

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

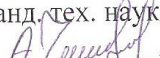
Утверждаю
Декан СПФ



Т.В. Поштарева
«28» октября 2020 г.

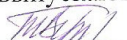
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Электронная коммерция в туризме


Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки – 2020

Разработана
канд. тех. наук
 А.В. Чернышов

Рекомендована
на заседании кафедры ИЯТ
от «28» октября 2020 г.
протокол № 3
зав. кафедрой
 Т.В. Веругн

Согласована
зав. выпускающей кафедрой
 Т.В. Веругн

Одобрена
на заседании учебно-
методической
комиссии факультета
от «28» октября 2020 г.
протокол № 2
Председатель УМК
 Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2020 г.

Содержание

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины.....	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Самостоятельная работа	8
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	8
7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	9
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
8.1. Основная литература	9
8.2. Дополнительная литература.....	9
8.3. Программное обеспечение	9
8.4. Профессиональные базы данных.....	9
8.5. Информационные справочные системы	9
8.6. Интернет-ресурсы	9
8.7. Методические указания по освоению дисциплины.....	10
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья.....	
Приложение 1.....	14

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины- получение студентами теоретических знаний и практических навыков по использованию средств электронной коммерции в сфере туризма, ознакомление с основными технологиями электронной коммерции и методами работы с ними.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Электронная коммерция» входит в дисциплины по выбору образовательной программы.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Инновации в туризме Информационные технологии в сфере туризма Технологии продвижения туристских услуг Интернет-технологии	Преддипломная практика Выполнение выпускной квалификационной работы

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины

Знать:

- основы работы на ПК в современных операционных средах;
- основные компоненты и технические характеристики компьютерных сетей.

Уметь:

- выбирать инструментальное средство и алгоритм решения задачи изученной предметной области;
- проводить необходимые расчеты и прогнозы в рамках построенных моделей и анализировать результаты;
- работать на ПК в современных операционных средах и пользоваться системным и прикладным программным обеспечением;
- использовать возможности всемирной сети Интернет для решения поисковых, образовательных и исследовательских задач.

Владеть:

- поиском нужной информации в вычислительных сетях; информационными технологиями и библиотеками прикладных стандартных программ для ЭВМ при решении прикладных отраслевых задач.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-2. Способен организовать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности	Знать: понятие контактной зоны, процессы и технологии организации контактной зоны, правила, нормы и особенности работы с клиентами в контактной зоне; основы организационно-управленческой деятельности предприятия туризма и формирования клиентурных отношений.

	<p>Уметь: применять научные основы разработки технологии туристского процесса в различных сферах; анализировать и использовать требования потребителя как потенциал развития системы клиентских отношений; применять научные основы и принципы организации контактной зоны для обслуживания потребителей; использовать различные принципы и способы организации процесса предоставления услуги потребителю</p> <p>Владеть: принципами и технологиями организации контактной зоны для обслуживания потребителей; основами организационно-управленческой деятельности предприятия туризма, соответствующего запросам потребителя</p>
--	--

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры
		Б
Контактная работа (всего)	40	40
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них		
– лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них		
– семинары (С)		
– практические занятия (ПР)	20	20
– лабораторные работы (ЛР)		
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа		
5) промежуточная аттестация		
Самостоятельная работа (всего) (СР)	68	68
в том числе:		
Курсовой проект (работа)		
Расчетно-графические работы		
Контрольная работа		
Реферат		
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумами т.д.)	68	68
Подготовка к аттестации		
Общий объем, час	108	108

Форма промежуточной аттестации		Зачет
Заочная форма обучения		
Вид учебной работы	Всего часов	Триместры Б
Контактная работа (всего)	10,3	10,3
в том числе:		
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них		
– лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них		
– семинары (С)		
– практические занятия (ПР)	6	6
– лабораторные работы (ЛР)		
3) групповые консультации		
4) индивидуальная работа		
5) промежуточная аттестация	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего) (СР)	97,7	97,7
в том числе:		
Курсовой проект (работа)		
Расчетно-графические работы		
Контрольная работа		
Реферат		
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумами т.д.)	94	94
Подготовка к аттестации	3,7	3,7
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации		Зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Основы электронной коммерции	Информационные каталоги. Электронная коммерция. Классификация бизнес-моделей. Электронные финансовые структуры рынка. Интернет и новые возможности. Виртуальные банки. Электронный фондовый рынок. Интернет страхование. Успешные модели электронного бизнеса. Электронный франчайзинг. Правовые аспекты электронного бизнеса.
2	Программное обеспечение электронной коммерции	Интернет-основа электронного бизнеса. Компоненты технологии взаимодействия пользователя с Интернет. Главные элементы контент- модели. Процессы по созданию и ведению WEB- контента. Способы реализации WEB-

		контента. Статические сайты. Динамические сайты. Системы WEB-публишинга. Системы управления WEB- контентом. Виртуальный офис как основа информационного бизнеса. ASP- технология виртуального офиса. Стандарты обмена информацией. Электронный обмен данными EDI.Технология XML/EDI. Электронный бизнес на основе XML/EDI.
3	Планирование и организация электронной коммерции.	Этапы проектирования предприятия электронного бизнеса Бизнес - модели и направления электронного бизнеса. Инфраструктура предприятий электронного бизнеса. Коммуникационная платформа предприятия электронного бизнеса. Модели организации коммуникационной платформы. Структура информационной платформы электронных предприятий. Модели реализации информационной платформы предприятия электронного бизнеса.
4	Автоматизированные системы электронной коммерции	Электронная витрина предприятий электронной коммерции. Системы электронных платежей. Правовые аспекты электронного бизнеса. Офлайновые платежные системы. Классификация электронных платежных систем. Кредитные и дебетовые системы. Электронная наличность.
5	Эффективность электронной коммерции	Основные понятия эффективности электронной коммерции. Методы оценки эффективности систем электронной коммерции. Особенности оценки эффективности систем электронного документооборота. Оценка эффективности электронной коммерции с помощью индекса ePerformence.Компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в информационные технологии.Оценка качества и эффективности коммерческих сайтов

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Основы электронной коммерции	21	4	-	4	-	13
2	Программное обеспечение электронной коммерции	21	4	-	4	-	13
3	Планирование и организация электронной коммерции.	22	4	-	4	-	14
4	Автоматизированные системы электронной коммерции	22	4	-	4	-	14
5	Эффективность электронной коммерции	22	4	-	4	-	14

	Общий объем	108	20	-	20	-	68
--	-------------	-----	----	---	----	---	----

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Основы электронной коммерции	23	2	-	2	-	19
2	Программное обеспечение электронной коммерции	20	-	-	2	-	18
3	Планирование и организация электронной коммерции.	18	-	-	-	-	18
4	Автоматизированные системы электронной коммерции	23	2	-	2	-	19
5	Эффективность электронной коммерции	20	-	-	-	-	20
	Промежуточная аттестация	4	-	-	-	-	-
	Общий объем	108	4	-	6	-	94

5.3. Занятия семинарского типа

очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности». Работа в Интернет с поисковыми системами.	2
2	2	ПР	Анализ проблем электронной коммерции, связанных с вступлением России во Всемирную торговую организацию	2
3	3	ПР	Система электронного обмена данными в управлении, торговле и транспорте (EDIFACT-electronic data interchange for administration, commerce and transport).	2
4	4	ПР	Платежные системы Интернета.	2
5	5	ПР	Компании McKinsey. Оценка эффективности вложений в информационные технологии	2

заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Характеристика классификаторов «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности». Работа в Интернет с поисковыми системами.	2
2	2	ПР	Анализ проблем электронной	2

			коммерции, связанных с о вступлением России во Всемирную торговую организацию	
3	4	ПР	Платежные системы Интернета.	2

5.4. Самостоятельная работа

очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	13
2	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	13
3	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	14
4	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	14
5	Проработка и повторение лекционного материала.	14

заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	19
2	Программное обеспечение электронной коммерции	18
3	Планирование и организация электронной коммерции в социокультурном сервисе.	18
4	Проработка и повторение лекционного материала. Подготовка к практическим занятиям.	19
5	Эффективность электронной коммерции в социокультурном сервисе.	20
	Подготовка к аттестации	4

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint. На практических занятиях студенты представляют результаты выполнения самостоятельной работы, подготовленные с помощью программных приложений. При выполнении практических заданий студентами используется программное обеспечение: Windows, MSOffice.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО/ЗФО
1-5	Л	MS PowerPoint	5/2
1-5	ПР	MS PowerPoint	5/2

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств(оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом [Электронный ресурс] : правовое регулирование / А.И. Савельев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Статут, 2014. — 543 с. — 978-5-8354-1018-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29097.html>

2. Калужский М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Электронный ресурс] / М.Л. Калужский. — Электрон. текстовые данные. — М. : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — 978-5-282-03365-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31693.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Чекмарев Ю.В. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации [Электронный ресурс] / Ю.В. Чекмарев. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2017. — 184 с. — 978-5-4488-0071-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63576.html>

2. Галас В.П. Вычислительные системы, сети и телекоммуникации. Часть 1. Вычислительные системы [Электронный ресурс] : электронный учебник / В.П. Галас. — Электрон. текстовые данные. — Владимир: Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, 2016. — 232 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57363.html>

8.3. Программное обеспечение

1. Windows
2. MSOffice

8.4. Профессиональные базы данных

Академия ORACLE[Электронный ресурс] — Режим доступа : <https://academy.oracle.com/ru/solutions-summary.html>

8.5. Информационные справочные системы

Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

1. Интернет университет информационных технологий [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.intuit.ru/>
2. Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/>
3. Электронная библиотека информационных технологий CITForum.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: (<http://citforum.ru>).
4. Виртуальная академия Microsoft [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://aka.ms/studentcourse>.
5. Все о компьютере и программировании для начинающих [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://info-comp.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их.

В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому обучающемуся необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа приводит обучающегося к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Проработка и повторение лекционного материала
2. Подготовка к практическим занятиям
3. Подготовка к лабораторным занятиям
4. Реферат
5. Подготовка к аттестации

Обучающимся рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории.

Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса обучающийся может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к лабораторным практикумам по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

- медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
- выделить ключевые слова в тексте;
- постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория, оснащенная учебной мебелью, доской, мультимедийным проектором, экраном. Компьютерный класс, оборудованный персональными компьютерами, имеющими выход в Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций ООП по специальности 43.03.02 Туризм.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Электронная коммерция в сфере туризма»**

1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (код и наименование)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Процедуры оценивания
Знать: понятие контактной зоны, процессы и технологии организации контактной зоны, правила, нормы и особенности работы с клиентами в контактной зоне; основы организационно-управленческой деятельности предприятия туризма и формирования клиентурных отношений.	трактовка понятия, перечисление подходов, основных принципов	полнота и правильность трактовки понятий, полнота и правильность перечисления подходов и основных принципов	устный опрос
Уметь: применять научные основы разработки технологии туристского процесса в различных сферах; анализировать и использовать требования потребителя как потенциал развития системы клиентских отношений; применять научные основы и принципы организации контактной зоны для обслуживания потребителей; использовать различные принципы и способы организации процесса предоставления услуги потребителю	использование инструментальных средств для поиска, обработки, анализа и систематизации информации	полнота и правильность выполнения практического задания	устный опрос, защита практической работы
Владеть: принципами и технологиями организации контактной зоны для обслуживания потребителей; основами организационно-управленческой деятельности предприятия туризма, соответствующего запросам потребителя	применение инструментальных средств для поиска, обработки, анализа и систематизации информации	полнота и правильность выполнения практического задания	устный опрос, защита практической работы
Промежуточная аттестация			зачет

1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

2.1 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

Процедура оценивания происходит с использованием метода устного опроса, оценки практических заданий.

Все виды текущего контроля осуществляются на занятиях семинарского типа.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация - зачет

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет выставляется по результатам текущего контроля успеваемости.

По очной форме обучения зачет выставляется после последнего занятия семинарского типа в триместре.

По заочной форме обучения зачет выставляется в специально отведенное расписанием сессии время. При этом во время зачета преподаватель проверяет выполненные студентами задания, а также задает дополнительные и уточняющие вопросы. На аттестацию каждого студента отводится 0,3 академических часа (около 14 минут).

3. Типовые контрольные задания

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1. Перечень типовых практических заданий

Задание № 1. Ответьте на вопросы:

- Для удовлетворения каких потребностей служит продукт вашего бизнеса?

- На каком рынке представлен ваш продукт?
- Кто ваши клиенты?
- Где граница территории охватываемой вашим бизнесом?

Опишите рынок вашей компании по каждому из 4-х параметров настолько подробно, насколько это для вас возможно.

Задание №2

Чтобы провести **оценку текущего положения в торговой цепочке**, ответьте на следующие вопросы:

1. По каким критериям различаются торговые компании в вашем канале продаж - организованная (юр. лица) / неорганизованная (физлица) торговля, форма организации торговли, размер компании (одно дело, если продажа ведется физлицами и правила на рынке не сформированы, и совсем другое - если есть рынок, конкуренты и традиции: тогда "со своим уставом в чужой монастырь" ходить нужно осторожно).
2. Чем отличается специфика закупок отдельных торговых компаний? Сколько они приобретают в целом? Сколько в рамках одного заказа? Также проанализируйте ассортимент закупок, и связь между ассортиментом и профилем клиента.
3. Как часто поступают заказы? Насколько регулярно? Каков уровень лояльности клиентов?
4. В каких целях заказчики используют приобретенные продукты?
5. В каких ситуациях заказы прекратятся? (когда мы можем потерять клиента?)

Задание №3. Напишите список 7 своих ближайших конкурентов.

- Каково их положение на рынке по сравнению с Вашей организацией?
- Насколько сильно соперничество между существующими конкурентами, будет ли это соперничество усиливаться?
- Могут ли на рынке появиться новые игроки или отрасль защищена высокими барьерами вхождения на рынок?
- В чем сильные и слабые стороны названных конкурентов перед Вашим бизнесом? Заполните таблицу:

Название конкурента	«+» и «-» продуктовой линейки конкурента по сравнению с вашим бизнесом	«+» и «-» каналов сбыта конкурента по сравнению с вашим бизнесом	«+» и «-» коммуникаций конкурента по сравнению с вашим бизнесом	«+» и «-» ценовой политики конкурента по сравнению с вашим бизнесом	Прочие «+» и «-» конкурента по сравнению с вашим бизнесом

Задание №4 Напишите, какие дополнительные факторы оказывают воздействие на вашу компанию?

- Как влияет экономическая ситуация?
- Как влияют локальные социокультурные особенности региона, где действует ваш бизнес?
- Какое влияние на ваш бизнес оказывает уровень развития технологий в отрасли?
- Каким законодательным ограничениям бизнес?

Проанализировать собственную компанию подвержен ваш – означает, выявить фактические внутренние условия и ресурсы. Обратите внимание на следующие аспекты:

- финансовые возможности компании (движение наличности, уровень доходности)

- физические возможности (например, демонстрация товаров / услуг для клиентов, точки продаж и пр.)
- организационные возможности (например, информационные системы)
- технологические возможности (например, квалификация кадров, оборудование и технология производственного процесса)

Критерии и шкала оценки решения практических заданий

Оценка	Критерии
Отлично	Задание выполнено правильно и верно. Продемонстрировано глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал возможные проблемы, и несколько альтернативных вариантов их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются содержательные выводы. Продемонстрирована способность вовлечения максимального числа участников в дискуссию.
Хорошо	Задание выполнено. Продемонстрировано достаточно полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал возможные проблемы, и несколько альтернативных вариантов их решения. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Делаются достаточно содержательные выводы. Продемонстрирована способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Удовлетворительно	Задание выполнено. Продемонстрировано недостаточно полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент прогнозировал недостаточно возможных проблем альтернативных вариантов их решения. Недостаточно делаются выводы. Студент не демонстрирует способность вовлечения участников в обсуждение дискуссионных вопросов.
Неудовлетворительно	Задание не выполнено. Не продемонстрировано раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта. Студент не прогнозировал возможные проблемы и альтернативные варианты их решения. Выводы отсутствуют. Студент не готов к сотрудничеству, не способен к вовлечению участников в обсуждение дискуссионных вопросов.

3.2. Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции
3. Динамика мирового и российского рынка электронной коммерции
4. Сравнение традиционной и электронной формы торговли.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в мире
7. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России
8. Развитие телекоммуникационных систем в России (телефония, Интернет)
9. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье)
10. Штриховое кодирование (методы, принципы, оборудование)
11. Классификация систем электронной коммерции

12. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции в социокультурном сервисе.
13. Системы В2В. Сущность модели, структура ПО.
14. Системы В2С. Сущность модели, структура ПО.
15. С2С. Сущность модели, структура ПО.
16. Электронные аукционы
17. Отраслевые электронные площадки в социокультурном сервисе
18. Электронные биржи
19. Платежные системы Интернета. Электронные деньги
20. Пластиковые карты, кредитные карты.
21. Смарт-карты
22. Дебетовые системы платежей
23. Сотовая телефония и электронная коммерция
24. Динамика развития электронной коммерции в социокультурном сервисе.
25. Характеристика современного рынка программного обеспечения
26. Системы электронного документооборота.
27. Безопасность электронной коммерции в социокультурном сервисе.
28. Стандарты и протоколы электронной коммерции
29. Основные понятия эффективности электронной коммерции в социокультурном сервисе.
30. Рекламная кампания в Интернете. Виды и методы.
31. Роль электронной почты в электронной коммерции. Проблемы использования электронной почты.
32. Защита авторских прав в сети Интернет.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития технологий производства рекламного продукта; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем технологий производства рекламного продукта используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется

	недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития технологий производства рекламного продукта; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.3. Контрольные вопросы к устному опросу

1. Понятие «электронная коммерция». Основные направления развития
2. История возникновения и этапы развития электронной коммерции
3. Динамика мирового и российского рынка электронной коммерции
4. Сравнение традиционной и электронной формы торговли.
5. Воздействие развития электронной коммерции на экономику
6. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в мире
7. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России
8. Развитие телекоммуникационных систем в России (телефония, Интернет)
9. Федеральные и региональные программы, связанные с электронной коммерцией (электронное правительство, электронная Россия, электронное Подмосковье)
10. Штриховое кодирование (методы, принципы, оборудование)
11. Классификация систем электронной коммерции
12. Классификация пользователей и объектов электронной коммерции в социокультурном сервисе.
13. Системы B2B. Сущность модели, структура ПО.
14. Системы B2C. Сущность модели, структура ПО.
15. C2C. Сущность модели, структура ПО.
16. Электронные аукционы
17. Отраслевые электронные площадки в социокультурном сервисе
18. Электронные биржи
19. Платежные системы Интернета. Электронные деньги
20. Пластиковые карты, кредитные карты.
21. Смарт-карты
22. Дебетовые системы платежей
23. Сотовая телефония и электронная коммерция
24. Динамика развития электронной коммерции в социокультурном сервисе.
25. Характеристика современного рынка программного обеспечения
26. Системы электронного документооборота.
27. Безопасность электронной коммерции в социокультурном сервисе.
28. Стандарты и протоколы электронной коммерции
29. Основные понятия эффективности электронной коммерции в социокультурном сервисе.
30. Рекламная кампания в Интернете. Виды и методы.
31. Роль электронной почты в электронной коммерции. Проблемы использования электронной почты.
32. Защита авторских прав в сети Интернет.

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - зачета

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.