

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»
(ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»)**

**Северодонецкий технологический институт
Кафедра экономики и управления**

УТВЕРЖДАЮ:
Врио. директора СТИ (филиал)
ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»
Ю.В. Бородач
(подпись)
« 26 » 2024 года



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ»**

По направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
Профиль: «Менеджмент организации производства»

Северодонецк – 2024

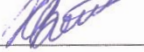
Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Электронная коммерция» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент организации производства» – ____ с.


Рабочая программа учебной дисциплины «Электронная коммерция» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 954 22 февраля 2018 г. № 124 (с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 27 февраля 2024 г.)

СОСТАВИТЕЛЬ:

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры Экономики и управления «_02_» ____09__ 2024 г., протокол № _1_.

Врио заведующего кафедрой  Ю. В. Бородач
Переутверждена: «__» ____20__ г., протокол № ____.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Северодонецкого технологического института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» «_16_» ____09____2024 г., протокол № ____1____.

Председатель учебно-методической комиссии
СТИ (филиала) ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля»  Ю.В. Бородач

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у студентов системных представлений об особенностях электронной коммерции, используемых в сфере электронной коммерции инструментах маркетинга и технологиях обеспечения безопасности электронных транзакций.

Задачами изучения дисциплины являются формирование теоретических знаний о системах электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторах, а также приобретение практических навыков проведения маркетинговых исследований и организации электронной торговли на основе современных информационных технологий с учетом требований, предъявляемых к безопасности электронных транзакций

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Электронная коммерция» входит в часть факультативных дисциплин.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины является знание современного состояния и перспективных тенденций развития электронной коммерции, а также умение использовать маркетинговые инструменты продвижения товаров и услуг в сети интернет.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплины «Бизнес-информатика» и служит основой для освоения дисциплины «Управление конкурентоспособностью организации»

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Перечень планируемых результатов
ПК-3 Способен принимать управленческие решения, обеспечивающие устойчивое развитие организации в условиях динамично меняющейся конкурентной среды, оценивать условия их реализации и возможные последствия их принятия	ПК-3.3 Знает теоретические основы и практические аспекты управления конкурентоспособностью организации, использует методики анализа конкурентной среды и оценки конкурентоспособности в целях разработки и реализации стратегии и тактики конкурентного поведения на рынке, в том числе с использованием электронной коммерции	Знает Сущность и основные понятия электронной коммерции, особенности государственного регулирования электронной коммерции, содержание нормативных актов, регулирующих использование электронной цифровой подписи, особенности систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, назначение маркетинговых исследований в электронной коммерции, роль веб-сайтов в электронном бизнесе, виды маркетинговых технологий, используемых в сети интернет, основные способы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции, меры обеспечения информационной безопасности в электронной торговле

		<p>Умеет Анализировать рынок электронной коммерции, использовать правовые основы электронной коммерции, оценивать преимущества использования цифровой подписи в электронном бизнесе, обеспечивать взаимодействие участников рыночного оборота посредством системы электронной коммерции, проводить маркетинговые исследования в сети интернет, поддерживать работу корпоративных порталов в целях развития электронного бизнеса, использовать интернет-пространство в целях продвижения товаров и услуг посредством интернет-маркетинга, использовать различные способы оплаты товаров и услуг с помощью электронных платежных систем, применять технологии аутентификации, идентификации и авторизации в целях обеспечения безопасности электронной коммерции</p> <p>Владеет Навыками использования на практике современных моделей электронных транзакций, навыками применения рекомендаций международных организаций в сфере электронной коммерции по организации электронного бизнеса, навыками использования электронной цифровой подписи для решения задач профессиональной деятельности, навыками проектирования систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, навыками проведения маркетинговых исследований в сети интернет, навыками проектирования веб-сайтов в целях ведения электронного бизнеса, навыками использования технологий управления связями с общественностью с помощью инструментов электронного маркетинга, навыками дистанционного управления расчетными счетами, навыками безопасной работы с электронными письмами и веб-приложениями</p>
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Очно-заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 зач. ед)	72 (2 зач. ед)
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в том числе:	36	4
Лекции	18	4
Семинарские занятия	-	-

Практические занятия	18	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинг, компьютерные симуляции, интерактивные лекции, семинары, анализ деловых ситуаций и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	36	64
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике

Сущность и основные понятия электронной коммерции. Основные отличия электронной коммерции от традиционной. Факторы развития электронной коммерции. Структура электронного рынка. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Концептуальные модели электронных транзакций и их классификация.

Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции

Регулирование электронной коммерции. Правовые основы электронной коммерции. Рекомендации международных организаций в сфере электронной коммерции

Тема 3. Электронная цифровая подпись

Закон об электронной цифровой подписи: особенности принятия и применения. Полномочия удостоверяющих центров. Регулирование использования электронной цифровой подписи

Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах

Понятие системы электронной коммерции. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе. Системы электронной коммерции в потребительском секторе. Системы электронной коммерции в секторе взаимодействия физических лиц. Системы электронной коммерции в секторах взаимодействия физических и юридических лиц с государством.

Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет

Поиск информации в сети интернет. Первичные и вторичные данные в сети интернет. Преимущества и недостатки онлайн-опросов. Проблемы контроля при проведении исследований в сети интернет. Преимущества и недостатки работы с фокус-группами в сети интернет. Глубинные интервью и интернет-панели. Экспертные опросы в сети интернет

Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции

Роль и функции веб-сайта в электронном бизнесе. Корпоративный портал как инструмент электронного бизнеса. Принципы построения веб-сайтов для решения задач маркетинга. Этапы проектирования веб-сайтов. Технические аспекты и практика реализации веб-сайтов

Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве

Особенности маркетинговых коммуникаций в сети интернет. Виды интернет-рекламы. Техника создания рекламы в сети интернет. Контекстная реклама. Связи с общественностью в интернет-пространстве. Стимулирование сбыта с помощью интернет-технологий.

Тема 8. Использование и конфигурирование платежных систем

Основные способы оплаты товаров и услуг. Платежные системы в сети интернет. Классификация электронных денег. Виртуальные платежные средства. Платежные системы. Оплата по почте, через банк, по факту получения товаров и выполнения услуг. Дистанционное управление счетом. Система клиент-банк

Тема 9. Обеспечение безопасности электронной коммерции

Основные меры информационной безопасности в электронной торговле. Технологии аутентификации, идентификации и авторизации. Обеспечение безопасной работы компаний с электронными письмами и веб-приложениями.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно- заочная форма
1	Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике	2	2
2	Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции	2	2
3	Тема 3. Электронная цифровая подпись	2	-
4	Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах	2	-
5	Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет	2	-
6	Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции	2	-
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве	2	-
8	Тема 8. Использование и конфигурирование платежных систем	2	-
9	Тема 9. Обеспечение безопасности электронной коммерции	2	-
Итого:		18	4

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Очно- заочная форма
1	Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике	2	2
2	Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции	2	2
3	Тема 3. Электронная цифровая подпись	2	-
4	Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах	2	-
5	Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет	2	-
6	Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции	2	-
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве	2	-
8	Тема 8. Использование и конфигурирование платежных систем	2	-
9	Тема 9. Обеспечение безопасности электронной коммерции	2	-
Итого:		18	4

4.5. Лабораторные занятия - не предусмотрены

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Очно- заочная форма
1	Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
2	Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение	4	8

		практических заданий		
3	Тема 3. Электронная цифровая подпись	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
4	Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
5	Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
6	Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
7	Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	8
8	Тема 8. Использование и конфигурирование платежных систем	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	4
9	Тема 9. Обеспечение безопасности электронной коммерции	Выполнение тестовых заданий, подготовка ответов на вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), выполнение практических заданий	4	4
Итого:			36	98

4.7. Курсовые работы - не предусмотрены

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Кобелев О.А. Электронная коммерция / Кобелев О.А. - Москва:

Дашков и К, 2010. - 684 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394008139.html>

2. Быстренина И.Б. Электронная коммерция: учебное пособие / И.Б. Быстренина - Москва: Дашков и К, 2018. - 90 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394032998.html>

3. Брагин Л.А. Электронная коммерция: учебник / Л.А. Брагин, Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, Т.В. Панкина. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. - 192 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1758036>

4. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса: учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 592 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2119964>

б) дополнительная литература:

1. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование / А.И. Савельев. - Москва: Статут, 2014. - 543 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785835410187.html>

2. Гаврилов Л.П. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе: учеб. пособие / Л.П. Гаврилов, С.В. Соколов. - Москва: Финансы и статистика, 2006. - 336 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279030392.html>

3. Дыганова Р.Р. Электронная торговля: учебник / Р.Р. Дыганова, Г.Г. Иванов Р.Р. Салихова, В.А. Матосян. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 150 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394041723.html>

4. Смирнов С. Н. Электронный бизнес / Смирнов С.Н. - Москва: ДМК Пресс, 2003. - 240 с. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5940741991.html>

5. Нам С.Э. Основы электронного бизнеса: практикум / С.Э. Нам. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. - 52 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1894656>

6. Макашова В.Н. Основы электронного бизнеса: практикум / В.Н. Макашова, А.Н. Старков. - 2-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2023. - 122 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2091319>

7. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник / Л.В. Лапидус. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 479 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2001678>

8. Грибанов Ю.И. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие / Ю.И. Грибанов, М.Н. Руденко. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2023. - 213 с. -

Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2085563>

9. Оверби Х. Цифровая экономика: как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации : монография / Х. Оверби, Я. Одеста; перевод с англ. И.М. Агеевой и Н.В. Шиловой; под науч. ред. М.И. Левина. - Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2022. - 288 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1964943>

10. Старков А.Н. Цифровая экономика: учебное пособие / А.Н. Старков, Е.В. Сторожева. - Москва: Флинта, 2023. - 82 с. - Текст: электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2091330>

11. Головенчик Г.Г. Цифровая экономика: учебное пособие / Г.Г. Головенчик. - Минск: Вышэйшая школа, 2022. - 312 с. - Текст : электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2131524>

12. Курчеева Г.И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса: учебное пособие / Г.И. Курчеева, М.А. Бакаев, В.А. Хворостов. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2018. - 107 с. - Текст : электронный // ЭБС "Знаниум": [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1866896>

в) методические рекомендации:

1. Рубанов М.Н. Методические рекомендации к практическим занятиям по дисциплине «Электронная коммерция» для студентов очной формы обучения по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Менеджмент организаций» / М.Н. Рубанов. - Луганск: ЛГУ им. В. Даля, 2023. - 36 с.

2. Рубанов М.Н. Методические рекомендации к подготовке контрольной работы по дисциплине «Электронная коммерция» для студентов очной формы обучения по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Менеджмент организаций» / М.Н. Рубанов. - Луганск: ЛГУ им. В. Даля, 2023. - 36 с.

г) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс]. - URL : <http://минобрнауки.рф/>

2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки [Электронный ресурс]. - URL : <http://obrnadzor.gov.ru/>

3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования [Электронный ресурс]. - URL : <http://fgosvo.ru>

4. Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс]. - URL : <http://www.edu.ru/>

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. - URL : <http://window.edu.ru/>

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов [Электронный ресурс]. - URL : <http://fcior.edu.ru/>

7. Справочная система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.consultant.ru/>

8. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. - URL : <http://window.edu.ru/>

9. Электронная библиотечная система «Консультант студента» [Электронный ресурс]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/>
10. Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» [Электронный ресурс]. - URL : <https://www.studmed.ru/>
11. Электронно-библиотечная система «Знаниум» [Электронный ресурс]. - URL: <https://znanium.com/>
12. Научная библиотека имени А.Н. Коняева [Электронный ресурс]. - URL : <https://www.biblio.dahluniver.ru>
13. Научная электронная библиотека «Elibrary» [Электронный ресурс]. - URL: <http://elibrary.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническое обеспечение дисциплины предусматривает оснащение рабочего места преподавателя компьютером с доступом в интернет.

Программное обеспечение дисциплины

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP

Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Электронная коммерция»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код и наименование компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-3 Способен принимать управленческие решения, обеспечивающие устойчивое развитие организации в условиях динамично меняющейся конкурентной среды, оценивать условия их реализации и возможные последствия их принятия	Пороговый	Знает Сущность и основные понятия электронной коммерции, особенности государственного регулирования электронной коммерции, содержание нормативных актов, регулирующих использование электронной цифровой подписи, особенности систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, назначение маркетинговых исследований в электронной коммерции, роль веб-сайтов в электронном бизнесе, виды маркетинговых технологий, используемых в сети интернет, основные способы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции, меры обеспечения информационной безопасности в электронной торговле
Основной		Базовый	Умеет Анализировать рынок электронной коммерции, использовать правовые основы электронной коммерции, оценивать преимущества использования цифровой подписи в электронном бизнесе, обеспечивать взаимодействие участников рыночного оборота посредством системы электронной коммерции, проводить маркетинговые исследования в сети интернет, поддерживать работу корпоративных порталов в целях развития электронного бизнеса, использовать интернет-

Заключительный		Высокий	<p>пространство в целях продвижения товаров и услуг посредством интернет-маркетинга, использовать различные способы оплаты товаров и услуг с помощью электронных платежных систем, применять технологии аутентификации, идентификации и авторизации в целях обеспечения безопасности электронной коммерции</p> <p>Владеет</p> <p>Навыками использования на практике современных моделей электронных транзакций, навыками применения рекомендаций международных организаций в сфере электронной коммерции по организации электронного бизнеса, навыками использования электронной цифровой подписи для решения задач профессиональной деятельности, навыками проектирования систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, навыками проведения маркетинговых исследований в сети интернет, навыками проектирования веб-сайтов в целях ведения электронного бизнеса, навыками использования технологий управления связями с общественностью с помощью инструментов электронного маркетинга, навыками дистанционного управления расчетными счетами, навыками безопасной работы с электронными письмами и веб-приложениями</p>
----------------	--	---------	--

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-3	Способен принимать управленческие решения, обеспечивающие устойчивое развитие организации в условиях динамично меняющейся конкурентной среды, оценивать условия их реализации и возможные последствия их принятия	ПК-3.3 Знает теоретические основы и практические аспекты управления конкурентоспособностью организации, использует методики анализа конкурентной среды и оценки конкурентоспособности в целях разработки и реализации стратегии и тактики конкурентного поведения на рынке, в том числе с использованием	<p>Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике</p> <p>Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции</p> <p>Тема 3. Электронная цифровая подпись</p> <p>Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах</p> <p>Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет</p>	6

			электронной коммерции	Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве Тема 8. Использование и конфигурирование платежных систем Тема 9. Обеспечение безопасности электронной коммерции	
--	--	--	--------------------------	---	--

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-3. Способен принимать управленческие решения, обеспечивающие устойчивое развитие организации в условиях динамично меняющейся конкурентной среды, оценивать условия их реализации и возможные последствия их принятия	ПК-3.3. Знает теоретические основы и практические аспекты управления конкурентоспособностью организации, использует методики анализа конкурентной среды и оценки конкурентоспособности в целях разработки и реализации стратегии и тактики конкурентного поведения на рынке, в том числе с использованием электронной коммерции	Знает Сущность и основные понятия электронной коммерции, особенности государственного регулирования электронной коммерции, содержание нормативных актов, регулирующих использование электронной цифровой подписи, особенности систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, назначение маркетинговых исследований в электронной коммерции, роль веб-сайтов в электронном бизнесе, виды маркетинговых технологий, используемых в сети интернет, основные способы оплаты товаров и услуг в электронной коммерции, меры обеспечения информационной безопасности в электронной торговле Умеет Анализировать рынок электронной коммерции, использовать правовые основы электронной коммерции, оценивать преимущества использования цифровой подписи в электронном бизнесе, обеспечивать взаимодействие участников рыночного оборота посредством системы электронной коммерции, проводить маркетинговые исследования в сети интернет, поддерживать работу корпоративных порталов в целях развития электронного бизнеса, использовать интернет-пространство в целях продвижения товаров и услуг посредством интернет-маркетинга, использовать различные способы оплаты товаров и услуг с помощью электронных платежных систем, применять технологии аутентификации, идентификации и авторизации в целях обеспечения безопасности электронной коммерции	Тема 1. Электронная коммерция и ее место в современной экономике Тема 2. Государственное регулирование электронной коммерции Тема 3. Электронная цифровая подпись Тема 4. Системы электронной коммерции в различных секторах Тема 5. Маркетинговые исследования в сети интернет Тема 6. Технологии создания и возможности использования веб-сайтов в электронной коммерции Тема 7. Маркетинговые коммуникации в интернет-пространстве Тема 8. Использование и конфигурирование	Тестовые задания, вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений), практические задания

		<p>Владеет</p> <p>Навыками использования на практике современных моделей электронных транзакций, навыками применения рекомендаций международных организаций в сфере электронной коммерции по организации электронного бизнеса, навыками использования электронной цифровой подписи для решения задач профессиональной деятельности, навыками проектирования систем электронной коммерции в корпоративном и потребительском секторе, навыками проведения маркетинговых исследований в сети интернет, навыками проектирования веб-сайтов в целях ведения электронного бизнеса, навыками использования технологий управления связями с общественностью с помощью инструментов электронного маркетинга, навыками дистанционного управления расчетными счетами, навыками безопасной работы с электронными письмами и веб-приложениями</p>	<p>платежных систем</p> <p>Тема 9.</p> <p>Обеспечение безопасности электронной коммерции</p>	
--	--	---	---	--

1. Тестовые задания (пороговый уровень)

- 1 Что из представленного относят к электронной коммерции:
 - а) электронную почту;
 - б) электронное движение капитала;
 - в) спам.
- 2 Не существует такого способа доставки при заказе в интернет-магазине:
 - а) курьерская доставка;
 - б) почтовая доставка;
 - в) отложенная доставка.
- 3 Что из представленного ниже относят к электронной коммерции:
 - а) социальные сети;
 - б) электронную торговлю;
 - в) электронную почту.
- 4 Электронная коммерция:
 - а) не включает в себя исследование рынка;
 - б) не включает в себя поддержку покупателей после продажи;
 - в) не включает в себя поиск помещения для продажи.
- 5 Укажите одно из преимуществ электронной коммерции для организаций:
 - а) большой выбор товаров и услуг;
 - б) сокращение издержек;
 - в) более дешевые продукты и услуги.

Необходимо указать одно из преимуществ электронной коммерции для
- 6 потребителей:
 - а) сокращение издержек;
 - б) большой выбор товаров и услуг;
 - в) глобальный масштаб.

- Распространение товаров и услуг посредством сети интернет носит
- 7 название:
- а) онлайн-транзакция;
 - б) интернет-хостинг;
 - в) электронная коммерция.
- Необходимо верно указать одно из преимуществ электронной коммерции
- 8 для потребителей:
- а) сокращение издержек;
 - б) более дешевые продукты и услуги;
 - в) глобальный масштаб.
- 9 Что стали использовать в последнее время для расчёта через интернет:
- а) цифровые деньги;
 - б) кредитные карты;
 - в) специальные чеки.
- 10 Что из представленного ниже не относится к электронной коммерции:
- а) интернет-аукционы;
 - б) социальные сети;
 - в) электронная почта.
- 11 Бизнес в интернете является более выгодным для компаний потому, что:
- а) компаниям не нужно арендовать помещение;
 - б) люди намного чаще используют интернет для покупок;
 - в) интернет позволяет не платить налоги.
- 12 Спамом называется:
- а) незаконная реклама;
 - б) незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте;
 - в) самая эффективная реклама;
- 13 Что называется кодом протекции:
- а) число покупателей в интернет-магазине;
 - б) пароль для входа в интернет-магазин;
 - в) число, которое должен ввести покупатель для совершения покупки в интернет-магазине.
- Услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на
- 14 сервере, постоянно имеющем доступ к сети:
- а) хостинг;
 - б) паркинг;
 - в) сервинг.
- 15 Интернет-магазином является:
- а) поисковая система;
 - б) интернет-портал;
 - в) специальный сайт для продажи товаров и услуг.
- 16 Что из представленного ниже относится к электронной коммерции:
- а) хостинговые сервисы;
 - б) электронная почта;
 - в) социальные сети.

- 17 Что из представленного ниже относится к электронной коммерции:
- любые сайты;
 - виртуальные доски объявлений;
 - социальные сети.
- 18 Электронной коммерцией является:
- покупка и продажа товаров и услуг через интернет;
 - продажа электронных товаров через интернет;
 - перевод денег с одного электронного счета на другой.
- 19 Что из представленного в списке относят к электронной коммерции:
- социальные сети;
 - рекламу;
 - электронные деньги.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Тестовые задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% тестов)
Хорошо (4)	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% тестов)
Удовлетворительно (3)	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% тестов)
Неудовлетворительно (2)	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50% тестов)

**2. Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений)
(базовый уровень)**

- Как соотносятся между собой понятия "электронный бизнес" и "электронная коммерция"?
- Дайте общую характеристику и определите специфические особенности электронной коммерции
- Охарактеризуйте исторические предпосылки становления и современные тенденции развития электронной коммерции
- На использовании каких технологий основывается современная электронная коммерция?
- На основании каких критериев могут быть классифицированы электронные торговые площадки
- Что представляют собой электронные витрины и информационные киоски и в чём состоят их отличительные черты?
- Дайте общую характеристику и определите специфические особенности электронных магазинов

8. Что представляет собой электронные торговые ряды и каковы возможности их использования в электронной коммерции
9. Как осуществляется запрос котировок и организуются конкурсные торги в формате электронного аукциона?
10. Что представляет собой социальная коммерция и какова роль социальных сетей в продвижении товаров и услуг?
11. Охарактеризуйте известные вам информационные системы, предназначенные для автоматизации работы в социальных сетях?
12. Что подразумевается под электронной торговлей и в чём состоят её специфические особенности?
13. Охарактеризуйте правовые основы государственного регулирования электронной торговли
14. Какие факторы определяют динамику развития электронной торговли в современном мире?
15. Каким образом осуществляется розничная и оптовая торговля в электронной коммерции?
16. Что представляет собой интернет-маркетинг и в чём заключаются его преимущества для различных групп пользователей?
17. Охарактеризуйте известные вам маркетинговые сервисы поисковых систем, используемые в электронной коммерции для продвижения товаров и услуг
18. Что подразумевается под электронным платежом и что представляет собой электронная платёжная система?
19. Охарактеризуйте современное состояние и перспективные тенденции развития известных вам систем электронных платежей
20. Дайте общую характеристику и определите специфические особенности различных видов электронных платёжных инструментов
21. Что представляет собой мобильная коммерция и какие возможности она открывает в сфере электронного бизнеса?
22. Какие информационные системы могут использоваться для управления электронной коммерцией?
23. Охарактеризуйте возможности использования облачных технологий в электронной коммерции

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Ответ на вопрос представлен на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
Хорошо (4)	Ответ на вопрос на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел

	аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
Удовлетворительно (3)	Ответ на вопрос представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
Неудовлетворительно (2)	Ответ на вопрос представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

3. Практические задания (высокий уровень)

1. Электронная коммерция является важнейшей составной частью электронного бизнеса, которая представляет собой новый способ организации, управления и осуществления бизнес-сделок с использованием компьютеров и коммуникационных сетей, т.е. любая форма бизнес-сделки, в которой стороны взаимодействуют электронным способом, а не посредством физических операций обмена или прямого физического контакта. Системы электронного бизнеса в отличие от систем электронной коммерции могут иметь или не иметь коммерческой составляющей. Электронная торговля или электронная коммерция дает возможность компаниям быть более эффективными и гибкими в их внутренней деятельности, работать более тесно с их поставщиками и оперативно реагировать на нужды и ожидания клиентов. Причем, она позволяет компаниям выбрать самых лучших поставщиков независимо от их географического расположения и продавать на глобальном рынке. Приведите успешные примеры электронной коммерции в следующих сферах деятельности: а) электронный трейдинг (e-trade); б) электронные деньги (e-cash); в) электронный маркетинг (e-marketing); г) электронный банкинг (e-banking); д) электронное страхование (e-insurance).

2. Под платежной системой интернет понимается система проведения расчетов между участниками рынка в процессе купли-продажи товаров и услуг через интернет. Именно платежная система позволяет превратить службу по обработке заказов или электронную витрину в полноценный магазин со всеми стандартными атрибутами: выбрав товар или услугу на сайте продавца, покупатель может осуществить платеж, не отходя от компьютера. Все платежные системы по имеющейся схеме платежей можно разделить на следующие виды: дебетовые (работающие с электронными чеками и цифровой наличностью); кредитные (работающие с кредитными карточками). Дебетовые схемы платежей построены аналогично их оффлайновым прототипам: чековым и обычным денежным. Кредитные системы являются аналогами обычных систем, работающих с кредитными картами. Отличие состоит в проведении всех транзакций через интернет, и как следствие, в необходимости дополнительных средств безопасности и аутентификации. Приведите примеры известных вам платежных систем, активно использующихся в настоящее время в электронной коммерции

3. Неоспоримыми преимуществами электронных денег являются: удобство, быстрота расчетов (операции в них происходят практически в режиме реального времени); легкий обмен и сопряженность с другими платежными системами; анонимность; долговечность (все деньги хранятся на нескольких независимых серверах, которые дублируют друг друга, храниться, таким образом, они могут бесконечно долго и т.д. Однако данная валюта имеет и недостатки: отсутствие устоявшегося правового регулирования (во многих странах по сегодняшний день отсутствует стабильное правовое регулирование безналичных средств); электронные деньги нуждаются в специальных инструментах хранения и обращения (терминалы, банкоматы, пластиковые карточки, сами платёжные системы); невозможность восстановить денежную стоимость средств владельца в случае уничтожения носителя электронных денег; недостаточная зрелость технологий защиты. Какие еще преимущества и недостатки электронных денег вы бы выделили?

4. Информационно-поисковая система представляет собой систему, обеспечивающую поиск и отбор необходимых данных в специальной базе с описаниями источников информации (на основе информационно-поискового языка и соответствующих правил поиска. Информационно-поисковая система состоит из поисковой машины, базы данных и системы выдачи результатов поиска пользователям. База данных представляет собой хранилище всех данных, которые поисковая машина загружает и анализирует. Поисковая машина – это комплекс программ, предназначенный для поиска информации. Поисковая машина является ключевым инструментом поиска информации для пользователя, поскольку содержат индексы большинства Web-серверов Интернета. Однако именно это достоинство оборачивается их главным недостатком. На любой запрос они выдают обычно чрезмерно большое количество информации, среди которой только незначительная часть является полезной, после чего требуется значительный объем времени для ее извлечения и обработки. Система выдачи результатов поиска представляет собой программу, с которой «общается» пользователь и которая решает, какие web-страницы удовлетворяют запросу пользователя и в какой степени. Охарактеризуйте известные вам информационно-поисковые системы и составьте их сравнительную характеристику.

5. Согласно данным маркетинговых исследований около 60% пользователей ограничиваются первой страницей результатов поиска. Отсюда следует задача добиться того, чтобы страницы веб-сайта стояли в первой десятке результатов поиска. Для ее решения необходимо знать принципы поисковой оптимизации. Для этого используется ряд методов, которые исходят из предположения, что существуют поисковые, или ключевые слова и словосочетания, характерные для определенных групп потенциальных клиентов. Ключевые слова с наиболее удачным соотношением запросов со стороны целевой аудитории и конкуренции со стороны аналогичных веб-ресурсов образуют семантическое ядро сайта. Для оптимизации сайта необходимо досконально изучить язык посетителей, понять, какими способами пользуются они при поиске информации, каковы их интересы, что можно

предложить им дополнительно. Наиболее высокая релевантность документа запросу возникает, когда совпадают не отдельные слова, а целые фразы. При этом желательно, чтобы в ключевые фразы входили только ключевые слова. Один из важных шагов оптимизации – это составление семантического ядра сайта. Семантическое ядро сайта – это список целевых запросов, вводимых пользователями в строку поиска поисковых систем. Эти запросы, по сути, и определяют тематику сайта. Именно с создания семантического ядра начинается любая раскрутка сайта, ведь при его отсутствии продвижение в поисковых системах окажется просто неэффективным. Создайте семантическое ядро сайта а) гостиничного комплекса; б) транспортной компании; в) образовательного учреждения; в) автомобильного завода.

6. Приведите примеры использования в электронной коммерции следующих инструментов интернет-маркетинга: а) контекстная реклама (вид интернет-рекламы, при котором объявление показывается в зависимости от запросов пользователей в поисковой выдаче); б) таргетированная реклама (рекламные объявления, которые показываются определенной группе пользователей, выделенной на основании их анкетных данных в социальных сетях); в) медийная реклама (анимированные баннеры, размещаемые на сайтах в качестве рекламы); г) e-mail-маркетинг (способ индивидуальной коммуникации с клиентом, характеризующийся построением взаимоотношений при помощи рассылки писем на электронные адреса пользователей); д) партнерская программа (форма делового сотрудничества, которую предлагают раскрученные в интернете проекты для максимизации объема продаж товаров и услуг); д) работа с лидерами мнений (выстраивание дружеских отношений с пользователями, оказывающими влияние на мнение целевой группы интернет сообщества); е) вирусный маркетинг (распространение рекламы, при котором главным распространителем информации являются сами пользователи); ж) контент-маркетинг (распространение качественной информации, которая не является рекламой, но которая косвенно убеждает аудиторию принять необходимое решение, выбрав определенный товар или услугу)

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Практические задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
Отлично (5)	Практическое задание представлено на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Оформлено в соответствии с требованиями предъявляемыми к данному виду работ.
Хорошо (4)	Практическое задание представлено на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих

	суждений и т.п.). В оформлении допущены некоторые неточности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Удовлетворительно (3)	Практическое задание представлено на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
Неудовлетворительно (2)	Практическое задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Сущность и основные понятия электронной коммерции.
2. Основные отличия электронной коммерции от традиционной.
3. Факторы развития электронной коммерции.
4. Структура электронного рынка.
5. Преимущества и недостатки электронной коммерции.
6. Концептуальные модели электронных транзакций и их классификация.
7. Регулирование электронной коммерции.
8. Правовая практика электронной коммерции.
9. Закон об электронной цифровой подписи.
10. Удостоверяющие центры.
11. Системы электронной коммерции в корпоративном секторе.
12. Системы электронной коммерции в потребительском секторе.
13. Поиск информации в сети интернет.
14. Первичные и вторичные данные в сети интернет.
15. Преимущества и недостатки опросов online.
16. Проблемы контроля при проведении исследований в сети интернет.
17. Преимущества и недостатки изучения фокус-групп в режиме online.
18. Глубинные интервью интернет-панели.
19. Экспертные опросы в сети интернет
20. Роль и функции Web-сайта в электронном бизнесе.
21. Корпоративные порталы в реализации электронного бизнеса.
22. Принципы построения Web-сайтов.
23. Классификация Web-сайтов.
24. Этапы проектирования Web-сайтов.
25. Технические аспекты и практика реализации Web-сайтов.
26. Средства Microsoft Office для создания Web-сайтов.
27. Особенности маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
28. Виды интернет-рекламы.
29. Техника создания рекламы в сети Интернет.

30. Контекстная реклама.
31. Связи с общественностью в интернет-пространстве.
32. Стимулирование сбыта с помощью интернет-технологий.
33. Основные способы оплаты товаров и услуг.
34. Платежные системы в сети интернет.
35. Классификация электронных денег.
36. Виртуальные платежные средства.
37. Платежные системы.
38. Организация коммерческих расчетов в электронной коммерции
39. Дистанционное управление счетом
40. Система клиент-банк

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Промежуточная аттестация (зачет)»

Шкала оценивания	Характеристика знания предмета и ответов	Зачет
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач	зачтено
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает ошибки в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет	не зачтено

	низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	
--	--	--

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

При необходимости рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Для этого требуется заявление студента или его законного представителя и заключение психолого-медико-педагогической комиссии. В случае необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников, например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной (модулем), за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

– увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

продолжительность сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, не более чем на 20 минут;

продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы не более чем на 15 минут.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры, на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой