

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»

Кафедра «Коммерция и инжиниринг бизнес-процессов»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б.1.3.4.1 Системы электронной коммерции
направления подготовки
38.03.06 Торговое дело»
Профиль "Коммерция" Б 1
Квалификация (степень) - бакалавр

форма обучения – заочная

курс – 3

семестр – 7

зачетных единиц – 3

академических часов – 108

в том числе:

лекции – 4

коллоквиум - не предусмотрено

практические занятия – 6

лабораторные занятия – не предусмотрено

самостоятельная работа – 98

зачет – 7 семестр

экзамен – не предусмотрено

РГР – не предусмотрено

курсовая работа – не предусмотрено

курсовой проект – не предусмотрено

1. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Электронная коммерция» являются приобретение знаний, навыков и способностей в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия, правового регулирования электронной коммерции, применения современных технологий электронной торговли, анализа и оценки эффективности виртуальных каналов взаимодействия с клиентами.

Основными задачами являются:

- изучение концепции электронной коммерции;
- анализ развития электронной коммерции в мировом сообществе и в России;
- приобретение знаний в области использования электронного бизнеса в управлении ресурсами предприятия;
- изучение правовых основ регулирования электронной коммерции;
- изучение современных технологий совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными;
- приобретение навыков анализа и оценки эффективности электронной коммерции;
- приобретение знаний и навыков в области разработки и внедрения проектов электронной коммерции в систему управления компанией.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части ООП. Её изучение базируется на знаниях, полученных студентом при изучении таких дисциплин как «Коммерческая деятельность», «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Менеджмент», «Маркетинг промышленных товаров».

Для изучения дисциплины студенты должны знать основы теории организации, маркетинга и поведения потребителей, концепции и модели организационных изменений; владеть методами маркетинговых исследований и аналитическими инструментами маркетинга; способами и механизмами осуществления организационных изменений.

Данная дисциплина является предшествующей для таких дисциплин, как «Управление взаимоотношениями с потребителями», «Управление маркетингом», «Маркетинговое консультирование», «Управление продажами», «Брендинг», «Интегрированные маркетинговые коммуникации» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной

деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4)

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: основные нормативные документы, регулирующие электронную коммерцию, формы, методы ведения и инструменты электронной коммерции, виды и специфику Интернет-услуг; устройство и принципы функционирования электронных платежных систем.

Уметь: анализировать финансовую, нормативную и технологическую информацию в области электронной коммерции; обосновать использование конкретных видов электронных платежных систем при совершении покупок в Интернете, оценивать эффективность электронной коммерции.

Владеть: способами организации электронного бизнеса; инструментарием электронной коммерции, методами и инструментами исследования рынков товаров и услуг в Интернет, анализа клиентской базы компании; технологиями совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными, методами оценки эффективности электронной коммерции.

4. Распределение трудоёмкости (час.) по темам и видам занятий

№ Модуля	№ недели	№ темы	Наименование темы	Часы			
				Всего	Лек.	Пр.з.	СРС
1	1, 2	1	Введение в электронную коммерцию	17,8	0,5	1	16,3
1	3--7	2	Сегменты электронной коммерции и их особенности	18,0	0,7	1	16,3
2	8,9	3	Регулирование электронной коммерции	18,0	0,7	1	16,3
2		4	Электронные магазины	18,2	0,7	1	16,5
3	13-14	5	Электронные платежные системы	18,0	0,7	1	16,3
3	16-18	6	Перспективы электронной коммерции	18,0	0,7	1	16,3
	Всего			108	4	6	98

5. Содержание лекционного курса

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции.	Учебно-методическое обеспечение
--------	-------------	----------	--	---------------------------------

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции.	Учебно-методическое обеспечение
6 семестр				
1	0.5	1	Введение. Сущность новых экономических явлений и их взаимосвязь: электронная экономика (on-line economy), электронный бизнес (e-business), электронная коммерция (e-commerce), Интернет-коммерция (i-commerce). Понятие электронной коммерции. Особенности электронной коммерции и роль Интернет. Преимущества и недостатки интерактивной среды. Новые возможности бизнеса. Необходимые и достаточные условия развития электронной коммерции.	1
2	0.7	2-3	Сегменты электронной коммерции и их Сегменты рынка электронной коммерции (B2B, B2C, C2C). Особенности коммерции на потребительском и промышленном рынках. Основные направления развития электронной коммерции в секторе B2C. Торговля традиционными товарами и услугами. Торговля информационными услугами. Торговля финансовыми услугами.	4
3	0.7	4	Регулирование электронной коммерции Государственное регулирование электронной коммерции: лицензирование; налогообложение и др. Развитие нормативной базы в сфере электронной коммерции в США, Западной Европе и России. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи». Рекомендации международных организаций в сфере электронной коммерции. Механизмы саморегулирования.	3
4	0.7	5	Электронные магазины	

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции.	Учебно- методическое обеспечение
			<p>Выбор концепции развития. Описание web-узла и его разработка. Планирование долговременных транзакций. Взаимодействие с поставщиками. Создание динамического каталога. Модель открытого и иерархического рынка. Организация гибкого интерфейса. Установление цен. Выбор платежных средств. Внедрение протоколов шифрования. Интернет-реклама. Принятие заказов через web-узел. Обработка заказов. Выполнение заказов. Прием платежей. Осуществление взаиморасчетов. Доставка товаров/услуг. Индивидуальный маркетинг. Анализ информации. Проблемы оценки электронного бизнеса и финансовых рисков. Измерение эффективности электронной коммерции. Примеры успешной организации электронного бизнеса в развитых странах. Российские Интернет-магазины и их особенности.</p> <p>Cookies. Отправка защищенной информации через Интернет. Аутентификация. Цифровые сертификаты. Настройка безопасности браузера. Кодирование. Вирусы. Прокси-серверы. Firewalls.</p>	1
5	2	6-7	<p>Электронные платежные системы</p> <p>Особенности транзакций в Интернет. Требования к платежным системам. Интернет-платежных системы для текущих и оптовых платежей. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Организация расчетов в Интернет с использованием магнитных кредитных и дебетовых карт. Протокол SET и его модификации. Расчеты электронными чеками и их особенности. Смарт-карты, их виды и особенности. Спецификация EMV. Организация расчетов с использованием «электронных кошельков». Спецификация CEPS. Расчеты электронными наличными. Инструменты микроплатежей. Платежные системы второго поколения. Мошенничество в сфере электронных платежей и методы обеспечения безопасности при расчетах в Интернет. Интернет-платежные системы в России.</p>	2
6	0.7	8-9	Перспективы электронной коммерции	11-12

№ темы	Всего часов	№ лекции	Тема лекции. Вопросы, отрабатываемые на лекции.	Учебно-методическое обеспечение
			Экономические перспективы электронной коммерции в развитых странах и России. Количественные и качественные критерии изменений. Совершенствование инфраструктуры. Рост объемов микротранзакций. Внедрение смарт-карт. Безопасность электронного бизнеса. Совершенствование систем безопасности. Реструктуризация традиционных компаний и финансовых посредников.	

6. Содержание коллоквиумов

Учебным планом не предусмотрены.

7. Перечень практических занятий.

№ темы	Всего часов	№ занят.	Тема практического занятия. Вопросы, отрабатываемые на практических занятиях.	Учебно-методическое обеспечение
2	1	2,3	Сегменты электронной коммерции и их особенности	4
4	4	5-9	Электронные магазины	1
5	1	9	Электронные платежные системы	2

8. Перечень лабораторных работ.

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

9. Занятия для самостоятельной работы студентов

№ темы	Всего Часов	Вопросы для самостоятельного изучения (задания)	Учебно-методическое обеспечение
6 семестр			
1	32,6	Факторы развития систем электронной коммерции. Преимущества использования электронной коммерции.	1,3
2	32,7	Автоматизированные системы управления ресурсами предприятия. Корпоративные представительства в Интернете	2, 4
3-6	32,7	Концепция географической информационной системы. Способы защиты от киберпреступности. Основные направления развития систем электронной коммерции	1, 3

Виды контроля СРС

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела	Формы текущего контроля

	дисциплины		успеваемости
1.	Введение в электронную коммерцию	Сущность новых экономических явлений и их взаимосвязь: электронная экономика (on-line economy), электронный бизнес (e-business), электронная коммерция (e-commerce), Интернет-коммерция (i-commerce). Понятие электронной коммерции. Особенности электронной коммерции и роль Интернет. Преимущества и недостатки интерактивной среды. Новые возможности бизнеса. Необходимые и достаточные условия развития электронной коммерции.	Контрольные задания Рефераты
2.	Сегменты электронной коммерции и их особенности	Сегменты рынка электронной коммерции (B2B, B2C, C2C). Особенности коммерции на потребительском и промышленном рынках. Основные направления развития электронной коммерции в секторе B2C. Торговля традиционными товарами и услугами. Торговля информационными услугами. Торговля финансовыми услугами.	Контрольные задания рефераты
3.	Регулирование электронной коммерции	Государственное регулирование электронной коммерции: лицензирование; налогообложение и др. Развитие нормативной базы в сфере электронной коммерции в США, Западной Европе и России. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи». Рекомендации международных организаций в сфере электронной коммерции. Механизмы саморегулирования.	Рефераты, контрольные работы
4.	Электронные магазины	Модели создания электронных магазинов. Выбор концепции развития. Описание web-узла и его разработка. Планирование долговременных транзакций. Взаимодействие с поставщиками. Создание динамичного каталога. Модель открытого и иерархического рынка. Организация гибкого интерфейса. Установление цен. Выбор платежных средств. Внедрение протоколов шифрования. Интернет-реклама. Принятие заказов через web-узел. Обработка заказов. Выполнение заказов. Прием платежей. Осуществление взаиморасчетов. Доставка товаров/услуг. Индивидуальный маркетинг. Анализ информации. Проблемы оценки электронного бизнеса и финансовых рисков. Измерение эффективности электронной коммерции. Примеры успешной организации электронного бизнеса в развитых странах. Российские Интернет-магазины и их особенности. Cookies. Отправка защищенной информации через Интернет. Аутентификация. Цифровые сертификаты. Настройка безопасности браузера.	Рефераты, контрольные работы.

		Кодирование. Вирусы. Прокси-серверы. Firewalls.	
5.	Электронные платежные системы	Особенности транзакций в Интернет. Требования к платежным системам. Интернет-платежных системы для текущих и оптовых платежей. Виды платежных средств, используемые в Интернет. Организация расчетов в Интернет с использованием магнитных кредитных и дебетовых карт. Протокол SET и его модификации. Расчеты электронными чеками и их особенности. Смарт-карты, их виды и особенности. Спецификация EMV. Организация расчетов с использованием «электронных кошельков». Спецификация CEPS. Расчеты электронными наличными. Инструменты микроплатежей. Платежные системы второго поколения. Мошенничество в сфере электронных платежей и методы обеспечения безопасности при расчетах в Интернет. Интернет-платежные системы в России.	Рефераты.
6.	Перспективы электронной коммерции	Экономические перспективы электронной коммерции в развитых странах и России. Количественные и качественные критерии изменений. Совершенствование инфраструктуры. Рост объемов микротранзакций. Внедрение смарт-карт. Безопасность электронного бизнеса. Совершенствование систем безопасности. Реструктуризация традиционных компаний и финансовых посредников.	Рефераты Подготовка и презентация организационного проекта.

Тематика рефератов

1. Перспективы развития электронных рынков.
2. Состояние и перспективы развития электронной коммерции в России.
3. Влияние электронной коммерции на глобализацию экономических процессов.
4. Информационные системы как элемент электронной коммерции.
5. Предпосылки развития электронной коммерции.
6. Электронная коммерция и ее влияние на национальную экономику.
7. Инфраструктура электронной коммерции.
8. Влияние электронной коммерции на традиционные формы розничной торговли.
9. Электронная коммерция в розничной торговле.
10. Совершенствование технологии продаж через Интернет.
11. Платежные системы и повышение их надежности как предпосылка развития электронной коммерции.

12. Особенности мониторинга потребительского рынка в условиях электронной коммерции.
13. Электронные бизнес-модели в предпринимательстве.
14. Эволюция дизайна веб-сайтов предпринимательских структур.
15. Электронная коммерция: безопасность и риски.
16. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции
17. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
18. CRM как компонент обслуживания потребителей.
19. Состояние и перспективы трансформации розничной торговли в электронную форму.
20. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
21. Использование электронной коммерции в розничных сетевых торговых фирмах.
22. Специфика моделей электронной коммерции в сфере услуг.
23. Влияние электронной коммерции на поведение покупателей.
24. Реклама товаров и услуг в Интернет.
25. Особенности использования электронной коммерции в малом бизнесе.
26. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных сообществ.
27. Перспективы глобализации электронной коммерции.
28. Особенности развития электронной коммерции в Европейских странах.
29. Отличительные особенности нормативно-правового обеспечения в зарубежных странах
30. Правовое регулирование Интернет-банкинга в РФ
31. Правовое регулирование использования электронной подписи в РФ.
32. Статус и механизм использования электронных денег в праве РФ.
33. Правовое регулирование электронной коммерции в РФ
34. Защита прав потребителей в сфере электронной коммерции в праве РФ
35. Проблемы правового регулирования отношений в сфере электронной коммерции с участием иностранного элемента в РФ.
36. Коммерческая тайна в процессе осуществления электронной коммерции.

10. Расчетно-графическая работа

Учебным планом не предусмотрена.

11. Курсовая работа

Учебным планом не предусмотрена.

12. Курсовой проект

Учебным планом не предусмотрен.

13. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В процессе освоения образовательной программы у обучающегося в ходе изучения дисциплины должны сформироваться компетенции:

Карта компетенций					
Компетенции		Перечень компонентов	Технологии и формирования	Метод оценивания	Ступени уровней освоения компетенции
Индекс	Формулировка				
ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4)	<p><u>Знать:</u> основные нормативные документы, регулирующие электронную коммерцию, формы, методы ведения и инструменты электронной коммерции, виды и специфику Интернет-услуг; устройство и принципы функционирования электронных платежных систем.</p> <p><u>Уметь:</u> анализировать финансовую, нормативную и технологическую информацию в области электронной коммерции; обосновать использование конкретных видов электронных платежных систем при совершении покупок в Интернете, оценивать эффективность электронной коммерции.</p>	Лекционные и практические занятия, самостоятельная работа	Устный ответ, Письменный и устный отчет по практической работе Зачет	<p>Пороговый (удовлетворительный) <u>Знает:</u> формы, методы ведения и инструменты электронной коммерции, виды и специфику Интернет-услуг; устройство и принципы функционирования электронных платежных систем.</p> <p><u>Умеет:</u> анализировать финансовую, нормативную и технологическую информацию в области электронной коммерции; обосновать использование конкретных видов электронных платежных систем при совершении покупок в Интернете.</p> <p><u>Владеет:</u> способами организации электронного бизнеса; инструментарием электронной коммерции, методами и инструментами исследования</p>

Карта компетенций					
Компетенции		Перечень компонентов	Технологии и формирования	Метод оценивания	Ступени уровней освоения компетенции
Индекс	Формулировка				
		<p><u>Владеть:</u> способами организации электронного бизнеса; инструментарием электронной коммерции, методами и инструментами исследования рынков товаров и услуг в Интернет, анализа клиентской базы компании; технологиями совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными, методами оценки эффективности электронной коммерции.</p>			рынков товаров и услуг в Интернет, анализа клиентской базы компании; технологиями совершения коммерческих операций с применением электронных средств обмена данными.

Критерии оценивания

Содержательные

- демонстрация теоретических знаний;
- демонстрация приобретенных умений и навыков;
- достоверность представленных сведений – в тексте докладов (презентаций) должны содержаться ссылки на все использованные источники информации;
- логичность, аргументированность изложения;
- выражение собственного мнения, основанного на научном подходе.

Формальные

- четкая структура ответа или доклада;

- наглядность визуальных (иллюстрационных) материалов презентации;
- подробное описание методики лабораторной работы, ее программного обеспечения, представление полученных результатов, наличие цели работы и выводов;
- четкость ответов на заданные вопросы – выслушав вопрос, следует подтвердить, что он понят, в ином случае следует либо уточнить непонятые детали, либо признать свою неготовность ответить, пауза на размышление не должна превышать 10 секунд.

К зачету по дисциплине обучающиеся допускаются при:

- предоставлении всех отчетов по лабораторным занятиям, докладов с презентациями;

Зачет сдается устно, по билетам, в которых представлено 2 вопроса из перечня «Вопросы для зачета». Оценивание проводится по следующим критериям:

«Зачтено» - ошибается, отвечая на вопросы билета, ориентируется в специальных терминах, демонстрирует знание основных приемов работы с программным обеспечением.

«Незачтено» - схематично отвечает на вопросы, не знает специальной терминологии.

Вопросы для зачета

1. Электронный бизнес и электронная коммерция как новые экономические явления. Их определение и сущность.
2. Понятие электронных рынков, их виды и особенности.
3. Традиционный и электронный бизнес: общие и отличительные черты.
4. Влияние электронной коммерции на трансформацию организационно-управленческих моделей бизнес-систем.
5. Роль Интернет в развитии электронной коммерции.
6. Преимущества и недостатки электронной коммерции.
7. Процесс электронной коммерции: основные этапы.
8. Необходимые и достаточные условия развития электронной коммерции.
9. Типология электронной коммерции
10. Внутриорганизационные информационные системы: назначение и структура.
11. Сегменты рынка электронной коммерции и их особенности.
12. Сегмент B2B и его характеристика.
13. Сегмент B2C и его характеристика.
14. Сегмент C2C и его характеристика.
15. Особенности электронной коммерции в сфере интеллектуальной собственности.
16. Методы государственного регулирования электронной коммерции в развитых странах и России.
17. Основные положения ФЗ РФ «Об электронной цифровой подписи».

18. Регулирование проблем невыполнения обязательств по электронным сделкам (мировой и отечественный опыт).
19. Исследование товарных рынков в электронной коммерции.
20. Методы исследования рынка в электронной коммерции.
21. Модели создания и развития электронных магазинов.
22. Планирование долговременных транзакций.
23. Использование Интернет-рекламы и индивидуального маркетинга.
24. Критерии выбора используемых платежных средств.
25. Подходы к оценке электронного бизнеса и финансовых рисков.
26. Измерение эффективности электронной коммерции.
27. Особенности российских Интернет-магазинов.
28. Виды финансовых Интернет-услуги и их особенности.
29. Современные формы домашнего банкинга. Интернет-банкинг в развитых странах и России.
30. Интернет-трейдинг как новый вид финансовых услуг в России.
31. Транзакции в Интернет и требования к платежным системам.
32. Характеристика электронных платежных систем используемых в Интернете.
33. Характеристика основных видов электронных платежных средств используемых в Интернете.
34. Расчеты с использованием кредитных и дебетовых карт. Преимущества и недостатки.
35. Расчеты с использованием электронных чеков. Преимущества и недостатки.
36. Расчеты с использованием «электронных кошельков». Преимущества и недостатки.
37. Расчеты с использованием электронных наличных. Преимущества и недостатки.
38. Смарт-карта как перспективное средство платежа в Интернете.
39. Обеспечение безопасности при расчетах в Интернете.
40. Экономические перспективы развития электронной коммерции в развитых странах и России.
41. Влияние электронной коммерции на деятельность современных компаний и финансовых посредников.

14. Образовательные технологии

Дисциплина изучается путём прослушивания, конспектирования и самостоятельной проработки лекций, работы в дисплейном классе с преподавателем, выполнения практических работ, состоящей из нескольких заданий, работы с рекомендуемой учебной литературой. Изложение курса ведётся с использованием современного парка компьютеров.

В соответствии с требованиями по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся, к которым относятся:

- компьютерные симуляции,
- деловые игры,
- разбор конкретных ситуаций,
- учебные дискуссии;
- «мозговой штурм»;
- групповые обсуждения.

Предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, с учетом специфики ООП, составляет не менее 20 %.

15. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Обязательные издания

1. Кобелев, О. А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / Кобелев О. А. - Москва : Дашков и К, 2013. - 684 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24850>
2. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Электронный ресурс] / Калужский М. Л. - Москва : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. - 327 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31693>

Дополнительная литература

3. Гаврилов Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса. [Электронный ресурс] / Гаврилов Л. П. - Москва : СОЛОН-Пресс, 2009. - 592 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913590657.html>
4. Макаренкова, Е. В. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / Макаренкова Е. В. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 136 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11134>.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (Представлены в ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А.)

5. Терещенко Н.В. Лекции по дисциплине «Системы электронной коммерции». ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А.
6. Терещенко Н.В. Методические указания по проведению практических занятий и организации СРС по дисциплине «Системы электронной коммерции». ИОС СГТУ имени Гагарина Ю.А.

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

7. Автоматика, связь, информатика: научно-теоретический и производственно-технический журнал / Российские железные дороги (РЖД). — Москва: 2014-2015.
8. Информационные технологии. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?issueid=941091>

Интернет-ресурсы

9. ГосНИИ информационных технологий и телекоммуникаций. – Режим доступа: www.informika.ru (дата обращения 31.08.2015)
10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – Режим доступа: <http://window.edu.ru> (дата обращения 31.08.2015)
11. Сервер Информационных Технологий. – Режим доступа: www.citforum.ru (дата обращения 31.08.2015)
12. Все об электронных сервисах. – Режим доступа: <http://www.livebusiness.ru/> (дата обращения 31.08.2015)

13. Платежные системы Интернет . – Режим доступа: www.emoney.ru
<http://www.livebusiness.ru/> (дата обращения 31.08.2015)

16. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий по дисциплине «Товарная информация» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа и выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций и самостоятельной работы, доступ к сети Интернет и электронно-информационной среде.

Информационное и учебно-методическое обеспечение.

Информационное и учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности по дисциплине включает электронную информационно-образовательную среду СГТУ имени Гагарина Ю.А., электронно-библиотечную систему, электронную библиотеку вуза; лицензионное программное обеспечение; использование наглядных учебных пособий, множительную и вычислительную технику; компьютерные программы.

Перечень оборудования информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю):

- ноутбук,
- проектор,
- звуковое оборудование,
- экран,
- стационарный компьютер.

Материал оформлен в виде презентаций. Используется лицензионное программное обеспечение Microsoft Office Профессиональный плюс 2007, Kaspersky Endpoint Security для Windows.

Используется подключение к сети Internet с помощью WiFi и сетевого кабеля.

Для организации самостоятельной работы студентов открыт доступ в компьютерные аудитории в свободное от занятий время, имеется оборудование и программное обеспечение для реализации интерактивного доступа студентов к электронным учебно-методическим материалам в информационно-образовательной среде СГТУ имени Гагарина Ю.А. (<http://www.sstu.ru/ios>), в сети Интернет, электронной библиотеки технического вуза ЭБС «IPRBooks».

