные принципы и преимущества электронизации деятельности правительства.
3. Электронная торгово-закупочная площадка.
4. Принципы построения и порядок функционирования электронной системы государственных закупок.
5. Предоставление налоговой отчетности через Интернет
6. Концепция географической информационной системы.

Контрольные вопросы:

1. Какие основные типы аукционов используются в электронной коммерции?
2. Каковы ключевые характеристики P2P-систем?
3. В чем популярность Avito и Юлы?
4. В чем недостатки бизнес-модели интернет-аукциона по сравнению с бизнес-моделью интернет-биржи?
5. Перечислите типы предприятий и технологий, относящиеся к сектору электронной коммерции C2C.
6. Какие цели преследует создание электронного правительства?
7. В чем суть событийного принципа работы электронного правительства и принципа единого окна?

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой

конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. На интерактивных занятиях студенты должны проявлять активность.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции. При чтении лекций по дисциплине могут использоваться электронные мультимедийные презентации.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельной темы учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по определяется учебным планом. При самостоятельной работе студент взаимодействует с рекомендованными материалами при участии преподавателя в виде консультаций. Для выполнения самостоятельной работы предусмотрено Методическое обеспечение. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Методические рекомендации по составлению презентаций

Презентация (от английского слова - представление) – это набор цветных картинок-слайдов на определенную тему, который хранится в файле специального формата с расширением PP. Термин «презентация» (иногда говорят «слайд-фильм») связывают, прежде всего, с информационными и рекламными функциями картинок, которые рассчитаны на определенную категорию зрителей (пользователей).

Мультимедийная компьютерная презентация – это:

- динамический синтез текста, изображения, звука;
- самые современные программные технологии интерфейса;
- интерактивный контакт докладчика с демонстрационным материалом;
- мобильность и компактность информационных носителей и оборудования;
- способность к обновлению, дополнению и адаптации информации;
- невысокая стоимость.

Правила оформления компьютерных презентаций

Общие правила дизайна

Многие дизайнеры утверждают, что законов и правил в дизайне нет. Есть советы, рекомендации, приемы. Дизайн, как всякий вид творчества, искусства, как всякий способ одних людей общаться с другими, как язык, как мысль — обойдет любые правила и законы.

Однако, можно привести определенные рекомендации, которые следует соблюдать, во всяком случае, начинающим дизайнерам, до тех пор, пока они не почувствуют в себе силу и уверенность сочинять собственные правила и рекомендации.

Правила шрифтового оформления:

- Шрифты с засечками читаются легче, чем гротески (шрифты без засечек);
- Для основного текста не рекомендуется использовать прописные буквы.
- Шрифтовой контраст можно создать посредством: размера шрифта, толщины шрифта, начертания, формы, направления и цвета.
- Правила выбора цветовой гаммы.
- Цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов.
- Существуют не сочетаемые комбинации цветов.
- Черный цвет имеет негативный (мрачный) подтекст.
- Белый текст на черном фоне читается плохо (инверсия плохо читается).

Рекомендации по дизайну презентации

Чтобы презентация хорошо воспринималась слушателями и не вызвала отрицательных эмоций (подсознательных или вполне осознанных), необходимо соблюдать правила ее оформления.

Презентация предполагает сочетание информации различных типов: текста, графических изображений, музыкальных и звуковых эффектов, анимации и видеофрагментов. Поэтому необходимо учитывать специфику комбинирования фрагментов информации различных типов. Кроме того, оформление и демонстрация каждого из перечисленных типов информации также подчиняется определенным правилам. Так, например, для текстовой информации важен выбор шрифта, для графической — яркость и насыщенность цвета, для наилучшего их совместного восприятия необходимо оптимальное взаиморасположение на слайде.

Рассмотрим рекомендации по оформлению и представлению на экране материалов различного вида.

Оформление текстовой информации:

- размер шрифта: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);
- цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться), но не резать глаза;
- тип шрифта: для основного текста гладкий шрифт без засечек (Arial, Tahoma, Verdana), для заголовка можно использовать декоративный шрифт, если он хорошо читаем;
- курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы рекомендуется использовать только для смыслового выделения фрагмента текста.

Оформление графической информации:

- рисунки, фотографии, диаграммы призваны дополнить текстовую информацию или передать ее в более наглядном виде;
- желательно избегать в презентации рисунков, не несущих смысловой нагрузки, если они не являются частью стилевого оформления;
- цвет графических изображений не должен резко контрастировать с общим стилевым оформлением слайда;
- иллюстрации рекомендуется сопровождать пояснительным текстом;
- если графическое изображение используется в качестве фона, то текст на этом фоне должен быть хорошо читаем.

Содержание и расположение информационных блоков на слайде:

- информационных блоков не должно быть слишком много (3–6);
- рекомендуемый размер одного информационного блока — не более 1/2 размера слайда;
- желательно присутствие на странице блоков с разнотипной информацией (текст, графики, диаграммы, таблицы, рисунки), дополняющей друг друга;
- ключевые слова в информационном блоке необходимо выделить;
- информационные блоки лучше располагать горизонтально, связанные по смыслу блоки — слева направо;

- наиболее важную информацию следует поместить в центр слайда;
- логика предъявления информации на слайдах и в презентации должна соответствовать логике ее изложения.

Помимо правильного расположения текстовых блоков, нужно не забывать и об их содержании — тексте. В нем ни в коем случае не должно содержаться орфографических ошибок. Также следует учитывать общие правила оформления текста.

После создания презентации и ее оформления, необходимо отрепетировать ее показ и свое выступление, проверить, как будет выглядеть презентация в целом (на экране компьютера или проекционном экране), насколько скоро и адекватно она воспринимается из разных мест аудитории, при разном освещении, шумовом сопровождении, в обстановке, максимально приближенной к реальным условиям выступления.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Электронный бизнес и электронная коммерция» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока элективных дисциплин учебного плана. Дисциплина реализуется на экономическом факультете ИЭУП РГГУ кафедрой мировой экономики.

Цель дисциплины: подготовить выпускника, владеющего основами знаний о принципах и закономерностях электронного бизнеса и электронной коммерции, приобретение им умений и способности применять данные знания на практике.

Задачи дисциплины:

- освоение понятийного аппарата, связанного с электронным бизнесом и электронной коммерцией;
- изучение содержания законодательных и подзаконных актов, касающихся информации, информационных технологий, защиты информации в Российской Федерации;
- обобщение и систематизация знаний по системе управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и ее составляющие в современных условиях;
- приобретение умений по созданию Web-сайта и требований к нему;
- овладение навыками использования Интернета в бизнесе и профессиональными компетенциями в области электронного бизнеса;
- изучение сущности систем электронной коммерции;
- овладение навыками этики электронной коммерции;
- ориентация выпускников на использование систем электронной коммерции.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способность анализировать современные тренды развития международного бизнеса в новых отраслях экономики, знать и понимать механизм современной торговли товарами символической и интеллектуальной стоимости: изобретениями, лицензиями, ноу-хау.

Должен знать:

- документы по электронной коммерции;
- основы заключения сделок в электронной форме

Должен уметь:

- создавать электронную среду в организации;
- осуществлять электронную коммуникацию по внешнеторговым сделкам

Должен владеть:

- навыками оценки преимуществ электронной коммерции;
- навыками оценки рисков электронной коммерции.

ПК-4. Способность выстраивать алгоритм логистического взаимодействия участников процесса реализации договоров международной купли-продажи товаров.

Должен знать:

- каналы электронной коммуникации;
- основы электронной коммерции вещественных и нематериальных товаров

Должен уметь:

- выбирать каналы электронной коммуникации;
- готовить внешнеторговые сделки с использованием электронных инструментов

Должен владеть:

- навыками оценки эффективности информационных каналов;
- навыками поиска путей совершенствования электронной коммерции.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме дискуссии, опроса, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины «Электронный бизнес и коммерция» составляет 3 зачетные единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1.			