

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОВЕРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 04.05.2026 12:05:43 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb9815b6c077a486b9a878808522525	Рабочая программа дисциплины "Электронная коммерция" по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 "Менеджмент", направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

Электронная коммерция

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины "Электронная коммерция" является подготовка студентов к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками, подготовка к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем, подготовка к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.ДВ.02.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Теория менеджмента

Статистика

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Управление инвестиционными проектами

Информационная логистика (научный семинар)

Финансовое моделирование бизнес-процессов

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Знать:

Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами

Уметь:

анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач.

Владеть:

способностью использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:

3.1.1 основы организации электронной коммерции необходимые для формирования функциональных стратегий организации

3.2 Уметь:

3.2.1 анализировать влияние электронной коммерции на реализацию функциональных стратегий организации

3.3 Владеть:

3.3.1 навыками организации электронной коммерции с целью обоснования управленческих решений по формированию функциональных стратегий организации



4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 108 в том числе : аудиторные занятия : 50 самостоятельная работа : 57,8 : контактная работа: 50,2 ИКР: 0,2	Виды контроля в семестрах: зачеты 7

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Тема 1. Введение в электронный бизнес			
1.1	Электронный маркетинг и его применение в электронной коммерции /Лек/	7	6	Л1.1 Л1.2
1.2	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	20	
	Раздел 2. Тема 2. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса			
2.1	Решение практических задач «Электронные торги, государственные закупки» /Пр/	7	12	
2.2	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	5,8	
	Раздел 3. Тема 3. Основные формы присутствия компаний в Интернете			
3.1	Требования к платежным системам. Схемы оплаты товаров и услуг в электронном бизнесе. Кредитные карты, электронные чеки, электронные деньги. Существующие стандарты осуществления транзакций в Internet. /Лек/	7	6	
3.2	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	12	
	Раздел 4. Тема 4. Государственные услуги для электронного бизнеса			
4.1	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	16	
4.2	/ИКР/	7	0,2	
	Раздел 5. Тема 5 Мобильный электронный бизнес . Понятие мобильного контента			
5.1	Анализ цепочки добавления потребительской стоимости в условиях электронного бизнеса Интернет-экономике. Анализ конкуренции в Интернет. Оценка готовности перехода компании к электронному бизнесу. Необходимость изменения бизнес-процессов при переходе к электрон-ному бизнесу. Методы реорганизации. /Пр/	7	14	
5.2	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	2	
	Раздел 6. Тема 6 Электронный бизнес в социальных сетях.Основные понятия и виды социальных сетей			



6.1	Применение Интернет, социальных сетей в решении маркетинговых задач бизнеса. Маркетинговые технологии Интернет. Роль и значение Web-сайта в маркетинге. Привлечение посетителей на сайт. Индивидуальный маркетинг в Интернет. Прямой маркетинг в Интернет. Реклама в Интернет. Размещение сайта в сети. Реклама и раскрутка сайта. /Лек/	7	4	
6.2	Понятие электронного фондового рынка, интернет-трейдинга. Технология работы на электронных фондовых рынках. Система электронных биржевых торгов INDX (торговля обязательствами по возврату денег или поставок товара) Интернет- биржа Forexite: заключение сделок, просмотр открытой позиции, прибыли или убытка, добавление депозита и снятие полученной прибыли, использование тренажера для начинающих трейдеров. /Пр/	7	8	
6.3	Изучение литературы по заданной тематике /Ср/	7	2	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Для текущей аттестации
Тестовые задания
вопросы для устного опроса (собеседования)

Для промежуточной аттестации
Теоретические вопросы для устного опроса (собеседования)
Тестовые задания
Практические задания

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Типовые тестовые задания

№1. Роль электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:
а) ее технологии обеспечивают возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными транзакционными издержками;
б) она обеспечивает хозяйствующим субъектам с минимальными транзакционными издержками быстро и без посредников находить коммерческого партнера;
д) она позволяет использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.

№2. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:
а) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающей высокие темпы роста экономики страны;
б) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
с) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.

№3. В основе электронной коммерции лежат:
а) сеть Интернет;
б) новые технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
с) информационные технологии.

№4. Принято выделять следующие группы классификации по виду субъектов ЭК:



- a) администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;
- b) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;
- c) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.

№5. Перечислите стадии проходимые потенциальным покупателем?

- a. Предпочтение
- b. Знание
- c. Убеждение
- d. Покупка

Фонды оценочных средств для устного опроса (фрагмент):

1. Организационная характеристика Интернет.
2. Основные компоненты и протоколы Интернета.
3. Состав и структура пользователей Интернета.
4. Поисковые системы в Интернете.
5. Организация представительства фирмы в Интернете.
6. Содержание функций и этапов менеджмента Интернет-сайта.
7. Маркетинг в Интернете.
8. Организация рекламной деятельности и виды рекламы в сети Интернет.

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Типовые тестовые задания по курсу "Электронная коммерция"

№1. Роль электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:

- a) ее технологии обеспечивают возможность хозяйствующим субъектам быстро и без посредников находить коммерческого партнера с минимальными транзакционными издержками;
- b) она обеспечивает хозяйствующим субъектам с минимальными транзакционными издержками;
- c) быстро и без посредников находить коммерческого партнера;
- d) она позволяет использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.

№2. Место электронной коммерции в современном мире состоит в том, что:

- a) электронная коммерция является одной из ведущих технологий современности, обеспечивающей высокие темпы роста экономики страны;
- b) электронная коммерция является одной из технологий современности, позволяющей использовать в бизнесе достижения научно-технического прогресса в области информационно-коммуникационных технологий;
- c) электронная коммерция является главным направлением развития бизнеса в России.

№3. В основе электронной коммерции лежат:

- a) сеть Интернет;
- b) новые технологии совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными;
- c) информационные технологии.

№4. Принято выделять следующие группы классификации по виду субъектов ЭК:

- a) администрация-администрация, бизнес-администрация, администрация-потребитель;
- b) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, бизнес-администрация;
- c) бизнес-бизнес, бизнес-потребитель, потребитель-администрация.

№5. К какой разновидности классификации по виду субъектов ЭК относятся системы обеспечения госзакупок:

- a) B2B (бизнес-бизнес);
- b) B2C (бизнес-потребитель);
- c) C2C (потребитель-потребитель);
- d) B2G (бизнес-администрация).

№6. Определение электронной коммерции:

- a) принципиально новый способ покупки, продажи и распределения товаров и услуг, регулируемый международно-признанными многосторонними правилами торговли;
- b) предпринимательская деятельность по совершению коммерческих операций, осуществляемая с использованием электронных средств обмена данными;



с) метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений.

№7. Основное преимущество электронной коммерции состоит в:

- а) удобстве и комфортности для пользователей;
- б) скорости совершения сделок;
- с) значительном сокращении транзакционных издержек;
- д) отсутствии необходимости личного общения при совершении сделки.

№8. Стандарты ЭДИФАКТ, это:

- а) правила, рекомендованные Организацией Объединенных Наций для электронного обмена данными в управлении, торговле и на транспорте;
- б) международный стандарт работы с коммерческой информацией в электронном виде;
- с) правила создания, обмена и обработки электронных сообщений при совершении коммерческих операций с помощью технологий электронной коммерции.

№9. Пересмотр Классификатора ИНКОТЕРМС-2000 и его замена на ИНКОТЕРМС-2010 был вызван:

- а) произошедшими изменениями в условиях поставки товаров;
- б) необходимостью предоставления возможности участникам коммерческих сделок использовать электронные сообщения при выполнении своих обязательств, связанных с поставкой товаров;
- с) истечением срока действия классификатора ИНКОТЕРМС-2000.

№10. Основные требования по правилам и процедурам электронной коммерции вырабатывают:

- а) провайдеры и разработчики программного обеспечения;
- б) субъекты электронной коммерции;
- с) международные организации.

№11. Инструментами электронной коммерции являются:

- а) классификаторы;
- б) стандарты, регламентирующие работу с электронными сообщениями;
- с) автоматизированные системы электронной коммерции;
- д) инструменты WEB-маркетинга;
- е) все перечисленные.

№12. Классификатор информации, это:

- а) полный перечень понятий из какой либо предметной области сгруппированных по принятому признаку классификации и присвоенные им коды;
- б) перечень закодированных понятий, используемых для автоматизированной обработки информации в какой либо предметной области;
- с) перечень понятий из какой либо предметной области сгруппированных по принятому признаку классификации.

№13. Для создания автоматизированных систем электронной коммерции предпочтительно использовать классификаторы:

- а) локальные, специально созданные для систем ЭК;
- б) общероссийские;
- с) международные;
- д) все перечисленные.

№14. Чем характеризуются системы ЭК класса B2C?

- а) этот вид ЭК подразумевает различные способы взаимодействия между организациями;
- б) этот вид ЭК предназначен для обслуживания государственного заказа;
- с) этот вид ЭК характеризуется тем, что клиентом является частное лицо, осуществляющее покупку и оплату товаров и услуг через сеть Интернет.

№15. К какой разновидности классификации по отношению данный ресурс www.ozon.ru

- а) рекламная бизнес-модель;
- б) поддержка существующего бизнеса;
- с) организация нового бизнеса.

№16. Выберите протокол передачи данных, на котором базируется сеть Интернет

- а) NetBEUI;
- б) TCP/IP;
- с) IPX/SPX;
- д) POP3;
- е) SMTP.



№17. Для интерпретации цифрового представления адреса IP используется:

- a) восьмиразрядная адресация;
- b) шестнадцатиразрядная адресация;
- c) тридцатидвухразрядная адресация.

№18. Что характеризует данный идентификатор <http://www.yandex.ru>?

- a) доменное имя;
- b) IP – адрес;
- c) универсальный указатель ресурса (URL);
- d) всё вместе взятое.

№19. Доменная зона «.СOM» является:

- a) доменом верхнего уровня;
- b) доменом нижнего уровня;
- c) доменом первого уровня;
- d) доменом верхнего и одновременно первого уровня.

№20. Доменное имя какого уровня является наиболее престижным для коммерческой организации?

- a) первого уровня;
- b) второго уровня;
- c) верхнего уровня.

№21. Доменная зона “.NET” относится к группе:

- a) доменов группы общего назначения (genericTopleveldomain);
- b) доменов группы по коду страны (countrycodeTopleveldomain);
- c) и к той, и другой группе.

№22. В какой коммуникационной модели потребителю отводится исключительно пассивная роль и отсутствует обратная связь?

- a) "Многие-ко-многим";
- b) "Один-к-одному";
- c) "Один-ко-многим".

№23. Что характеризует показатель посещаемости hosts (хосты) в системе сбора данных HotLog?

- a) общее число обращений пользователей к странице Web-сервера;
- b) уникальность адреса в Интернете (IP-адрес) компьютера, с которого были обращения к Web-ресурсу;
- c) общее число обращений компьютеров с уникальным IP-адресом к странице Web-сервера;
- d) обращение недружественного пользователя.

№24. Инструменты WEB-маркетинга, это:

- a) средства, приемы и правила ведения маркетинговых операций в среде Интернет;
- b) приемы и правила традиционного маркетинга в среде Интернет;
- c) технологии Интернета, которые можно использовать для ведения маркетинговых операций.

№25. В состав инструментов WEB-маркетинга могут входить:

- a) сайт;
- b) электронная почта;
- c) форум;
- d) интернет-реклама;
- e) брендинг;
- f) все перечисленное.

№26. Укажите метод сбора данных для формирования целевой аудитории в системах ЭК:

- a) глубинное интервью;
- b) прямая почтовая рассылка;
- c) регистрация данных клиента;
- d) фокус-группа.

№27. Способами борьбы со СПАМом являются:

- a) антиспамерская нормативно-правовая база;
- b) "черные списки" СПАМеров;
- c) применение различных фильтров;
- d) все перечисленное.

№28. Показатель посещаемости сайта «Hits (загрузки)» определяет...

- a) общее количество загрузок страниц;



б) количество загрузок страниц сайта с учётом имени пользователя;
с) количество загрузок страниц сайта с учётом IP-адреса подключенного компьютера;

№29. Система SpyLog – это...

- а) сеть обмена баннерами;
- б) счетчик посетителей сайта;
- с) система сбора и анализа статистики Web-сервера.

№30. Широкое распространение СПАМа объясняется тем, что он:

- а) экономически выгоден для спамера;
- б) удобен для распространения;
- с) привлекателен для получателя;
- д) все перечисленное.

Фонды оценочных средств для экзамена - вопросы для устного опроса (собеседования):

Технология электронных платежей.

Интерактивные финансовые операции.

Интернет-услуги и формы их организации.

Анализ рынка и перспективы развития электронной коммерции в России. Организация электронной коммерции на российских предприятиях.

Интернет-банкинг.

Типовое практическое задание

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы с 14 до 18% при емкости Интернет рынка 52 млн. шт. продукта.

Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1406 руб., а емкость Интернет-рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

6.4. Критерии оценивания

Описание показателей и критериев оценивания компетенций для тестирования:

Неудовлетворительно (0-2 балла) - % выполненных заданий менее 61

Удовлетворительно (3-5 баллов) - % выполненных заданий 61-75

Хорошо (6-8 баллов) - % выполненных заданий 76-90

Отлично (9-10 баллов) - % выполненных заданий 91-100

Описание критериев и показателей оценивания компетенций для устного опроса (собеседования) при текущей аттестации:

Максимальная оценка ответов на теоретические вопросы (5 баллов, «отлично») предполагает глубокое знание вопроса, грамотное оперирование управленческими категориями. Ответ студента должен быть развернутым, уверенным, продемонстрировать знание материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы.

Оценка «хорошо» или 3-4 балла ставится студенту за правильный ответ на вопрос при несущественных неточностях. На дополнительные вопросы даны верные, но недостаточно исчерпывающие ответы. Обязательно понимание сущности управленческих категорий и их взаимосвязи.

Оценка «удовлетворительно» или 1-2 балла заслуживает студент, ответ которого не достаточно полон. Как правило, такой ответ краток, приводимые формулировки являются недостаточно четкими. Положительная оценка может быть поставлена при условии понимания студентом сущности основных категорий по рассматриваемому и дополнительным вопросам.

Оценка «неудовлетворительно» (0 баллов) предполагает, что студент не разобрался с основными категориями, допускает принципиальные ошибки.

Описание критериев и показателей оценивания компетенций для собеседования на промежуточной аттестации:

Максимальная оценка ответов на теоретические вопросы (9-10 баллов или "отлично") предполагает глубокое знание вопроса, понимание сущности и взаимосвязи управленческих процессов и явлений, умение грамотно оперировать управленческими категориями. Ответ студента должен быть развернутым, уверенным, не зачитываться дословно, содержать достаточно четкие формулировки, подтверждаться фактическими примерами. Такой ответ должен продемонстрировать знание материала лекций, базового учебника и дополнительной литературы. Максимальная оценка выставляется только при полных ответах на все основные и дополнительные вопросы.

6-8 баллов (или "хорошо") ставится студенту за правильный ответ на вопрос при несущественных неточностях. На дополнительные вопросы даны верные, но недостаточно исчерпывающие ответы. Студент должен продемонстрировать знание основных характеристик раскрываемых категорий в рамках рекомендованного учебника и положений, данных на лекциях. Обязательно понимание сущности управленческих категорий и их взаимосвязи.



3-5 баллов (или "удовлетворительно") заслуживает студент ответ которого не достаточно полон. Как правило, такой ответ краток, приводимые формулировки являются недостаточно четкими, в графических изображениях и формулах допускаются неточности. При этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Положительная оценка может быть поставлена при условии понимания студентом сущности основных категорий по рассматриваемому и дополнительным вопросам.

0-2 балла (или "неудовлетворительно") предполагает, что студент не разобрался с основными категориями, обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки. Как правило, такая оценка ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций для практического задания при текущей аттестации:
оценка «Отлично» (8-10 баллов) выставляется студенту, если он активно принимает участие в дискуссии, высказывает свое мнение; свободно аргументирует свою точку зрения; четко следует научным понятиям и доходчиво излагает свои мысли другим; обосновывает каждое принятое решение и определяет его последствия; - оценка «Хорошо» (5-7 баллов) выставляется студенту, если студент активно принимает участие в дискуссии, не может свободно аргументировать свою точку зрения; не по всем позициям высказывает свое мнение; не всегда доходчиво излагает свои мысли другим; не очень четко обосновывает каждое принятое решение и его последствия; - оценка «Удовлетворительно» (3-4 балла) выставляется студенту, если студент слабо принимает участие в дискуссии, редко высказывает свое мнение; не всегда доходчиво излагает свои мысли другим; не может четко аргументировать свою точку зрения; не четко обосновывает принятое решение и его последствия; - оценка «Неудовлетворительно» (0-2 балла) ставится студенту, если студент во время обсуждения отстранен; формулирует свои мысли недостаточно доступно, непонятно; не имеет собственного мнения и не способен следовать научным понятиям; самостоятельных решений не принимает, полностью полагаясь на работу других участников группы.

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются системные знания теории управления, необходимые для самостоятельной разработки организационно-управленческих и экономических решений, способов их реализации; умения и навыки оценки их экономических и социальных последствий, способность осмысливать их в динамике и взаимосвязи. Студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, свободно решать практические задачи,

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо:

- предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется общее понимание процесса управления, выработки и реализации управленческих решений; умение их анализировать и представление о возможных результатах организационно-управленческих решений, студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины с отдельными неточностями, решать практические задачи с отдельными затруднениями.

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: формируется общее представление о теории управления, грамотное владение управленческой терминологией, умение ориентироваться в методах и принципах управленческой деятельности, нахождения организационно-управленческих решений.

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Ресурс
Л1.1	Гаврилов Л. П.	Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов (https://urait.ru/bcode/583670)	Москва : Юрайт, 2026	ЭБС
Л1.2	Абилова Е. В.	Электронная коммерция : учебное пособие (https://library.csu.ru/rbooks2/view2?code=local/44410/44410)	Челябинск : Издательство Челябинского государственног о университета, 2024	ЭБС



7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Лань [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / издательство Лань. – URL: http://e.lanbook.com/ . 2. Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/ .
----	--

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. Электронный каталог научной

библиотеки ЧелГУ [Электронный

ресурс] : база данных / Челяб. гос.

ун-т. – Челябинск, 1992. –

2. Консультант Плюс [Электронный

ресурс] : справочно-правовая

система : база данных / Регион.

центр правовой информ.

Информправо.

Освоение дисциплины осуществляется с использованием дистанционных образовательных технологий.

Используемое ПО:

Adobe Connect Acrobat

Adobe Reader

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (парты, доска, мультимедийное оборудование), служащими для представления учебной информации большой аудитории; помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования (экран, проектор, компьютер) и учебно-наглядных пособий (презентации), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение содержания учебной дисциплины осуществляется на лекциях, семинарских занятиях, в процессе самостоятельной учебной деятельности студентов.

Внимательное слушание и умелая запись лекции - это только начало работы над материалом учебной дисциплины. Студент должен обращаться к своим записям не один раз. Первый просмотр записей желательно сделать в тот же день, по горячим следам, когда еще все свежо в памяти. Лекцию необходимо прочитать, заполнить пропуски, расшифровать и уточнить некоторые сокращения, дополнить некоторые недописанные примеры. Особое внимание следует уделить содержанию понятий. Все новые понятия должны выделяться в тексте, чтобы их легко можно было отыскать и запомнить.

Лекционный материал является важным, но не единственным для изучения учебной дисциплины. Его обязательно необходимо дополнить материалом учебника и дополнительной литературы по теме. Обязательное направление учебной деятельности студента в рамках дисциплины – работа на семинарских занятиях.

Подготовка к любому семинарскому занятию включает в себя ряд этапов. Прежде всего, следует ознакомиться с планом семинарского занятия.

Вторым этапом является работа с учебником. В нем изложены основные вопросы темы, они дают направление для самостоятельной работы. Другим важным и сложным этапом подготовки служит изучение дополнительной литературы и составление простого или сводного конспекта.



После изучения литературы и составления конспекта нельзя считать подготовку к практическому занятию законченной. Необходимо еще составить план устного ответа и продумать содержание выступления, примеры. Особое внимание следует уделять работе над содержанием понятий. Их нельзя зазубривать бездумно. Обязательно разберитесь, поймите логику автора, найдите расшифровку незнакомых терминов. По вопросам, которые вызывают трудности при изучении, можно получить индивидуальную или групповую консультацию у преподавателя.

Другим направлением учебной деятельности студентов является самостоятельная работа по предложенным вопросам. Внимательно ознакомьтесь с вопросами, которые предусматривают самостоятельное изучение, и осмыслите характер задания. Затем следует найти источники информации по соответствующему вопросу, используя предложенный преподавателем список обязательной и дополнительной литературы, а также ресурсы ИНТЕРНЕТ. Во время чтения целесообразно осуществлять теоретический анализ текста: выделять главные мысли, находить аргументы, подтверждающие основные тезисы, а также иллюстрирующие их примеры и т.д. После этого можно приступить к выполнению задания (составление конспекта, заполнение таблицы, подготовка сообщения на семинарском занятии и др.). При этом важно помнить, что выполненное задание во всех случаях должно отражать основные выводы, к которым вы пришли в процессе самостоятельной учебной деятельности.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени (чаты) или отложенного времени (система дистанционного обучения Moodle, электронная почта).

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение, дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Реализация дисциплины с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) осуществляется на основании «Положения о реализации основных и дополнительных образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет», «Положения о порядке зачета обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВО «ЧелГУ» результатов освоения в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ» посредством электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «ЧелГУ». В исключительных случаях (форс-мажор и т.п.) при реализации образовательной деятельности с применением ЭО, ДОТ могут применять компоненты, не входящие в перечень электронной информационно-образовательной среды.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия



информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

