

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Код УМК 98699

Утверждено  
Протокол №10  
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

## **1. Наименование дисциплины**

Электронная коммерция и информационные технологии

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **38.04.06** Торговое дело  
направленность Инновации в коммерции

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Электронная коммерция и информационные технологии** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**38.04.06** Торговое дело (направленность : Инновации в коммерции)

**ОПК.5** Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач

#### **Индикаторы**

**ОПК.5.1** Ориентируется и объясняет назначение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач

**ОПК.5.2** Демонстрирует применение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач

**ПК.1** Способен разработать план и программу научного и прикладного (практического) исследования, провести исследование, представить результаты научному сообществу

#### **Индикаторы**

**ПК.1.1** Формулирует цель, задачи и гипотезу научного и/или прикладного (практического) исследования в рамках своей предметной области, разрабатывает его план, обосновывает актуальность

**ПК.1.2** Подбирает необходимые для проведения исследования источники информации и проводит исследование, используя знания базовых специальных дисциплин и/или инструментальных методов анализа данных

**ПК.1.3** Формулирует выводы по результатам научного и/или прикладного (практического) исследования, представляет его научному сообществу в устной и письменной формах

**ПК.3** Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующие им бизнес-модели организаций

#### **Индикаторы**

**ПК.3.3** Управляет проектированием и реализацией информационного и технологического обеспечения инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)

#### 4. Объем и содержание дисциплины

|   |  |
|---|--|
| <b>Направления подготовки</b>                                     | 38.04.06 Торговое дело (направленность: Инновации в коммерции)   |
| <b>форма обучения</b>   | очная  |
| <b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>          | 5  |
| <b>Объем дисциплины (з.е.)</b>                                    | 5  |
| <b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>                                 | 180  |
| <b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b> | 72   |
| <b>Проведение лекционных занятий</b>                              | 24   |
| <b>Проведение практических занятий, семинаров</b>                 | 48   |
| <b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>                           | 108  |
| <b>Формы текущего контроля</b>                                    | Входное тестирование (1)<br>Итоговое контрольное мероприятие (1)<br>Письменное контрольное мероприятие (2) |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b>                             | Экзамен (5 триместр)   |

## 5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

### Электронная коммерция и информационные технологии

#### Входной контроль

Основные понятия электронной коммерции

#### On-line индустрия: основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции

Электронный бизнес (e-business), электронная коммерция, модели электронной коммерции: Business-to-Business («компания – компания»); Business-to-Consumer («компания – потребитель»); Consumer-to-Consumer («потребитель- потребитель»); Consumer-to-Business («потребитель – компания»); Business-to-Government («компания – государство»); Exchange-to-Exchange («биржа – биржа»)

#### Исследования рынка с использованием сетевых технологий Интернет

Исследования рынка, контент-анализ, опрос, наблюдение, фокус-группа, макроэкономическая среда, микроэкономическая среда

Моделирование ситуации «Разработка программы исследования рынка»

#### Роль поисковых систем в электронной коммерции и продвижении сайтов. SEO-оптимизация и продвижение сайта

Поисковая система, база данных, запросы пользователей, популярность запроса, ранжирование, метапоиск, сбор статистики о посетителях, Google Analytics, Яндекс Метрика, инвертированный (инверсный) и прямой индексы поисковой машины. Поисковая оптимизация; результаты выдачи поисковых систем; внутренняя и внешняя оптимизация; индекс цитирования сайта; рейтинг сайта; внутренняя перелинковка; релевантность сайта.

#### Разработка и создание сайта предприятия

HTML (HyperText Markup Language - язык гипертекстовой разметки; CSS (Cascading Style Sheets); JavaScript; PHP (Hypertext Preprocessor); MySQL; CMS (Content management system - системы управления содержанием (контентом); биржа покупки и продажи готовых сайтов; файлообменник.

#### Виды интернет-продвижения и on-line реклама. Лидогенерация. Ретаргетинг. RTB. E-mail marketing. Продвижение в социальных сетях

Баннерная реклама; поисковая реклама; маркетинг в социальных сетях; e-mail маркетинг; показатель кликабельности (click-through rate); медийно-контекстный баннер (МКБ). Лидогенерация; генерация лидов; активные лиды; ретаргетинг; поведенческий ретаргетинг; поисковый ретаргетинг; RTB (Real Time Bidding). E-mail маркетинг; e-mail рассылка; спам; спам-лист; оповещение; электронная газета. SMM (Social Media Marketing); социальная сеть; продвижение в социальных сетях; управление репутацией в соцсетях; клиентская поддержка в соцсетях; мониторинг соцсетей.

#### Мобильные платформы и сервисы

Мобильная коммерция; мобильное приложение, мобильная платформа, Windows Mobile, Symbian, Android, iPhone, iOS геолокационный сервис.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/87620>

### Дополнительная:

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432143>

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

[www.beboss.ru](http://www.beboss.ru) 1  
[www.buybrand.ru](http://www.buybrand.ru) 2  
• [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) 3  
• [www.crg.li](http://www.crg.li) 4  
[www.francon.ru](http://www.francon.ru) 5  
[www.frtoday.ru](http://www.frtoday.ru) 6  
<https://www.bitrix24.ru/> Битрикс24  
<https://kontur.ru/kontur-personal/demo> Контур Персонал  
<https://account.retailcrm.ru/lead-form/?partner=RCR-8053> RetailCRM  
<https://aspro.cloud/> Аспро.Cloud  
<https://megaplan.ru/> Мегаплан  
[https://neaktor.com/?utm\\_source=none&utm\\_medium=direct](https://neaktor.com/?utm_source=none&utm_medium=direct) Neaktor  
<https://pyrus.com/ru> Pyrus  
<https://sendsay.ru/> SendSay  
<https://mailganer.com/ru/> Mailganer  
<https://salebot.pro/> Salebot  
<https://www.jivo.ru/> JIVO  
<https://www.mikopbx.ru/> MikoPBX  
<https://mpstats.io/> MPSTATS  
<https://dashamail.ru/> Dasha Mail

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Электронная коммерция и информационные технологии** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательной среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM, Salebot.ru, JIVO.ru, MikoPBX.ru, MPSTATS.io, Dasha Mail.ru;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск;
10. Социальные сети: VK/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания,



задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.
6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Электронная коммерция и информационные технологии**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.5**

**Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач**

| Индикатор   | Планируемые результаты обучения  | Критерии оценивания результатов обучения   |
|---|--|--|
| <p><b>ОПК.5.2</b><br/>Демонстрирует применение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач</p> | <p>Знать мировые и российские тренды и инструменты интернет-продвижения.<br/>Уметь планировать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы.</p> | <p align="center"><b>Неудовлетворител</b><br/>Не знает мировые и российские тренды и инструменты интернет-продвижения.<br/>Не умеет планировать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы .</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b><br/>Демонстрирует частично знание мировых и российских трендов и инструментов интернет-продвижения.<br/>Демонстрирует частично умение планировать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b><br/>Знает, допуская ошибки, мировые и российские тренды и инструменты интернет-продвижения.<br/>Умеет, допуская ошибки, планировать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы .</p> <p align="center"><b>Отлично</b><br/>Знает мировые и российские тренды и инструменты интернет-продвижения.<br/>Умеет планировать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы.</p> |
| <p><b>ОПК.5.1</b><br/>Ориентируется и объясняет назначение современных информационных технологий и</p>  | <p>Знать основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции.<br/>Уметь различать инструменты бизнес-моделирования электронного бизнеса и</p>                            | <p align="center"><b>Неудовлетворител</b><br/>Не знает основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции.<br/>Не умеет различать инструменты бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p>  |

| Индикатор  | Планируемые результаты обучения  | Критерии оценивания результатов обучения   |
|--|--|--|
| программных средств при решении профессиональных задач | <p>коммерции.<br/>Владеть инструментами бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p> | <p><b>Неудовлетворител</b><br/>Не владеет инструментами бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p> <p><b>Удовлетворительн</b><br/>Демонстрирует частично знание основных направлений и бизнес-моделей электронного бизнеса и коммерции.<br/>Демонстрирует частично умение различать инструменты бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.<br/>Демонстрирует частично владение инструментами бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p> <p><b>Хорошо</b><br/>Знает, допуская ошибки, основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции.<br/>Умеет, допуская ошибки, различать инструменты бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.<br/>Владеет, допуская ошибки, инструментами бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p> <p><b>Отлично</b><br/>Знает основные направления и бизнес-модели электронного бизнеса и коммерции.<br/>Умеет различать инструменты бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.<br/>Владеет инструментами бизнес-моделирования электронного бизнеса и коммерции.</p> |

### ПК.1

**Способен разработать план и программу научного и прикладного (практического) исследования, провести исследование, представить результаты научному сообществу**

| Индикатор   | Планируемые результаты обучения  | Критерии оценивания результатов обучения  |
|---|--|---|
| <p><b>ПК.1.1</b><br/>Формулирует цель, задачи и гипотезу научного и/или прикладного (практического)</p> | <p>Знать основные показатели и задачи коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет<br/>Уметь формулировать целевые показатели коммерческой и</p> | <p><b>Неудовлетворител</b><br/>Не знает основные показатели и задачи коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет.<br/>Не умеет формулировать целевые показатели коммерческой и маркетинговой</p> |

| Индикатор  | Планируемые результаты обучения  | Критерии оценивания результатов обучения  |
|--|--|---|
| <p>исследования в рамках своей предметной области, разрабатывает его план, обосновывает актуальность</p>   | <p>маркетинговой деятельности в среде Интернет.</p>  | <p><b>Неудовлетворител</b><br/> деятельности в среде Интернет.</p> <p><b>Удовлетворительн</b><br/> Демонстрирует частично знание основных показателей и задач коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет<br/> Демонстрирует частично умение формулировать целевые показатели коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет.</p> <p><b>Хорошо</b><br/> Знает, допуская ошибки, основные показатели и задачи коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет<br/> Умеет, допуская ошибки, формулировать целевые показатели коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет.</p> <p><b>Отлично</b><br/> Знает основные показатели и задачи коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет<br/> Умеет формулировать целевые показатели коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет.</p> |
| <p><b>ПК.1.2</b><br/> Подбирает необходимые для проведения исследования источники информации и проводит исследование, используя знания базовых специальных дисциплин и/или инструментальных методов анализа данных</p> | <p>Знать систему планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет.<br/> Уметь планировать исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.<br/> Владеть методами исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> | <p><b>Неудовлетворител</b><br/> Не знает систему планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет.<br/> Не умеет планировать исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.<br/> Не владеет методами исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p><b>Удовлетворительн</b><br/> Демонстрирует частично знание системы планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет.<br/> Демонстрирует частично умение</p>  |

| Индикатор  | Планируемые результаты обучения   | Критерии оценивания результатов обучения   |
|--|---|--|
|  |   | <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>планировать исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p>Демонстрирует частично владение методами исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, систему планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p>Умеет, допуская ошибки, планировать исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p>Владеет, допуская ошибки, методами исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает систему планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p>Умеет планировать исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> <p>Владеет методами исследования рынка и использованием сетевых технологий Интернет.</p> |
| <p><b>ПК.1.3</b><br/> Формулирует выводы по результатам научного и/или прикладного (практического) исследования, представляет его научному сообществу в устной и письменной формах</p> | <p>Знать показатели эффективности электронной коммерции.<br/> Уметь выстраивать структуру отчета по оценке эффективности электронной коммерции.<br/> Владеть терминами и показателями для формирования отчетности по эффективности электронной коммерции.</p> | <p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает показатели эффективности электронной коммерции.<br/> Не умеет выстраивать структуру отчета по оценке эффективности электронной коммерции.<br/> Не владеет терминами и показателями для формирования отчетности по эффективности электронной коммерции.</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Демонстрирует частично знание показателей эффективности электронной коммерции.<br/> Демонстрирует частично умение выстраивать структуру отчета по оценке эффективности электронной коммерции.<br/> Демонстрирует частично владение</p>   |

| Индикатор | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения   |
|-----------|---------------------------------|--|
|           |                                 | <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>терминами и показателями для формирования отчетности по эффективности электронной коммерции.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, показатели эффективности электронной коммерции. Умеет, допуская ошибки, выстраивать структуру отчета по оценке эффективности электронной коммерции. Владеет, допуская ошибки, терминами и показателями для формирования отчетности по эффективности электронной коммерции.</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Знает показатели эффективности электронной коммерции. Умеет выстраивать структуру отчета по оценке эффективности электронной коммерции. Владеет терминами и показателями для формирования отчетности по эффективности электронной коммерции.</p> |

### ПК.3

**Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) и соответствующие им бизнес-модели организаций**

| Индикатор  | Планируемые результаты обучения   | Критерии оценивания результатов обучения   |
|--|---|--|
| <p><b>ПК.3.3</b><br/>Управляет проектированием и реализацией информационного и технологического обеспечения инновационных направлений профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)</p> | <p>Знать основы проектирования электронной коммерции и продвижения сайтов компании. Уметь осуществлять проектирование электронной коммерции компании. Владеть методами проектирования электронной коммерции компании.</p> | <p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает основы проектирования электронной коммерции и продвижения сайтов компании. Не умеет осуществлять проектирование электронной коммерции компании. Не владеет методами проектирования электронной коммерции компании.</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Демонстрирует частично знание основ проектирования электронной коммерции и продвижения сайтов компании. Демонстрирует частично умение осуществлять проектирование электронной коммерции компании. Демонстрирует частично владение методами</p> |

| Индикатор | Планируемые результаты обучения | Критерии оценивания результатов обучения  |
|-----------|---------------------------------|---|
|           |                                 | <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>проектирования электронной коммерции компании.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, основы проектирования электронной коммерции и продвижения сайтов компании.<br/> Умеет, допуская ошибки, осуществлять проектирование электронной коммерции компании.</p> <p>Владеет, допуская ошибки, методами проектирования электронной коммерции компании.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает основы проектирования электронной коммерции и продвижения сайтов компании.<br/> Умеет осуществлять проектирование электронной коммерции компании.<br/> Владеет методами проектирования электронной коммерции компании.</p> |

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

| Компетенция<br>(индикатор)  | Мероприятие<br>текущего контроля   | Контролируемые элементы<br>результатов обучения   |
|---|--|---|
| <b>Входной контроль</b>   | Входной контроль<br><b>Входное тестирование</b>  | Проверка первичных знаний студентов   |
| <b>ПК.1.1</b><br>Формулирует цель, задачи и гипотезу научного и/или прикладного (практического) исследования в рамках своей предметной области, разрабатывает его план, обосновывает актуальность<br><b>ПК.1.2</b><br>Подбирает необходимые для проведения исследования источники информации и проводит исследование, используя знания базовых специальных дисциплин и/или инструментальных методов анализа данных<br><b>ОПК.5.2</b><br>Демонстрирует применение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач | Исследования рынка с использованием сетевых технологий Интернет<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b> | - знать основные особенности коммерческой и маркетинговой деятельности в среде Интернет;- знать нормативно-правовую базу межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса |



| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>  | <b>Мероприятие<br/>текущего контроля</b>  | <b>Контролируемые элементы<br/>результатов обучения</b>  |
|---|---|--|
| <p><b>ПК.1.1</b><br/>Формулирует цель, задачи и гипотезу научного и/или прикладного (практического) исследования в рамках своей предметной области, разрабатывает его план, обосновывает актуальность</p> <p><b>ПК.1.2</b><br/>Подбирает необходимые для проведения исследования источники информации и проводит исследование, используя знания базовых специальных дисциплин и/или инструментальных методов анализа данных</p> <p><b>ОПК.5.2</b><br/>Демонстрирует применение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач</p> | <p>Разработка и создание сайта предприятия</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p> | <p>- знать систему планирования и контроля над проведением исследований рынка и использованием сетевых технологий Интернет;- знать показатели оценки сайта предприятия</p> |

| Компетенция<br>(индикатор)  | Мероприятие<br>текущего контроля  | Контролируемые элементы<br>результатов обучения   |
|---|---|---|
| <p><b>ПК.1.1</b><br/>Формулирует цель, задачи и гипотезу научного и/или прикладного (практического) исследования в рамках своей предметной области, разрабатывает его план, обосновывает актуальность</p> <p><b>ПК.1.2</b><br/>Подбирает необходимые для проведения исследования источники информации и проводит исследование, используя знания базовых специальных дисциплин и/или инструментальных методов анализа данных</p> <p><b>ОПК.5.2</b><br/>Демонстрирует применение современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач</p> | <p>Мобильные платформы и сервисы</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p> | <p>- знать мировые и российские тренды и инструменты интернет-продвижения - уметь оценивать рекламные кампании с использованием технологий интернет-продвижения и интернет-рекламы.</p> |

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

| Показатели оценивания        | Баллы |
|------------------------------|-------|
| 81-100% правильных ответов   | 6     |
| 61-80% правильных ответов    | 5     |
| 41-60% правильных ответов    | 3     |
| менее 41% правильных ответов | 2     |

#### Исследования рынка с использованием сетевых технологий Интернет

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Разработка и создание сайта предприятия**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 30           |
| 61-80% правильных ответов    | 23           |
| 41-60% правильных ответов    | 17           |
| менее 41% правильных ответов | 12           |

### **Мобильные платформы и сервисы**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

| <b>Показатели оценивания</b> | <b>Баллы</b> |
|------------------------------|--------------|
| 81-100% правильных ответов   | 40           |
| 61-80% правильных ответов    | 32           |
| 41-60% правильных ответов    | 23           |
| менее 41% правильных ответов | 16           |