

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 29.09.2021 15:34:33  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:  
Руководитель ООП  
Беденко Н.Н.  
«28» августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности

Направление подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Профиль  
Маркетинг

Для студентов очной формы обучения

Составитель: Цветков И.В., д.т.н

Тверь, 2021

## I. Аннотация

1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом  
Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности

2. Место дисциплины в структуре ООП

Целью курса является формирование у студентов целостной системы знаний о возможностях и основных направлениях данного вида бизнеса, изучение основных терминов и понятий, характеризующих коммерческую деятельность в сфере информационных услуг, раскрытие взаимосвязи всех понятий и внутренней логики организации информационной деятельности.

Главной задачей данного курса является получение студентами необходимых теоретических знаний и усвоение практических навыков использования элементов информационных технологий в рамках организации информационной деятельности. Изучение данного курса позволит получить общее представление о мировом рынке информационных услуг, узнать, как на практике получить доступ к его информационным ресурсам, познакомиться с примерами работы с информационными системами.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина "Электронная коммерция: платежные системы, вопросы безопасности" является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Преподавание данной дисциплины в содержательно-логическом плане связано с такими дисциплинами, как: Информатика, Маркетинговые исследования и др.

4. Объем дисциплины (или модуля):

Очная форма: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, **в том числе контактная работа:** лекции 14 час., практические занятия 14 час., **самостоятельная работа 80 часов.**

Заочная форма: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, **в том числе контактная работа:** лекции 4 час., практические занятия 4 час., **самостоятельная работа 96 час., контроль 4 часов.**

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

Этап формирования компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)
ОПК-7 - способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры	<b>Промежуточный уровень:</b> <b>Владеть:</b> - современными информационно-коммуникационными технологиями в управленческой деятельности.

<b>с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>	<b>Уметь:</b> - собирать, обрабатывать и анализировать информацию о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений; - создавать и вести базы данных по основным показателям функционирования организации и факторам внешней среды; - поддерживать и использовать системы внутреннего документооборота.
	<b>Знать:</b> - методы сбора информации о внешней и внутренней среде организации; - правила создания и использования баз данных; - виды систем внутреннего документооборота; - основные требования информационной безопасности.
<b>ПК-15 - умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</b>	<b>Промежуточный уровень:</b> <b>Владеть:</b> - методами анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений; - методами принятия решений об инвестировании и финансировании с учетом рыночных и специфических рисков.
	<b>Уметь:</b> - идентифицировать и анализировать рыночные и специфические риски; - определять стоимость рисков; - выбирать оптимальные методы управления рисками в условиях инвестирования и финансирования.
	<b>Знать:</b> - сущность и виды рыночных и специфических рисков; - методы управления рисками и условия их применения; - способы оценки стоимости рисков; - особенности и принципы инвестирования и финансирования с учетом рисков.

## 6. Форма промежуточной аттестации – зачет.

## 7. Язык преподавания – русский.

## II. Содержание дисциплины (или модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 1. Для студентов очной формы обучения

Учебная программа наименование разделов и тем	–	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			Лекции	Практические (лабораторные) работы	

Раздел1. Методологические основы электронной коммерции. Тема 1.1 Цели, задачи и предмет учебной дисциплины.	12	1	2	9
Тема 1.2 Цели и задачи электронной коммерции.	12	1	2	9
Раздел 2. Основы безопасности электронной коммерции. Тема 2.1 Технологические аспекты защиты информации.	12	2	1	9
Тема 2.2 Правовые аспекты защиты информации.	12	1	2	9
Тема 2.3 Архитектура и технологии систем электронной коммерции	12	1	2	9
Тема 2.4 Технологии Интернет электронной коммерции.	12	2	1	9
Тема 2.5 Технологии электронных платежей.	12	2	2	8
Раздел 3. Средства электронной коммерции Тема 3.1 Маркетинговые исследования в ЭК.	12	2	1	9
Тема 3.2 Технологические аспекты защиты информации	12	2	1	9
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>80</b>

## 2. Для студентов заочной формы обучения – ускоренное обучение по индивидуальному плану

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) работы	
Раздел1. Методологические основы электронной коммерции. Тема 1.1 Цели, задачи и предмет учебной дисциплины.	11	1		10
Тема 1.2 Цели и задачи электронной коммерции.	11	-	-	11
Раздел 2. Основы безопасности электронной коммерции. Тема 2.1 Технологические аспекты защиты информации.	11	1	-	10
Тема 2.2 Правовые аспекты защиты информации.	11	-	1	10
Тема 2.3 Архитектура и технологии систем электронной коммерции	11	1	-	10
Тема 2.4 Технологии Интернет электронной коммерции.	11	-	1	10
Тема 2.5 Технологии электронных платежей.	11	1	-	10

Раздел 3. Средства электронной коммерции	11	-	1	10
Тема 3.1 Маркетинговые исследования в ЭК.				
Тема 3.2 Технологические аспекты защиты информации	11	-	1	10
Контроль	9			
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>91</b>

### Учебная программа дисциплины

Модуль1 Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса.

1. Предмет, цель, задачи, содержание и структура курса «Электронная коммерция». Взаимосвязь курса с другими экономическими дисциплинами. Требования и методические рекомендации по изучению курса и его библиографическое обеспечение.
2. Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество.
3. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.
4. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.
5. Основные типы электронной коммерции: Интернет-коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция. Общие и отличительные черты электронной коммерции и Интернет-коммерции.

Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет

1. Виды и краткая характеристика компьютерных сетей, их общие черты и отличия. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).
2. Получить полный текст Подписаться на рассылку!
3. Характеристики сети Интернет как информационно-технологической среды электронной коммерции. Технологии, протоколы и сервисы сети Интернет. Особенности создания и функционирования Интранет и Экстранет сетей. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет.
4. Управление потоковыми процессами и регулирование коммерческой деятельности в сети Интернет.
5. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.

Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции

1. Видовая дифференциация объектов электронной коммерции по натурально-вещественному содержанию. Особенности оборота на электронном рынке товарно-материальных и товарно-нематериальных ценностей.
2. Субъектный состав электронной коммерции. Типология коммерческих посредников, функционирующих на электронном рынке. Краткая характеристика оказываемых коммерческими посредниками услуг.

## Модуль 2. Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business

1. Виды и характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев.
2. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения. Стратегии развития электронных торговых площадок. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.
3. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение «сетевой» рекламы и осуществление Интернет-маркетинга; Интернет-трейдинг ценными бумагами; разработка и сдача в аренду программного обеспечения на принципах ASP; создание «виртуальных» офисов и «call-центров»; организация «виртуальных» выставок; IP-телефония; банковские операции.

## Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer

1. Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке.
2. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет. Существующие схемы Интернет-торговли.
3. Управление цепями поставок в электронной коммерции, организация логистической системы Интернет-магазинов.
4. Организация аукционной торговли в сети Интернет. Виды Интернет-аукционов. Характеристика существующих систем доставки товаров потребителям.
5. Особенности электронной торговли информационным продуктом и оказания информационных услуг.
6. Организация электронной торговли туристическим продуктом и оказание туристических услуг в сети Интернет.
7. Особенности финансовых расчетов в процессах электронной коммерции. Типы и сравнительные характеристики применяемых в электронной торговле технологий электронных платежей. Критерии выбора электронной платежной системы.
8. Интернет-банкинг: технологии и направления развития.
9. Особенности и технологии Интернет-страхования.

## Особенности мобильной и телевизионной коммерции

1. Сущность и отличительные черты мобильной коммерции. Характеристика основных бизнес-процессов мобильной коммерции: торговля материальными

товарами и услугами; торговля мобильным контентом; оказание дополнительных услуг операторами сетей мобильной связи. Субъектный состав мобильной коммерции. Функциональные обязанности контент-провайдеров и операторов сетей мобильной связи. Логистика мобильной коммерции.

2. Сущность, особенности и перспективы развития телевизионной коммерции.

Модуль 3. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России

1. Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития, масштабы и география распространения. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.

2. Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению. Перспективы и направления развития электронной коммерции в России.

3. Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности: металлургическом комплексе, химической промышленности, топливно-энергетическом комплексе и др.

Организация и регулирование электронной коммерции в экономически развитых странах

1. Стратегии развития и государственного регулирования процессов электронной коммерции в США и Канаде.

2. Организация и регулирование электронной коммерции в странах ЕС.

3. Особенности развития и регулирования процессов электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии.

### **III. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (или модулю)**

#### **Методические указания по проведению практических занятий**

Цель практических занятий – углубление и закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин учебного плана.

На практическом занятии преподаватель излагает материал согласно сформированным темам, выбирает форму его проведения, обучающиеся получают задание от преподавателя, выполняют его. Преподаватель проводит проверку правильности его выполнения. Следует отметить, что студенты должны быть готовы ответить на вопросы преподавателя или студентов, которые связаны с темой задания.

Перед проведением практического занятия должен быть подготовлен необходимый материал или выбран объект, которым обучающиеся будут оперировать, используя полученную теоретическую базу.

Практические занятия по курсу дисциплины помогут обучающимся приобрести навыки применения полученных знаний в практической деятельности, а также навыки выработки своих собственных суждений и осуществления определенных конкретных действий.

В случае необходимости обучающийся может получить консультацию по выполнению задания у преподавателя или в порядке взаимного консультирования студентов. После окончания выполнения задания студент должен довести полученный результат до преподавателя, при необходимости оформить его в установленном порядке, и получить оценку в рамках рейтинговой системы оценки знаний. В случае, если выполнение задания вызвало определенные затруднения, и не было выполнено в аудиторное время, студент имеет право получить разрешение у преподавателя на его доработку в домашних условиях.

### Содержание практических занятий (ПЗ)

Темы	Наименование и содержание ПЗ	Формы текущего контроля
Тема 1.1 Цели, задачи и предмет учебной дисциплины. Цели и задачи электронной коммерции	Реклама: понятие, назначение, функции, классификация, сфера применения. История электронной коммерции и особенности современного рынка.	Опрос Составление кроссворда Реферат
Тема 1.2 Регулирование электронной коммерции.	Субъекты электронной коммерции. Правовое регулирование электронной коммерции. Требования к электронной коммерции	Реферат
Тема 2.1 Средства электронной коммерции	Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.	Задания Тесты Опрос Составление кроссворда
Тема 2.2 Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	Использование электронных средств массовой информации. Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет.	Реферат Задания
Тема 2.3 Электронные средства массовой информации	Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет. Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции. Типология объектов электронной коммерции. Субъектный состав электронной коммерции.	Задания Тесты Опрос Составление кроссворда
Тема 2.4 Средства электронной коммерции в Интернет	Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business. Механизмы функционирования электронных торговых площадок. Бизнес-модели электронных торговых площадок. Механизм функционирования электронной биржи.	Задания Тесты Опрос
Тема 2.5 Средства наружной рекламы	Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках. Виды и характеристики систем электронной коммерции, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг в секторе	Опрос Задания Тесты Составление кроссворда



	V2B.	
Тема 3.1 Расходы организации и система ценообразования	Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer. Виды и характеристики систем электронной коммерции на потребительском рынке товаров и услуг. Организация аукционной торговли в сети Интернет.	Глоссарий Задания
Тема 3.2 Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России.	Типы и характеристики электронных платежных. Интернет-банкинг: технологии и направления развития. Особенности мобильной и телевизионной коммерции. Технологическая база мобильной коммерции. Процессы мобильной коммерции.	Задания Тесты Эссе

Методические указания для обучающихся в данном разделе раскрывают рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы по:

- изучению теоретических положений по дисциплине;
- выполнению рефератов;
- подготовки презентаций;
- составлению кроссвордов;
- решению ситуаций и заданий;
- выполнению эссе;
- подготовки к выступлениям и устным ответам;
- организации самостоятельной работы обучающихся;
- использованию информационных технологий и др.

*Виды самостоятельной работы обучающихся:*

1/ работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия вне аудиторных занятий;

2/ индивидуальная и коллективная деятельность, направленная на усвоение теоретического материала, формирование и развитие различных умений и навыков в рамках учебных занятий и вне расписания;

3/ деятельность обучающихся, разделяющаяся на обязательную (подготовка к учебным занятиям) и дополнительную (самообразование), которая организуется в соответствии с их личными запросами и интересами, не контролируется и не направляется извне.

*Характер самостоятельной работы студентов*

1/ репродуктивный – самостоятельное прочтение, конспектирование учебной литературы и др.;

2/ познавательно-поисковый – подготовка презентаций, выступлений, выполнение различных видов работ в рамках учебного плана;

3/ творческий – подготовка эссе, выполнение творческих заданий, подготовка выпускной квалификационной работы и др.

*Методические рекомендации преподавателю по организации самостоятельной работы обучающихся*

Преподавателю необходимо:

– овладеть технологией диагностики умений и навыков самостоятельной работы обучающихся в целях соблюдения преемственности в их совершенствовании;

- продумать процесс поэтапного усложнения заданий для самостоятельной работы обучающихся;
- обеспечить самостоятельную работу обучающихся учебно-методическими материалами, отвечающими современным требованиям управления указанным видом деятельности;
- разработать систему контрольно-измерительных материалов, призванных выявить уровень знаний.

*Формы организации внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся*

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся может быть связана как с углублением понимания вопросов, изученных на учебных занятиях, так и изучением тем, не освещенных в ходе аудиторных занятий.

*1-й уровень сложности (для обучающихся 1 курса):*

- составление простого и развернутого плана выступления;
- составление словаря терминов, понятий и определений;
- выделение главных положений (тезисов) и соединение их логическими связями;
- написание репродуктивного реферата;
- постановка вопросов к тексту;
- ответы на вопросы к тексту и др.

*2-й уровень сложности (для обучающихся 2 курса):*

- составление конспекта в виде таблицы, рисунка;
- написание аналитических рефератов по одному или нескольким источникам информации в рамках одной темы;
- решение задач, анализ проблемных ситуаций, решение кейсов.
- выполнение эссе; электронная презентация и др.

Современные педагогические подходы ориентируют преподавателя на сокращение удельного веса фронтальных заданий и комбинирование коллективных, парных, групповых (3-5 чел.) и индивидуальных форм организации студентов для выполнения самостоятельных заданий.

При планировании самостоятельной работы обучающихся необходимо учитывать трудозатраты на выполнение отдельных заданий во избежание физических перегрузок обучающихся.

Методика расчета трудозатрат студентов по выполнению самостоятельной работы обучающихся

Форма выполнения задания	Трудозатраты в расчете час/лист А4		
	Уровень сложности задания		
	1	2	3
Конспект	0,2	0,3	0,4
Аналитический реферат, доклад	1	1,5	2
Разработка презентации	1	2	4
Эссе, решение проблемных ситуаций, кейсов	1	1,5	2
Разработка проекта	2	2	4
Составление кроссворда	2	2	4

### *Методические рекомендации по выполнению творческих работ (эссе)*

Эссе – самостоятельная, авторская письменная работа обучающихся, выражающая индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Цель эссе - развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

#### *Требования, предъявляемые к эссе*

Объем эссе не должен превышать 1–2 страниц. Эссе должно содержать четкое и краткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Особенности эссе:

- наличие конкретной темы или вопроса;
- личностный характер восприятия проблемы и её осмысления;
- небольшой объём;
- внутреннее смысловое единство.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

- мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов;
- мысль должна быть подкреплена доказательствами.

Вступление – суть и обоснование выбора темы, важно правильно сформулировать вопрос, на который необходимо найти ответ.

Основная часть - ответ на поставленный вопрос. Раздел содержит: тезис, доказательство, иллюстрации, являющийся частично ответом на поставленный вопрос.

Заключение, в котором резюмируются главные идеи основной части, подводящие к предполагаемому ответу на вопрос или заявленной точке зрения, делаются выводы.

Оригинальность текста 50%.

#### *Методические указания по выполнению рефератов*

Реферат является одной из форм самостоятельной зачетной работы студентов. Реферат является научной работой, поскольку содержит в себе элементы научного исследования. Структура реферата:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения.

Каждая структурная часть реферата начинается с новой страницы. Общий объем реферата не должен превышать 20 страниц.

Титульный лист реферата включается в общую нумерацию, но номер страницы на нем не проставляется.

Содержание включает порядковые номера, наименование разделов и подразделов с указанием номеров начальных страниц. Введению, заключению, библиографическому списку порядковые номера не присваиваются.

Содержание размещают с новой страницы после титульного листа. Слово «содержание» располагается посередине страницы с прописной буквы или прописными буквами, выделяется «жирным шрифтом». Содержание является второй страницей реферата, номер на странице проставляется в нижней части страницы посередине.

Введение должно содержать постановку проблемы в рамках выбранной темы, содержать цель и задачи выполнения работы.

В основной части должна быть раскрыта тема. В данном разделе, как правило, разделенном на главы, необходимо раскрыть все пункты составленного плана, связно изложить накопленный и проанализированный материал. Излагается суть проблемы, различные точки зрения на нее, собственная позиция автора реферата. Важно добиться того, чтобы основная идея, выдвинутая во введении, пронизывала всю работу, а весь материал был нацелен на раскрытие главных задач. Каждый раздел основной части должен открываться определенной задачей и заканчиваться краткими выводами.

В заключении подводятся итоги, излагаются выводы, делаются обобщения (иногда с учетом различных точек зрения на изложенную проблему), отмечается то новое, что получено в результате работы над данной темой. Заключение по объему не должно превышать введение.

Библиографический список составляется и оформляется в соответствии с установленными требованиями.

В работе должны быть ссылки на источники информации. В ограниченном объеме допускается цитирование с обязательным указанием источников информации. Недопустимо использование в работе необработанных и неотредактированных текстов из Интернет-ресурсов.

Оригинальность текста 50%.

*Кроссворд как форма контроля*

Кроссворд – удобная форма активизации мышления студентов. В процессе подготовки кроссворда студенту необходимо тщательно прорабатывать теоретический и практический материал, обращаться не только к лекциям и учебникам, но и к дополнительной и справочной литературе. В ходе такой проработки и отбора материала студент, без сомнения, более глубоко усваивает уже полученный материал и приобретает дополнительную информацию, которая постепенно накапливается, формируя более высокий уровень знаний. В то же время нестандартная форма задания стимулирует нестандартный подход к выполнению данного задания, следовательно, активизируется не только познавательная деятельность, но и творческое начало будущих специалистов.

Целесообразно кроссворд использовать как форму рубежного или промежуточного контроля. Преимущества использования кроссвордов как формы контроля:

- повторение изученного материала с выходом на более глубокий уровень проработки;
- освоение студентами базовых понятий дисциплины;

- расширение активного словарного запаса;
- творческая и исследовательская работа;
- приобретение практических навыков правильного и точного формулирования вопросов и заданий;
- творческое отношение к заданию, способствующее развитию креативного мышления студентов, выработке ими нестандартного решения.

#### Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов (СРС)

Раздел дисциплины (модуля)		Тематическое содержание раздела дисциплины	Виды организации СРС*
	Наименование		
Тема 1	Электронная коммерция как составная часть электронного бизнеса	<p>1. Предмет, цель, задачи, содержание и структура курса «Электронная коммерция». Взаимосвязь курса с другими экономическими дисциплинами. Требования и методические рекомендации по изучению курса и его библиографическое обеспечение.</p> <p>2. Сущность и объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса. Соотношение понятий электронный бизнес, электронная коммерция, электронная торговля, электронное посредничество.</p> <p>3. Отличительные особенности и тенденции развития электронного бизнеса. Типология предпринимательских процессов на электронном рынке.</p> <p>4. Сущность и характерные черты электронной коммерции, ее отличия от коммерции традиционной экономики.</p> <p>5. Основные типы электронной коммерции: Интернет-коммерция, мобильная коммерция, телевизионная коммерция. Общие и отличительные черты электронной коммерции и Интернет-коммерции.</p>	Конспектирование, составление тестов
Тема 2	Организационно-технологические основы электронной коммерции в сети Интернет	<p>1. Виды и краткая характеристика компьютерных сетей, их общие черты и отличия. Технологии обмена информацией в компьютерных сетях (клиент-серверные системы).</p> <p>2. Характеристики сети Интернет как информационно-технологической среды электронной коммерции. Технологии, протоколы и сервисы сети Интернет. Особенности создания и функционирования Интранет и Экстранет сетей. Информационная безопасность электронной коммерции в сети Интернет.</p>	Конспектирование, реферат

		<p>3. Управление потоковыми процессами и регулирование коммерческой деятельности в сети Интернет.</p> <p>4. Правовое обеспечение электронной коммерции в сети Интернет.</p>	
Тема 3	Характеристики объектов и субъектов электронной коммерции	<p>1. Видовая дифференциация объектов электронной коммерции по натурально-вещественному содержанию. Особенности оборота на электронном рынке товарно-материальных и товарно-нематериальных ценностей.</p> <p>2. Субъектный состав электронной коммерции. Типология коммерческих посредников, функционирующих на электронном рынке. Краткая характеристика оказываемых коммерческими посредниками услуг.</p>	Конспектирование, реферат
Тема 4	Организация межфирменного взаимодействия в процессах электронной коммерции: технологии business-to-business	<p>1. Виды и характеристики информационно-коммерческих систем, создаваемых в сети Интернет для организации межфирменного взаимодействия: корпоративные сайты (Web-представительства), специализированные порталы и электронные торговые площадки. Преимущества использования технологий business-to-business для предприятий-потребителей, коммерческих посредников, предприятий-производителей и оптовых торговцев.</p> <p>2. Механизм функционирования электронных торговых площадок и особенности их логистического обеспечения. Стратегии развития электронных торговых площадок. Особенности и перспективы развития электронных торговых площадок в РФ. Организация размещения государственных и муниципальных заказов на электронных торговых площадках.</p> <p>3. Виды и функциональные характеристики технологий business-to-business, используемых для реализации товарно-нематериальных ценностей и оказания услуг корпоративным клиентам: изготовление и размещение «сетевой» рекламы и осуществление Интернет-маркетинга; Интернет-трейдинг ценными бумагами; разработка и сдача в аренду программного обеспечения на принципах ASP; создание «виртуальных» офисов и «call-центров»; организация</p>	Конспектирование, составление тестов

		«виртуальных» выставок; IP-телефония; банковские операции.	
Тема 5	Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг: технологии business-to-consumer	<p>1. Виды и краткая характеристика технологий business-to-consumer, используемых для реализации товарно-материальных ценностей и оказания услуг на потребительском рынке.</p> <p>2. Организация розничной торговли товарно-материальными ценностями в сети Интернет. Существующие схемы Интернет-торговли.</p> <p>3. Управление цепями поставок в электронной коммерции, организация логистической системы Интернет-магазинов.</p> <p>4. Организация аукционной торговли в сети Интернет. Виды Интернет-аукционов. Характеристика существующих систем доставки товаров потребителям.</p> <p>5. Особенности электронной торговли информационным продуктом и оказания информационных услуг.</p>	Конспектирование
Тема 6	Особенности мобильной и телевизионной коммерции	<p>1. Сущность и отличительные черты мобильной коммерции. Характеристика основных бизнес-процессов мобильной коммерции: торговля материальными товарами и услугами; торговля мобильным контентом; оказание дополнительных услуг операторами сетей мобильной связи. Субъектный состав мобильной коммерции. Функциональные обязанности контент-провайдеров и операторов сетей мобильной связи. Логистика мобильной коммерции.</p> <p>2. Сущность, особенности и перспективы развития телевизионной коммерции.</p>	Конспектирование, реферат
Тема 7	Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России	<p>1. Особенности развития электронной коммерции в России: приоритетные направления развития, масштабы и география распространения. Механизм государственного регулирования электронной коммерции в России.</p> <p>2. Основные причины, сдерживающие развитие электронной коммерции в РФ, и предложения по их устранению. Перспективы и направления развития электронной коммерции в России.</p> <p>3. Особенности применения технологий business-to-business в отраслях отечественной промышленности: металлургическом комплексе, химической промышленности, топливно-</p>	Конспектирование, составление тестов

		энергетическом комплексе и др.	
--	--	--------------------------------	--

#### IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (или модулю)

Сформирован на основе карты компетенций.

#### 1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ОПК-7

Этап формирования компетенции, в котором участвует дисциплина	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<b>ОПК-7 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</b>		
Промежуточный владеть	владением навыками планирования и организации деятельности органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных предприятий и учреждений, политических партий, общественно-политических, коммерческих и некоммерческих организаций выполнить задания части 1 Комплексного задания 1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов.</li> <li>• Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла.</li> <li>• Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла.</li> <li>• Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.</li> </ul>
Промежуточный уметь	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности выполнить задания части 2 Комплексного задания 1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов.</li> <li>• Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла.</li> <li>• Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла.</li> <li>• Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки –</li> </ul>



		0 баллов.
Промежуточный знать	Способность находить организационно-управленческие решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений выполнить задания части 3 <i>Комплексного задания 1.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов.</li> <li>• Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 4 балла.</li> <li>• Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла.</li> <li>• Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.</li> <li>•</li> </ul>
<b>ПК-15 – умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании</b>		
Промежуточный владеть	В целях оценки степени владения методами анализа рынка и выявления рыночных рисков, выполнить задания части 4 <i>Комплексного задания 1.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответ полностью соответствует условиям задания и обосновано – 5 баллов.</li> <li>• Ответ в целом соответствует условиям задания, но отдельные аспекты не обоснованы – 4 балла.</li> <li>• Ответ частично соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются несущественные ошибки – 3 балла.</li> <li>• Ответ не соответствует условиям задания, отдельные аспекты не обоснованы или имеются существенные ошибки – 0 баллов.</li> </ul>
Промежуточный уметь	Создать презентацию: 1. Электронные аукционы 2. Отраслевые электронные площадки 3. Электронные биржи 4. Платежные системы Интернета. Электронные деньги 5. Пластиковые карты, кредитные карты. 6. Смарт-карты 7. Дебетовые системы платежей 8. Сотовая телефония и электронная коммерция 9. Динамика развития Интернета в	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Лаконичность информации на слайдах. Приоритет визуальных средств (фото, графики, схемы, диаграммы). Кегль не менее 24. Фон, не мешающий восприятию текста. Использование не более 3-х дизайнерских средств – 5 баллов.</li> <li>• Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, не мешающий восприятию текста. Использование не более 3-х дизайнерских средств – 4</li> </ul>

	<p>России</p> <p>10. Маркетинговые исследования с целью идентификации рыночных рисков;</p> <p>11. Причины появления рыночных рисков</p>	<p>балла.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, мешающий восприятию текста. Использование более 3-х дизайнерских средств – 3 балла.</li> <li>• Недостаток визуальных средств. Кегль менее 24. Фон, мешающий восприятию текста. Использование более 3-х дизайнерских средств. Ошибки в тексте и в содержании – 0 баллов.</li> </ul>
<p>Промежуточный знать</p>	<p>Дать развернутый ответ на вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития</li> <li>2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции</li> <li>3. Динамика мирового и российского рынка электронной коммерции</li> <li>4. Сравнение традиционной и электронной формы торговли.</li> <li>5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику</li> <li>6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в мире</li> <li>7. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России</li> <li>8. Развитие телекоммуникационных систем в России (телефония, Интернет)</li> <li>9. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье)</li> <li>10. Штриховое кодирование (методы, принципы, оборудование)</li> <li>11. Классификация систем электронной коммерции</li> <li>12. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции</li> <li>13. Системы В2В. Сущность модели, структура ПО.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 5 баллов.</li> <li>• Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 4 балла.</li> <li>• Терминологический аппарат непосредственно слабо связан с раскрываемой темой – 3 балла.</li> <li>• Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов.</li> </ul>

**Комплексное задание 1**

## **Часть 1**

### 1.1 Этапы работ по продвижению

Расположите следующие этапы работ по продвижению сайта в логическом порядке:

- 1 определение целей;
- 2 оптимизация сайта;
- 3 отчетность;
- 4 оценка стоимости запросов и прогноз трафика;
- 5 первоначальный аудит;
- 6 повышение конверсии сайта;
- 7 подбор релевантных страниц;
- 8 подбор семантического ядра;
- 9 работа со ссылочной массой.

## **Часть 2**

1. Распишите подробно все этапы продвижения сайта:
2. Определение целей продвижения. (*Чего мы хотим достичь: первых мест в поисковой выдаче по нескольким запросам или значительного увеличения трафика? Зачем?*)
3. Первоначальный аудит. (*Определяем ограничения продвижения. Сравниваем свой сайт с конкурентами по ТОПу*).
4. Подбор (уточнение) семантического ядра. (*Выбираем и анализируем различные виды ключевых запросов, по которым будем продвигать наш сайт*).
5. Оценка стоимости запросов и прогноз трафика. (*Стоимость запросов оцениваем, исходя из их конкурентоспособности. Трафик - исходя из тематики, ограничений и возможностей сайта*).
6. Подбор релевантных страниц. (*Определяем наиболее релевантные страницы для выбранного семантического ядра*).
7. Оптимизация сайта. (*Доработка ресурса по снятию всех ограничений и подстройка под выбранное семантическое ядро*).
8. Работа со ссылочной массой. (*Работа, направленная на увеличение веса продвигаемых страниц*).
9. Повышение конверсии сайта. (*Анализ поведенческих факторов и улучшение юзабилити*).
10. Отчетность. (*Фиксируем результаты работы, проводим дополнительные аудиты и др.*).

## **Часть 3**

### **Кейс-стади «Сравнительный анализ оптимизированных сайтов»**

В чем разница между оптимизированными и неоптимизированными сайтами? Ответ на этот вопрос можно получить, проведя сравнительный анализ. Выберите из выдачи любой поисковой системы максимально и минимально оптимизированные сайты одной тематики (или предлагающие схожие услуги) (первый сайт для анализа может соответствовать ТОП-3 выдачи (кроме объявлений Яндекс.Direct), второй - занимать 80-100-е место в выдаче).

Например, для анализа могут подойти сайты (<http://dostavka-alendvic.ru/>, №1 в выдаче Яндекса, <http://prodovoz.ru/>, №89 в выдаче Яндекса).

#### **Часть 4**

*Деловая игра «Формирование правильного представления о целевой аудитории как основа для успешной лидогенерации»*

Для участия в игре вам необходимо разделиться на команды (3-4 человека в каждой). Каждая команда составляет поле для игры «Лидогенерация»: необходимо составить алгоритм, по которому игрок дойдет до получения необходимого ему результата, - получит запрашиваемую информацию. Например, для получения информации о конкретной модели автомобиля необходимо заполнить развернутую анкету, включающую персональные данные. Цель игры: создать максимально эффективные и при этом ненавязчивые лиды для потенциальных потребителей.

От каждой команды выберите ответственного «лидогенератора», который занимает место в зале и ждет посетителей «на сайте». Остальные игроки «перемещаются по сайтам» и выполняют задания «лидогенераторов»: «регистрируются на сайтах», заполняют анкеты, участвуют в маркетинговых исследованиях и т.д. По завершении игры каждая команда подводит итог: объем собранных данных о потенциальных потребителях для анализа. Игроки делятся также впечатлениями о заданиях лидогенераторов: на каком сайте они бы выполнили все требования, на каком отказались бы от получения информации.

### **V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (или модуля)**

#### **а) основная литература:**

1. Быстренина, И. Е. Электронная коммерция : учебное пособие / И. Е. Быстренина. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-394-03372-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119257> (дата обращения: 27.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Калужский, М.Л. Маркетинговая среда электронной коммерции: формирование и институциональное регулирование / М.Л. Калужский ; Омский государственный технический университет. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. — 260 с. : схем., табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473028> (дата обращения: 07.12.2020). — Библиогр.: с. 212-240. — ISBN 978-5-4475-9442-8. — DOI 10.23681/473028. — Текст : электронный.

3. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учебное пособие / О. А. Кобелев ; под ред. проф. С. В. Пирогова. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 682 с. - ISBN 978-5-394-03474-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093667> (дата обращения: 27.11.2020). — Режим доступа: по подписке.

4. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2020.

— 479 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055872> (дата обращения: 27.11.2020). – Режим доступа: по подписке.

5. Электронная коммерция : учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. - 192 с.: ил. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0507-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044009> (дата обращения: 27.11.2020). – Режим доступа: по подписке.

## **VI. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (или модуля)**

1. Перечень доступных для ТвГУ информационных ресурсов:

- Доступ к Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU;
- Доступ к информационно-правовой системе ФСО России "Эталонный банк данных правовой информации "Законодательство России";
- Доступ к справочно - правовой системе "КонсультантПлюс";
- Коллекция электронных книг Оксфордско-Российского фонда;
- Доступ к Электронной библиотеке диссертаций РГБ;
- Доступ к базе данных ПОЛПРЕД;
- Доступ к ресурсам АРБИКОН (сводные каталоги российских библиотек и информационных центров);
- Доступ к базам данных Всемирного Банка (The World Bank): World Development Indicators (WDI), Global Development Finance (GDF), Africa Development Indicators (ADI), Global Economic Monitor (GEM).

2. Имеется доступ к системам:

- Вопросы государственного и муниципального управления <http://ecsocman.hse.ru/>
- «Архив научных журналов» (создана Некоммерческим партнерством «Национальный электронно-информационный консорциум» (НП НЭИКОН)) (<http://archive.neicon.ru/xmlui/>)

3. ТвГУ имеет подписку на коллекцию из 331 российских журналов в полнотекстовом электронном виде, в том числе:

- Вопросы статистики
- Вопросы экономики
- Государство и право
- Деньги и кредит
- Известия Российской академии наук
- Теория и системы управления
- Маркетинг и маркетинговые исследования
- Мировая экономика и международные отношения
- Финансы и кредит.

4. В ТвГУ поступают журналы в бумажном виде:

- Вестник банка России 2011-2017
- Статистический бюллетень банка России 2010-2016

- Эффективное антикризисное управление 2010-2016

## **VII. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (или модуля)**

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом должна соответствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

*1. Работа с источниками, указанными в разделе основной и дополнительной литературы.* В ходе изучения дисциплины обучающимся необходимо использовать: материалы, представленные преподавателем в ходе аудиторных занятий; законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность экономических агентов в исследуемой сфере; источники, указанные в разделе основной и дополнительной литературы и др.

*2. Самостоятельное изучение тем дисциплины.* В ходе самостоятельного изучения материала обучающиеся могут оформлять конспекты по изучаемой теме, которые повышают качество освоения материала, а также подготовиться к проведению промежуточной аттестации. Для наглядности и удобства запоминания материала рекомендуется активно использовать при конспектировании рисунки, схемы и таблицы.

*3. Подготовка к занятиям.* В ходе подготовки к занятиям обучающиеся должны следовать методическим рекомендациям преподавателя, учитывая что часть вопросов выносятся на обсуждение на занятиях. Одной из основных форм текущего контроля подготовки обучающихся к занятиям является устный ответ, доклад, презентация, контрольное тестирование, выполнение ситуационных заданий и др.

*4. Подготовка к промежуточной аттестации.* При подготовке к промежуточной аттестации обучающиеся должны опираться на учебный материал, полученный в ходе занятий, а также на процесс самостоятельного изучения дисциплины. В ходе промежуточной аттестации оценивается степень сформированности компетенций, указанных в рабочей программе по дисциплине. При этом учитываются результаты самостоятельной работы и результаты текущего контроля.

*Требования к рейтинг-контролю обучения в ТвГУ*

Оценка знаний по 100-балльной шкале в соответствии с рейтинговой системой ТвГУ согласно «Положения о рейтинговой системе обучения студентов ТвГУ», утвержденного ученым советом ТвГУ 31.05.2017 г.

***Примерная тематика рефератов по дисциплине***

5. Инструменты маркетинговых коммуникаций.
6. Реклама в Интернет.
7. Розничная торговля в электронной коммерции.
8. Оптовая торговля в электронной коммерции.
9. Информационные сети электронного бизнеса.

10. Роль информационных технологий для развития страны.
11. Электронные торговые площадки..
12. Международные стандарты в области Э.К.
13. Правовое регулирование в электронном бизнесе.
14. Правовые нормы ведения Э.Б. в России.
15. Внешние угрозы информационной безопасности.
16. Электронная цифровая подпись.
17. Цели электронного маркетинга.
18. Электронные документы в электронной коммерции.
19. Основные электронные торговые площадки.
20. Коды товарной номенклатуры.
21. Международная товарная номенклатура.
22. Переход в конце XX века от индустриальной к информационной экономике..  
Электронная коммерция в Федеральной программе «Электронная Россия».  
Развитие электронной торговли в России.
23. Инструменты маркетинговых коммуникаций.
24. Реклама в Интернет.
25. Розничная торговля в электронной коммерции.
26. Оптовая торговля в электронной коммерции.
27. Информационные сети электронного бизнеса.
28. Роль информационных технологий для развития страны.
29. Электронные торговые площадки..
30. Международные стандарты в области Э.К.
31. Правовое регулирование в электронном бизнесе.
32. Правовые нормы ведения Э.Б. в России.
33. Внешние угрозы информационной безопасности.
34. Электронная цифровая подпись.
35. Цели электронного маркетинга.
36. Электронные документы в электронной коммерции.
37. Основные электронные торговые площадки.
38. Коды товарной номенклатуры.
39. Международная товарная номенклатура.
40. Переход в конце XX века от индустриальной к информационной экономике..  
Электронная коммерция в Федеральной программе «Электронная Россия».  
Развитие электронной торговли в России.
41. Информационные технологии и их роль в становлении электронной
42. Информационные сети электронного бизнеса.
43. Модели ведения электронной коммерции.
44. Отечественные классификаторы электронного обмена данными в  
электронной Система электронного обмена данными.
45. Международные стандарты в области электронной коммерции.
46. Электронные платежи.
47. Правовые основы электронного бизнеса.
48. Информационное обеспечение управления предприятием.
49. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей

### *Шкала оценки рефератов:*

Оригинальность текста составляет свыше 50%.

- Привлечены наиболее известные работы по теме исследования – 5 баллов.
- Отражение ключевых аспектов темы, но отдельные вопросы не раскрыты – 4 балла.
- Реферат опирается на учебную литературу и/ или устаревшие издания – 3 балла.
- Фрагментарное отражение ключевых аспектов темы. Частичное соответствие содержания теме и плану реферата – 0 баллов.

*Примеры тестов в рамках текущего контроля.*

#### **Вариант 1.**

*1. Единый формат передаваемой информации и запросов на операции.*

- A. Браузер
- B. Интерфейс
- C. Протокол

*2. Протоколы, которые описывают технические детали представления и передачи информации в разных операционных системах.*

- A. Высокоуровневые протоколы
- B. Низкоуровневые протоколы

*3. Протоколы, описывающие технические детали представления и передачи информации.*

- A. Высокоуровневые протоколы
- B. Низкоуровневые протоколы

*4. Уникальное имя, под которым компьютер (сетевое соединение или узел) известен всем остальным компьютерам в Internet(состоит из четырех номеров, разделенных точками) в версии IP.v.4.*

- A. Доменное имя
- B. IP-адрес
- C. Браузер
- D. Протокол
- E. Топология

*5. Протокол, который регламентирует связь между пакетиками, на которые разбивается информация, передаваемая между компьютерами в Internet.*

- A. IP
- B. TCP
- C. FTP
- D. HTTP

*6. Протокол, который определяет, что любая информация, передаваемая в Internet, представляет собой пакет длиной 1500 байт, сопровождаемый стандартной служебной записью с IP-адресами машины-получателя и машины-отправителя.*

- A. IP
- B. TCP
- C. FTP



D. HTTP

7. Уникальное алфавитно-цифровое обозначение, которое состоит из нескольких слов (сочетаний символов), разделенных точками, которое позволяет идентифицировать web- сайт или адрес электронной почты в сети Internet.

A. Доменное имя

B. IP-адрес

C. Браузер

D. Протокол

E. Топология

8. Совокупность сайтов на русском языке и их аудитории.

A. Рунет

B. Российский Internet

9. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)

A. Полное доменное имя

B. Относительное имя

C. Краткое имя

10. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [yandex](http://www.yandex.ru).

A. Полное доменное имя

B. Относительное имя

C. Краткое имя

11. В адресе поисковой системы <http://www.yandex.ru> его часть [www.yandex](http://www.yandex.ru).

A. Полное доменное имя

B. Относительное имя

C. Краткое имя

12. В доменном имени [relax.marine.ru](http://relax.marine.ru) его часть [ru](http://relax.marine.ru).

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

13. В доменном имени [relax.marine.ru](http://relax.marine.ru) его часть [marine](http://relax.marine.ru).

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

14. В доменном имени [relax.marine.ru](http://relax.marine.ru) его часть [relax](http://relax.marine.ru).

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

15. В доменном имени [relax.pp.ru](http://relax.pp.ru) его часть [pp](http://relax.pp.ru).

A. Домен первого уровня

B. Домен второго уровня типа GENERIC

C. Домен второго уровня типа GEOGRAPHICAL

D. Домен третьего уровня

16. Президент.рф

A. Доменное имя IDN(англ. InternationalizedDomainNames— интернационализованные доменные имена)

- В. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня gTLD
- С. Доменное имя, зарегистрированное в зоне домена верхнего уровня ccTLD
17. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня gTLD
- А. Администраторы национальных доменов
- В. ICANN
18. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня ccTLD
- А. Администраторы национальных доменов
- В. ICANN
19. Какие организации управляют и контролируют (устанавливают правила регистрации) доменные имена, начинающиеся с доменов верхнего уровня IDN
- А. Администраторы национальных доменов
- В. ICANN

## **Вариант 2**

1. Деловая сделка, осуществляемая с помощью Internetu обязательно сопровождается передачей прав пользования на товар или услугу, т.е. процесс купли-продажи сопровождается электронным документооборотом и работой электронных платежных систем.
- А. Электронный бизнес.
- В. Электронная коммерция.
- С. Internet-маркетинг
2. Маркетинговая деятельность компании, осуществляемая с помощью информационных сетей (глобальной сети Internet).
- А. Электронный бизнес
- В. Электронная коммерция
- С. Internet-маркетинг
3. Преобразование основных бизнес-процессов компании (внутренних и внешних) при помощи Интернет технологий.
- А. Электронный бизнес
- В. Электронная коммерция
- С. Internet-маркетинг
4. Платежные сервисы в Internet, которые объединяют в себе возможности сразу нескольких систем, но не эмитируют при этом собственную цифровую наличность, а также предоставляют сопутствующие услуги.
- А. Платежные системы
- В. Платежные шлюзы
5. Тип сайтов, на которых присутствуют только почтовые и банковские реквизиты компании, описание ее направлений деятельности и потребительских свойств товаров (с указанием их стоимости), но отсутствует возможность оплаты заказа через Internet.
- А. Виртуальная витрина
- В. Агентство коммерческой информации
- С. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- Д. Internet-аукцион
- Е. Виртуальный магазин
- О. Электронное правительство

6. Тип сайтов с базами данных, содержащими объявления о покупке и продаже товаров физических и юридических лиц (возможность заказать товар и оплатить заказ через Internet существует).

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- O. Электронное правительство

7. Тип сайтов с базами данных, содержащими информацию о компаниях и их ассортименте, специализирующихся на определенной категории товаров (возможность заказать товар и оплатить заказ через Internet существует).

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- O. Электронное правительство

8. Новый способ взаимодействия на основе активного использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в целях повышения эффективности предоставления государственных услуг.

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- O. Электронное правительство

9. Тип сайтов, представляющий собой торговую площадку, где каждый участник может выставить на продажу свой товар в качестве лота, посмотреть выставленные лоты, поторговаться и пообщаться с продавцами и покупателями.

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- O. Электронное правительство

10. Тип сайтов, на которых возможно не только получить полную информацию о фирме, перечне ее товаров и услуг, но заказать и оплатить товар через Internet.

- A. Виртуальная витрина
- B. Агентство коммерческой информации
- C. Internet-барахолка (электронные доски объявлений)
- D. Internet-аукцион
- E. Виртуальный магазин
- F. O. Электронное правительство

### **Вариант 3**

1. Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами, которые выступают в роли продавцов и покупателей.

- A. B2B

B. B2C

C. B2A

D. C2C

2. *Internet-система, ориентированная на обслуживание расчетов между юридическими лицами (продавцами) и физическими лицами (покупателями).*

A. B2B

B. B2C

C. B2A

D. C2C

3. *Аудитория Рунет - это количество пользователей, которые подключаются к Internetc компьютера, находящегося в персональном использовании.*

A. Не реже раза в день

B. Не реже раза в неделю

C. Не реже раза в месяц

4. *Для розничной торговли в 1981 г. была предложена следующая модель комплекса маркетинга*

A. 4P

B. 7P

C. 4S

D.  $4Ps+(2P+2C+2S)$

E.  $2P+2C+3S$

F. 6C

5. *Участник платежной системы, который обеспечивает общее руководство платежной системой в плане текущей деятельности и в плане развития системы.*

A. Центр

B. Эмитент

C. Эквайрер

D. Процессинговый центр

E. Торговые точки

F. Клиенты

6. *Кто из участников платежной системы возмещает денежные средства эквайреру?*

A. Центр

B. Эмитент

C. Эквайрер

D. Процессинговый центр

E. Торговые точки

F. Клиенты

7. *У кого из участников традиционной платежной системы размещены картсчета клиентов?*

A. Центр

B. Эмитент

C. Эквайрер

D. Процессинговый центр

E. Торговые точки

F. Клиенты

8. Кто из участников традиционной платежной системы возмещает денежные средства торговым точкам за товары и услуги, оплаченные картами данной системы?
- A. Центр
  - B. Эмитент
  - C. Эквайер
  - D. Процессинговый центр
  - E. Торговые точки
  - F. Клиенты
9. Кто из участников традиционной платежной системы наносит информацию на карты данной системы (эмбоссирует символы и записывает информацию на магнитную полосу или чип) ?
- A. Центр
  - B. Эмитент
  - C. Эквайер
  - D. Процессинговый центр
  - E. Торговые точки
  - F. Клиенты
10. Кто из участников традиционной платежной системы является владельцем картсчетов и выступает в качестве покупателей?
- A. Центр
  - B. Эмитент
  - C. Эквайер
  - D. Процессинговый центр
  - E. Торговые точки
  - F. Клиенты
11. Кто из участников традиционной платежной системы принимает карты данной системы для оплаты товаров и услуг?
- A. Центр
  - B. Эмитент
  - C. Эквайер
  - D. Процессинговый центр
  - E. Торговые точки
  - F. Клиенты
12. Кто из участников традиционной платежной системы заключает договора с торговыми точками на прием карт данной системы для оплаты товаров и услуг, но не ведет картсчета клиентов?
- A. Центр
  - B. Эмитент
  - C. Эквайер
  - D. Процессинговый центр
  - E. Торговые точки
  - F. Клиенты
13. Кто из участников традиционной платежной системы объединяет всех участников на региональном уровне в единую информационную сеть и отвечает за авторизацию в режиме включенной линии?
- A. Центр

- В. Эмитент
- С. Эквайрер
- Д. Процессинговый центр
- Е. Торговые точки
- Ф. Клиенты

14. *Укажите название процесса выдавливания символов на платежной карте.*

- А. Авторизация.
- В. Персонализация
- С. Транзакция
- Д. Эмbossирование

15. *Укажите название квитанции или чека, подтверждающего приобретение товара или услуги, оплаченного пластиковой картой.*

- А. ПИН.
- В. Слип.
- С. Транзакция.

16. *Процедура, позволяющая определить наличие средств на счете клиента (проверка платежеспособности карты).*

- А. Авторизация.
- В. Персонализация
- С. Транзакция.

17. *Платежная операция, связанная с дебитованием/кредитованием карточного счета клиента*

- А. Авторизация.
- В. Персонализация
- С. Транзакция.

#### **Вариант 4**

1. *Код, который дается держателю карточки эмитентом и используется как средство идентификации держателя карточки при ее использовании.*

- А. Слип
- В. ПИН
- С. Чип
- Д. Овердрафт

2. *Платежная операция, или операция по выдаче наличных денег, совершаемая владельцем карточки в платежной системе.*

- А. Транзакция
- В. Авторизация
- С. Персонализация
- Д. Эмbossирование

3. *Процесс нанесения на карту персональных данных о держателе карты и эмитенте (помимо логотипа) .*

- А. Эмbossирование
- В. Авторизация
- С. Персонализация
- Д. Транзакция

4. *Краткосрочный кредит, предоставляемый по дебитно-кредитной карте при полном израсходовании средств на счете клиента.*

- А. Слип

- В. ПИН
  - С. Чип
  - Д. Овердрафт
5. *Карты, предназначенные для осуществления расчетов и снятия наличных денежных средств.*
- А. Платежные карты
  - В. Идентификационные карты
  - С. Лоялти карты
  - Д. Дисконтные карты
  - Е. Комбинированные карты
6. *Карты, являющиеся пропуском и разрешающие (или ограничивающие) проход в определенные зоны предприятия.*
- А. Платежные карты
  - В. Идентификационные карты
  - С. Лоялти карты
  - Д. Дисконтные карты
  - Е. Комбинированные карты
7. *Карты, выпускаемые коммерческими организациями только для расчетов в торговой и сервисной сети данной компании.*
- А. Платежные карты
  - В. Идентификационные карты
  - С. Лоялти карты
  - Д. Дисконтные карты
  - Е. Комбинированные карты.
8. *Карты, которые не принимаются к оплате в торговой сети, а лишь удостоверяют право держателя на получение скидок.*
- А. Платежные карты
  - В. Идентификационные карты
  - С. Лоялти карты
  - Д. Дисконтные карты
  - Е. Комбинированные карты
9. *Карты, совмещающие в себе несколько функций.*
- А. Платежные карты
  - В. Идентификационные карты
  - С. Лоялти карты
  - Д. Дисконтные карты
  - Е. Комбинированные карты
10. *Карты, предполагающие соответствие средств на счете в банке и средств, доступных по карте.*
- А. Дебетные карты
  - В. Кредитные карты
  - С. Дебетно-кредитные карты
11. *Карты, предоставляющие доступ к определенной сумме лимита предоставляемых по карте кредитных средств.*
- А. Дебетные карты
  - В. Кредитные карты
  - С. Дебетно-кредитные карты

12. *Карты, допускающие возможность перерасхода средств со счета (предоставление овердрафта).*

- A. Дебетные карты
- B. Кредитные карты
- C. Дебетно-кредитные карты

13. *Карты, обслуживающие только физические лица.*

- A. Личные карты
- B. Корпоративные карты

14. *Карты, обслуживающие только юридические лица.*

- A. Личные карты
- B. Корпоративные карты

15. *Работа платежной системы, поддерживающей операции с картами данного вида, строится только в режиме on-line.*

- A. Карты с магнитной полосой
- B. Микропроцессорные карты

16. *Карты являются не только средством идентификации владельца, но перезаписываемость информации позволяет хранить баланс на самой карте.*

- A. Карты с магнитной полосой
- B. Микропроцессорные карты

#### **Вариант 5**

1. *Метод в криптографии, основанный на применении пары ключей (открытый ключ для шифровки, закрытый - для расшифровки).*

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

2. *Метод в криптографии, в котором для шифровки и расшифровки сообщений используется один и тот же ключ*

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

3. *Реквизит электронного документа (файл), который идентифицирует лицо, поставившее этот реквизит, и подтверждает неизменность документа после этого.*

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись
- D. Цифровой сертификат

4. *Цифровой документ, который связывает открытый ключ с конкретным пользователем (или приложением) и, одновременно, включает в себя открытый ключ электронной цифровой подписи.*

- A. Шифрование с закрытым ключом
- B. Шифрование с открытым ключом
- C. Цифровая подпись.
- D. Цифровой сертификат



5. При помощи какого из двух ключей восстанавливается из цифровой подписи (ЭЦП) исходный файл для сравнения с присланным файлом, чтобы подтвердить его неизменность?

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

6. Владелец использует этот ключ для создания своей подписи (ЭЦП) под каждым электронным документом.

- A. Открытый ключ
- B. Закрытый ключ

7. Конфиденциальность предполагает защиту информации от несанкционированного доступа при ее хранении и при передаче, конфиденциальность обеспечивается

- A. Шифрование данных
- B. Электронная цифровая подпись
- C. Цифровой сертификат

8. Аутентификация предполагает необходимость однозначной идентификации отправителя послания и обеспечивается следующими технологиями

- A. Шифрование данных
- B. Электронная цифровая подпись
- C. Цифровой сертификат

1. Целостность предполагает, что информация должна быть защищена от несанкционированной модификации при ее хранении и при передаче.

- A. Шифрование данных
- B. Электронная цифровая подпись
- C. Цифровой сертификат

### **Вариант 6**

1. Стоимость за тысячу показов интернет-рекламы (модель оплаты рекламы)...

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM
- D. CPA
- E. CPS

2. Стоимость за покупку (модель оплаты рекламы).

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM
- D. CPA
- E. CPS

3. Выраженное в процентах отношение числа кликов по рекламному блоку к числу его показов

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM
- D. CPA
- E. CPS

4. Стоимость за клик (модель оплаты рекламы).

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM
- D. CPA
- E. CPS

5. Стоимость за действие (модель оплаты рекламы)

- A. CTR
- B. CPC
- C. CPM
- D. CPA
- E. CPS

6. Количество посетителей, совершивших запланированное действие, из количества посетителей, увидевших контекстную рекламу.

- A. ROI
- B. PI
- C. Уровень конверсии
- D. Показатель конверсии
- E. CTR

7. *Отношение числа посетителей, совершивших запланированное действие, к числу пользователей, увидевших Интернет-рекламу, может указываться в долях и %.*

- A. ROI
- B. PI
- C. Уровень конверсии
- D. Показатель конверсии
- E. CTR

8. *Положение рекламного объявления в большинстве систем контекстной рекламы*

- A. ROI
- B. PI
- C. Уровень конверсии
- D. Показатель конверсии
- E. CTR

9. *Коэффициент окупаемости инвестиций*

- A. ROI
- B. PI
- C. Уровень конверсии
- D. Показатель конверсии
- E. CTR

10. *Механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу только ей.*

- A. Контент
- B. Таргетинг
- C. Целевая страница
- D. Cookie

11. Небольшая порция текстовой информации, которую сервер передает браузеру, (позволяет отслеживать повторные визиты посетителей на сайт)
- A. Контент
  - B. Таргетинг
  - C. Целевая страница
  - D. Cookie
12. Активная веб-страница, на которую переходит пользователь при клике на вашем объявлении
- A. Контент
  - B. Таргетинг
  - C. Целевая страница
  - D. Cookie
13. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей в социальных сетях необходимо вести комьюнити-менеджмент
- A. Генерация контента
  - B. Участие в дискуссиях
  - C. Пассивные наблюдатели
14. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей в социальных сетях необходимо самостоятельно транслировать информацию и создавать активность
- A. Генерация контента
  - B. Участие в дискуссиях
  - C. Пассивные наблюдатели
15. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей необходимо создать сеть сообществ, оформить их, наполнить начальным контентом, а дальше пользователи сами их оживят.
- A. Генерация контента
  - B. Участие в дискуссиях
  - C. Пассивные наблюдатели
16. Работа на профильных Интернет-ресурсах с большими группами людей, объединенных по каким-либо общим интересам (открытие новых тем обсуждений, создание им начального импульса и направление обсуждения в нужное русло).
- A.Контент-менеджмент B.Комьюнити-менеджмент
17. Оптимизация под социальные медиа, - это работа на личном сайте, с тем контентом, который на этом сайте размещен.
- A. SMM
  - B. SMO
  - C. SEO
18. Комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях, как правило проведения комплекса мероприятий на чужих площадках (форумах, блогах, сайтах, чатах, новостных ресурсах и др.)
- A. SMM
  - B. SMO
  - C. SEO

19. *Поисковая оптимизация или комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта*
- A. SMM
  - B. SMO
  - C. SEO
20. *Отличительная черта какого типа продвижения в социальных медиа является создание возможностей комментирования и обмена мнениями на сайте компании*
- A. SMM
  - B. SMO
  - C. SEO
21. *Полное дублирование контента на всех площадках*
- A. Пост
  - B. Карта распределения контента
  - C. Кросспостинг
22. *Единичное сообщение в социальных медиа в форме от короткого комментария до объемной статьи*
- A. Пост
  - B. Карта распределения контента
  - C. Кросспостинг
23. *Структурированное и лаконичное описание площадок проведения SMM-кампании и соответствующий каждой площадке формат контента, его размер и форма подачи.*
- A. Пост
  - B. Карта распределения контента
  - C. Кросспостинг
24. *Мини-приложения или визуальные блоки (окон, рамок) которые служат для вывода информации и выполнения отдельных задач (украшение страницы, быстрый вывод информации - часы, календарь, настройки игры и т.п.).*
- A. Инвайт
  - B. Виджеты
  - C. Лиды
25. *Приглашение, которое иногда требуется для того, чтобы получить доступ к какому-то закрытому сообществу или сайту.*
- A. Инвайт
  - B. Виджеты
  - C. Лиды

*Шкала оценки выполнения тестов:*

- 75% правильных ответов – 5 баллов.
- 65% правильных ответов – 4 балла.
- 55% правильных ответов – 3 балла.
- Менее 50% правильных ответов – 0 баллов.

### **VIII. Перечень педагогических и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (или модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (по необходимости)**

Современный образовательный процесс предусматривает использование разнообразных образовательных технологий обучения в том числе, информационных и электронных технологий обучения, активных и интерактивных технологий, дистанционных, сетевых форм обучения и т.д.

*Информационные и электронные технологии обучения* – образовательные технологии, использующие специальные технические и электронные информационные средства (ПК, аудио, кино, видео, CD, DVD или flash-карты).

*Образовательная технология* – система, включающая в себя конкретное представление планируемых результатов обучения, формы обучения, порядка взаимодействия студента и преподавателя, методик и средств обучения, системы диагностики текущего состояния учебного процесса и степени обученности студента.

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

#### *Использование информационных технологий и активных методов обучения*

Под инновационными методами в высшем профессиональном образовании подразумеваются методы, основанные на использовании современных достижений науки и информационных технологий в образовании. Они должны быть направлены на повышение качества подготовки специалистов путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного и проективного обучения, исследовательские методы, тренингов формы, предусматривающие актуализацию творческого потенциала и самостоятельности студентов и др.).

*Деятельные технологии* включают в себя анализ производственных ситуаций, решение ситуационных задач, деловые игры, моделирование профессиональной деятельности в учебном процессе, контекстное обучение организации профессионально-ориентированной учебно-исследовательской работ. Ведущая цель таких технологий – подготовка профессионала-специалиста, способного квалифицированно решать профессиональные задачи. Ориентация при разработке технологий направлена на формирование системы профессиональных практических умений, по отношению с которым учебная информация выступает инструментом, обеспечивающим возможность качественно выполнять профессиональную деятельность.

*Создание электронных образовательных ресурсов в рамках самостоятельной работы студентов.* Такой подход позволяет решить следующие проблемы:

– повышение мотивации студентов к изучению специальных дисциплин, так как при создании ресурса студенты сталкиваются с необходимостью приобретения навыков работы с множеством прикладных программ;

- повышение качества изучения прикладных программ;
- расширение спектра самостоятельной учебной работы студентов;
- получение готового продукта;
- познавательное исследование предметной области в целом;
- воспитание полноправного члена информационного общества.

Создание студентами электронного обучающего мультимедийного ресурса значительно индивидуализирует учебный процесс, увеличивают скорость и качество усвоения учебного материала, существенно усиливают практическую направленность, в целом - повышают качество образования.

*Метод инновационного обучения «один-одному».* Данный метод является одним из методов индивидуализированного преподавания, для которого характерно взаимоотношения обучаемого с преподавателями на основе не только непосредственного контакта, но и посредством электронной почты. Данный метод целесообразно применять в рамках организации самостоятельной работы студентов.

*Метод инновационного обучения на основе коммуникаций «многие-многим».* Для данного метода характерно активное взаимодействие между всеми участниками учебного процесса. Интерактивные взаимодействия между самими студентами, между преподавателем и студентами является важным источником получения знаний посредством проведения: ситуационный анализ, «мозговая атака», «круглый стол», дискуссия и др.

*Перечень программного обеспечения:*

Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)
MS Office 365 pro plus (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)
Microsoft Visual Studio Professional 2012 (Акт предоставления прав № Tr035055 от 19.06.2017)
Google Chrome – бесплатно
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.
MS Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017
Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

**IX. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (или модулю)**

Материально-техническая база необходимая и применяемая для осуществления образовательного процесса и программное обеспечение по дисциплине включает (в соответствии с паспортом аудитории):

- специальные помещения (аудитории), укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации в аудитории;
- мультимедийное оборудование (ноутбук, экран и проектор);

– ПК для работы студентов в компьютерном классе с выходом в Интернет.

<p>Помещение для самостоятельной работы, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, практики, компьютерный класс № 105, 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22</p>	<p>Столы, стулья.            1 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            2 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            3 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            4 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            5 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            6 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            7 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            8 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            9 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            10 Доска классная малая</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, практики, компьютерный класс № 106, 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22</p>	<p>Столы, стулья.            1 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            2 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            3 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            4 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            5 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            6 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            7 Компьютер RAMEC STORM C2D 4600/160Gb/DVD-RW +монитор LG 17" TFT L1753S-SF            8 Доска зеленая магнитно-меловая (3-х элем.)</p>

<p>Учебная аудитория согласно паспорта            170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22</p>	<p>Столы, стулья, кафедра, доска, переносной мультимедийный проектор, переносной экран, переносной ноутбук.</p>	<p>MicrosoftWindows 10 Enterprise(Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)            MSOffice 365 proplus(Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)            Microsoft Visual Studio Professional 2012 (Актпредоставленияправ № Tr035055 от 19.06.2017)</p>
<p>Учебная аудитория № 311а, 305            170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22</p>	<p>Столы, стулья, доска, переносной ноутбук.</p>	<p>MicrosoftWindows 10 Enterprise(Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)            MSOffice 365 proplus(Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017)</p>
<p>Кафедра экономики предприятия и менеджмента            311            170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22</p>	<p>Столы, стулья, стационарный компьютер, принтер.</p>	<p>AdobeReaderXI (11.0.13) – Russian (бесплатно)            GoogleChrome (бесплатно)            Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (антивирус)            Microsoft office professional 2016 (Актприема-передачи № 369 от 21 июля 2017)            OpenOffice 4.1.1 (бесплатно)            Qt 5.6.0 (бесплатно)            WinDjView 2.0.2 (бесплатно)            ИКТС 1.21            MicrosoftWindows 10 Enterprise (Акт приема-</p>

		передачи № 369 от 21 июля 2017)
Кабинет тьюторов 110 170021, Тверская область, г. Тверь, ул. 2-я Грибоедова, д. 22	Столы, стулья, стационарный компьютер, принтер.	Adobe Reader XI (11.0.13) – Russian (бесплатно) Google Chrome (бесплатно) Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (антивирус) Microsoft office professional 2016 (Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017) OpenOffice 4.1.1 (бесплатно) Qt 5.6.0 (бесплатно) WinDjView 2.0.2 (бесплатно) ИКТС 1.21 Microsoft Windows 10 Enterprise (Акт приема- передачи № 369 от 21 июля 2017)

### **Х. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины (или модуля)**

№ п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины (или модуля)	Описание внесенных изменений	Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения
1.	4-10 разделы	Корректировка разделов рабочей программы в связи с обновлением исходной информации.	Протокол заседания кафедры экономики предприятия и менеджмента №3 от 29.05.2017 г.
2.	5 раздел	Корректировка раздела рабочей программы в связи с обновлением исходной информации	Протокол заседания кафедры экономики предприятия и менеджмента №1 от 28.08.2021 г.